

The Salesforce logo, consisting of the word "salesforce" in white lowercase letters inside a blue cloud-like shape, is positioned in the top right corner of the image.

salesforce

# JE COMPLETE CRM-HANDBOEK

ALLES WAT JE MOET WETEN  
OM MET CRM AAN DE SLAG TE  
KUNNEN GAAN

## Inleiding

# WAT IS CRM?

CRM is meer dan die hippe marketingterm die nu al 10 jaar overal en nergens in de zakenwereld wordt gebruikt.

C-R-M betekent 'Customer Relationship Management' (klantrelatiebeheer).

Een CRM-applicatie is geen hogere wiskunde. Het is een applicatie waarmee je heel eenvoudig de belangrijkste gegevens van je klanten op één centrale plek kunt zetten. Je kunt contactgegevens bekijken, een follow-up via e-mail of sociale media sturen, taken beheren, in de gaten houden hoe je presteert en nog veel meer, zonder dat je daarvoor de app hoeft te verlaten. Met de juiste CRM vergroot je de efficiëntie in je verkoopproces. Je kunt zo meer deals sluiten, je verkoop een boost geven en nog nauwkeuriger prognoses opstellen.

## Is de tijd rijp voor een CRM?

Met behulp van dit e-book kun je bepalen of je daar inderdaad aan toe bent. In de volgende vier hoofdstukken gaan we de volgende onderwerpen bespreken:

- Aanwijzingen dat je bedrijf een CRM nodig heeft
- Hoe zorgt CRM voor verbeterde verkoop en productiviteit?
- Een CRM-strategie ontwikkelen
- Hoe maximaliseer je de ROI?

Eerst gaan we 7 aanwijzingen bespreken waaruit blijkt dat je een CRM nodig hebt.

## Inhoudsopgave

- 03 Aanwijzingen waaruit blijkt dat je een CRM nodig hebt
- 05 Hoe zorgt een CRM voor verhoogde productiviteit?
- 09 Hoe stel je een CRM-strategie op?
- 12 Hoe maximaliseer je de ROI?
- 14 Conclusie

## Hoofdstuk 1

# AANWIJZINGEN WAARUIT BLIJKT DAT JE ECHT EEN CRM NODIG HEBT

Kleine bedrijven beginnen vaak eenvoudig, met een verkoper-klantrelatie. In zo'n vroeg stadium hoef je heel vaak alleen maar een spreadsheet in Excel bij te houden of notities te maken over klanten en binnenkomende orders. Maar als je bedrijf gaat groeien, heb je aan deze manier van gegevens noteren niet meer genoeg. Hieronder volgen enkele aanwijzingen dat het tijd is om die oude werkwijzen buiten de deur te zetten en je relaties met klanten effectiever te gaan beheren:

### 1. Je hebt verschillende plekken om informatie op te slaan, in plaats van één centrale plek.

Je slaat gegevens over klanten en orders bijvoorbeeld op in een spreadsheet of ze staan op memoblaadjes die je op je beeldscherm plakt. Daar heb jij profijt van, maar andere teamleden niet. Zij hebben namelijk geen totaaloverzicht van de contactgegevens van de klant, laat staan van de orders en contactgeschiedenis die bij klanten horen.

### 2. De gegevens zijn dus niet of niet goed inzichtelijk.

Je weet zo niet hoe je klanten contact zoeken met je werknemers én je weet ook niet waar je verkopers mee bezig zijn. Zo kun je ze minder goed helpen succes te behalen en ze de verantwoordelijkheid te laten houden over hun taken.

A man with a beard and short dark hair, wearing a blue and white striped button-down shirt, is looking down and to the right with a slight smile. He appears to be working at a desk in an office setting. The background is blurred, showing what looks like a bookshelf or office partitions.

**Als je bedrijf groeit,  
heb je aan deze  
manier van gegevens  
noteren niet meer  
genoeg.**

### 3. Rapporten zijn saai en lastig te interpreteren.

Zou het niet ideaal zijn als je rapporten en analytics kon generen over de maandelijkse vooruitgang van je verkoopteam ten opzichte van het budget? Maar die rapporten opstellen kost normaal gesproken enorm veel tijd en vaak komt het erop neer dat je helemaal nergens inzicht in krijgt.

### 4. Je raakt gegevens kwijt.

Follow-ups inplannen met klanten en prospects brengt veel gedoe met zich mee. Goede vergaderingen vinden vaak bij de klant plaats. Toch leggen verkoopteams hun notities niet altijd vast, zodat belangrijke gegevens verloren gaan. Dat gebeurt al helemaal als een werknemer bij het bedrijf weggaat.

### 5. Het is lastig om onderweg in contact te blijven.

Je vertegenwoordigers zijn vaak onderweg om prospects te bezoeken en belangrijke gegevens te achterhalen. Al deze nieuwe gegevens worden echter met de hand opgeschreven of ingevoerd in bestanden op pc's, in plaats van dat ze met het team worden gedeeld.

### 6. Elke klant wordt op dezelfde manier behandeld.

Je benadert prospects niet op basis van de waarde die ze voor je bedrijf hebben. In plaats daarvan stuur je in verschillende stadia van het koopproces zowel naar klanten als naar prospects dezelfde aanbiedingen en berichten, ongeacht in welke branche die werkzaam zijn of in welk land ze gevestigd zijn.

### 7. Je hebt geen plan van aanpak om snel op te kunnen schalen.

Maar wat als je bedrijf dit jaar groeit van 20 naar 200 werknemers? Weet je dan zeker dat je huidige processen mee kunnen groeien? Als je weet dat je gaat groeien, maak je je in dat geval dan zorgen over behoud van productiviteit bij het opschalen?

Herken je jezelf of je team in deze omschrijvingen, maak je dan geen zorgen. Dit zijn nou precies die problemen die je met een CRM-systeem kunt ondervangen. We gaan nu bekijken hoe een CRM je bedrijf productiever kan maken.

## Heeft je bedrijf een CRM nodig?

Twijfel je of je bedrijf wel klaar is voor CRM? Als je je herkent in onderstaande stellingen, zouden je bedrijfsprestaties weleens drastisch kunnen verbeteren als je een CRM zou inzetten.

- Je hebt verschillende plekken om informatie op te slaan, in plaats van één centrale plek
- De gegevens zijn niet of niet goed inzichtelijk
- Rapporten zijn saai en lastig te interpreteren
- Je raakt gegevens kwijt
- Het is lastig om op eenvoudige wijze in contact te blijven
- Elke klant wordt op dezelfde manier behandeld
- Je hebt geen plan van aanpak om snel op te kunnen schalen

## Hoofdstuk 2

# HOE ZORGT EEN CRM VOOR VERHOOGDE PRODUCTIVITEIT?

Het gezegde 'de tijd gaat snel, gebruik haar wel' ken je misschien wel. Dat geldt vooral in de wereld van verkoop, waar tijd ook echt geld is. Uit onderzoek door Mavenlink blijkt dat tijd voor twee van de vijf eigenaren van kleine bedrijven het belangrijkste is. Een kwart van deze eigenaren zou 500 dollar betalen als de dag daardoor 1 uur langer zou duren.

Hoe beter je je tijd benut, des te beter worden je bedrijfsresultaten. Kleine bedrijven groeien sneller als ze beter worden in het creëren van een continue toevoer aan nieuwe prospects, meer tijd besteden aan verkoop en hun vertegenwoordigers de informatie geven die ze nodig hebben om deals sneller te sluiten. Dat is nu juist waar een CRM-applicatie goed van pas komt.

### Pijplijn

Voor een verkoopteam van een klein bedrijf is de tijd vaak te beperkt om een continue toevoer aan nieuwe klanten te genereren. Dat wordt vaak veroorzaakt doordat:

**“Twee van de vijf eigenaren van kleine bedrijven geven aan dat tijd voor hen het meest waardevol is. Een kwart van deze eigenaren zou 500 dollar betalen als de dag daarmee 1 uur langer zou duren.”**

-Mavenlink

- Leads niet naar de juiste vertegenwoordiger doorgestuurd kunnen worden
- Er niet genoeg informatie is over prospects
- Er niet genoeg kennis in huis is over een prospect voordat er gebeld wordt
- Er niet genoeg inzicht is in de toekomstige pijplijn en hier ook moeilijk prognoses voor opgesteld kunnen worden

Met een CRM-app kunnen vertegenwoordigers gegevens over prospects opslaan, zodat die informatie bij elk contact ook beschikbaar is. Daarnaast genereert hij ook snel metrics omtrent inzichten en prognoses.

## Verkooptijd

Uiteraard kost verkopen tijd. Een aantal tijdrovende problemen waar verkopers mee te maken krijgen is lastig op te lossen.

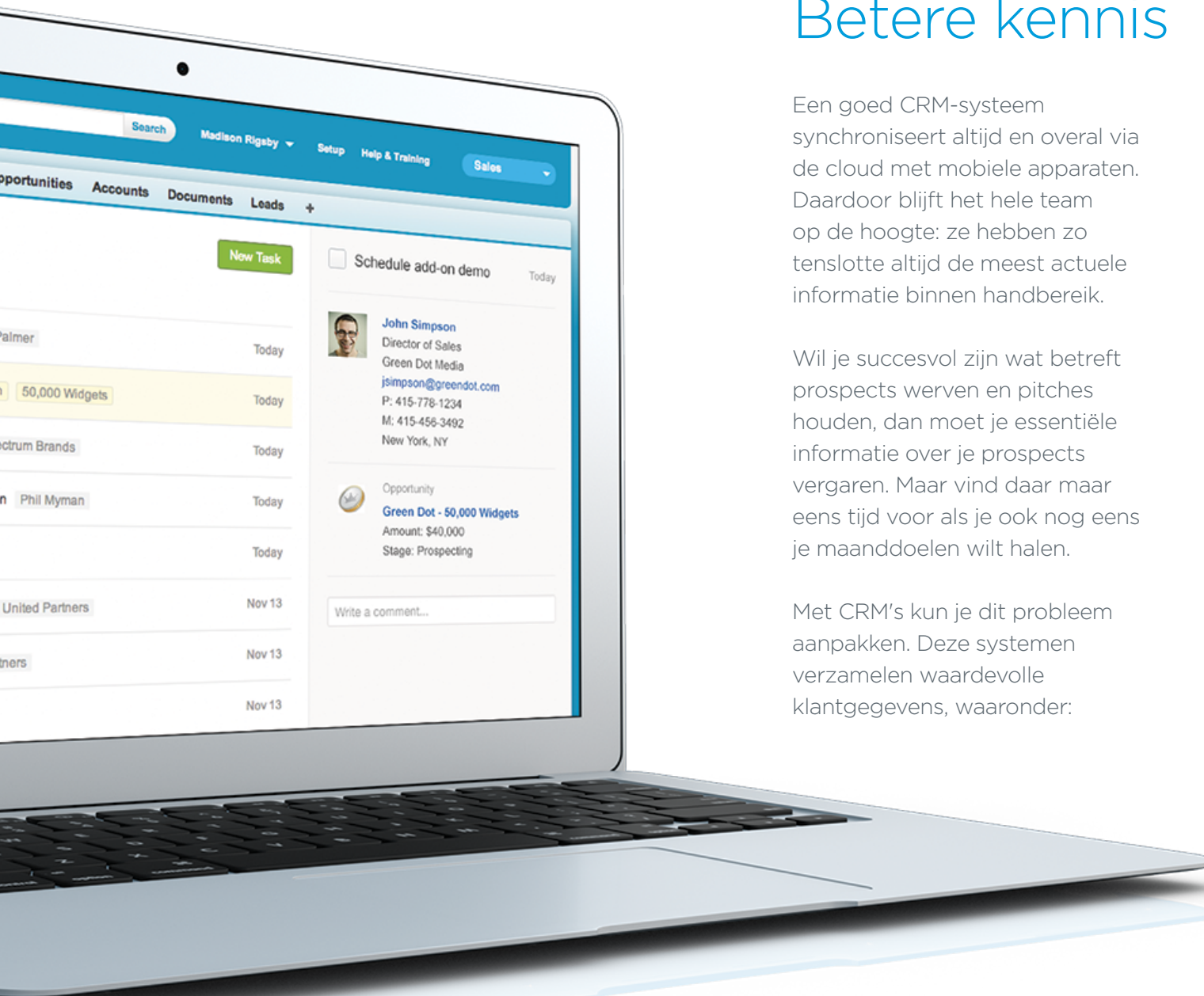
Sommige kunnen juist wel eenvoudig aangepakt worden:

- Voor een verkoopteam onderweg vormt communicatie een echt probleem. Verrassend genoeg zijn er toch weinig teams die in hun dagelijkse werk gebruikmaken van smartphones en tablets. Als je overstapt naar mobiel, hoef je niet meer onbereikbaar te zijn en kun je zo nog beter communiceren.
- Door terugkerende taken te automatiseren hebben verkopers meer tijd over om zich op het sluiten van deals te richten.
- Als je vertegenwoordigers één centrale plek hebben waarop ze gegevens kunnen delen en contact met elkaar kunnen opnemen, voorkom je eindeloze stromen aan e-mails en gemiste telefoontjes.

“

Met een CRM-app kunnen vertegenwoordigers gegevens over prospects opslaan, zodat die informatie bij elk contact beschikbaar is.

”



## Betere kennis

Een goed CRM-systeem synchroniseert altijd en overal via de cloud met mobiele apparaten. Daardoor blijft het hele team op de hoogte: ze hebben zo tenslotte altijd de meest actuele informatie binnen handbereik.

Wil je succesvol zijn wat betreft prospects werven en pitches houden, dan moet je essentiële informatie over je prospects vergaren. Maar vind daar maar eens tijd voor als je ook nog eens je maandoelen wilt halen.

Met CRM's kun je dit probleem aanpakken. Deze systemen verzamelen waardevolle klantgegevens, waaronder:

- Klantgeschiedenis
- Huidige voorkeuren van de klant
- Op welke sociale media de klant zit
- Vorige contacten met een klant
- Gegevens over de infrastructuur bij de klant
- Op welke sociale media de klant zit
- Vorige contacten met sales

Je hebt nu kunnen zien wat de toegevoegde waarde van een CRM-systeem is. We willen je nu graag beproefde methoden laten zien om een CRM-systeem te installeren.

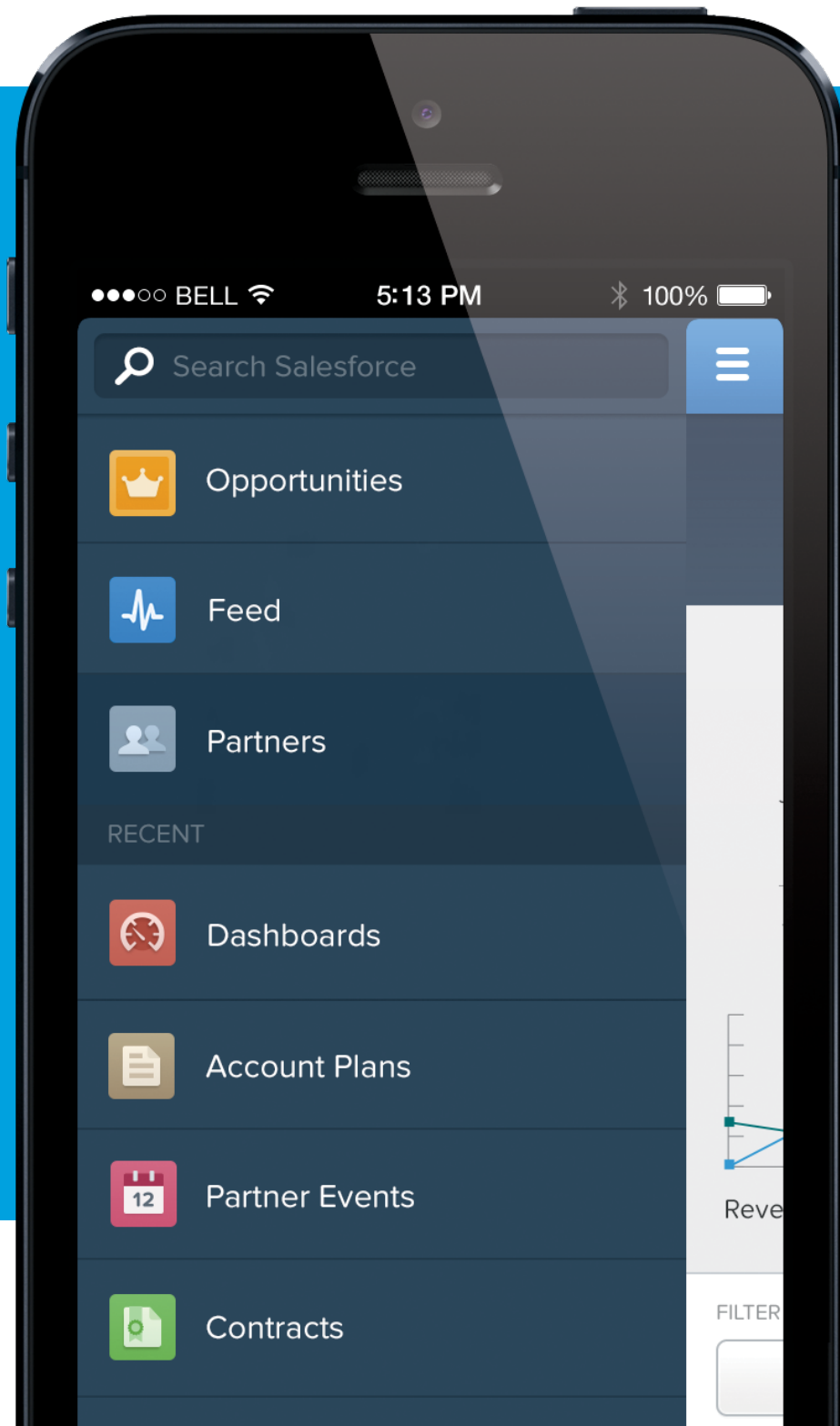
# VERGEET NIET MOBIEL TE DENKEN

## Het mobiele verkoopteam

Overweeg je CRM-oplossingen, bedenk dan wel dat het moderne verkoopteam niet langer de hele werkdag aan hun bureau zit gekluisterd. Ze zijn altijd bezig, altijd verbonden en ontzettend mobiel. Welke nieuwe tool je ook overweegt, of dat nu een CRM is of niet, je moet er altijd voor zorgen dat de veranderde werkwijze door deze technologie nog verder verbeterd én dat deze nieuwe tool goed past bij de bestaande workflows van je verkoopteam.

## Tools voor een mobiele CRM

Als je CRM-tools met elkaar gaat vergelijken, zul je al gauw ontdekken dat slechts een beperkt aantal ook mobiele onderdelen bieden. Kijk wel of de technologie die je overweegt uitgebreide mobiele functies heeft toegevoegd. Oplossingen als Salesforce zijn gebouwd voor mobiel en met de productiviteit van een team in het achterhoofd. Een echt mobiele CRM is ontworpen met apps en functies waarmee het verkoopproces gestroomlijnd kan worden en het dagelijkse werk soepeler gaat. Die apps en functies maken het verschil tussen een CRM-systeem dat 'wel handig' is en een systeem dat een revolutie ontketent binnen je bedrijf.





## Hoofdstuk 3

# HOE STEL JE EEN CRM-STRATEGIE OP?

Bij het bouwen van een goed CRM-systeem gaat het er niet alleen om dat je de juiste technologie kiest, hoe belangrijk die ook is. Je moet ook een goed plan maken, zodat je er je zakelijke doelen mee kunt behalen. Nu volgen zeven basisstappen naar een goed plan:

### 1. Bepaal je visie

Sommige mensen vinden een visie overbodig. Maar succesvolle topverkopers weten dat een duidelijke, krachtige, op actie gerichte visie waar je team achter staat, echt van toegevoegde waarde is. Je visie kan van alles zijn, van de marktleider in sales in jouw regio willen worden, tot voor een omslag binnen je branche zorgen op het gebied van klantenservice. Zorg dat de visie zo krachtig is dat hij blijft hangen, maar zorg er daarbij wel voor dat hij voor iedereen in je bedrijf te begrijpen is.

### 2. Bepaal je strategie

Zonder strategie achter je visie, is je visie niet haalbaar. Stel, je wilt marktleider in verkoop worden. Bereik je dat dan door op prijs te concurreren, door verschillende producten aan te bieden of door de nadruk te leggen op je fantastische after-saleservice?

A photograph of four business professionals in a modern office setting with large windows. A man in a suit is seated on the left, looking at a laptop. Two women in business attire are seated on the right, one pointing at a tablet. They appear to be in a collaborative meeting.

Bij het bouwen van een goed CRM-systeem gaat het er niet alleen om dat je de juiste technologie kiest, hoe belangrijk die ook is. Je moet ook een goed plan maken, zodat je er je zakelijke doelen mee kunt behalen.

# Een CRM-strategie ontwikkelen.

Bereid je voor op succes door een uitgebreide CRM-strategie op te stellen. Zet de volgende stappen, zodat je meteen aan de slag kunt zodra het systeem er eenmaal is.

- Bepaal je visie
- Bepaal je strategie
- Bepaal je bedrijfsdoelen
- Maak je directie enthousiast
- Identificeer de metrics
- Stel je prioriteiten
- Stel een stappenplan op

## 3. Bepaal je bedrijfsdoelen

Je visie en je strategie zijn de theorie en de bedrijfsdoelen zijn de vertaling naar de praktijk. Wat er in ieder geval niet moet gebeuren als er een nieuw CRM-systeem wordt geïmplementeerd, is dat je alle oude bedrijfsdoelen én de rompslomp die daarbij komt kijken, gewoon blijft aanhouden. Grijp die implementatie aan als een kans om je werkwijze te evalueren en te optimaliseren.

## 4. Maak je directie enthousiast

Voor je visie op, een strategie voor en bedrijfsdoelen met een CRM moet je steun krijgen van de directie. Dat geldt evengoed ook voor het uitrollen van een CRM. Geen support krijgen van de directie is één van de vijf belangrijkste oorzaken waarom het implementeren van een CRM mislukt.

## 5. Identificeer de metrics

“Kun je iets niet meten, dan kun je het ook niet beheren” is een bekend gezegde van opinieleiders op het gebied van bedrijfsvoering. Metrics moeten voor iedereen inzichtelijk zijn. Dat betekent dus dat er voor iedereen in het bedrijf, van de vertegenwoordigers tot de directie, een dashboard moet worden aangemaakt.

## 6. Stel je prioriteiten

Je kunt niet alles tegelijk regelen. Zorg dus dat je je prioriteiten helder hebt en het belangrijkste eerst doet. Training is vaak een prioriteit; zo heeft iedereen de kennis in huis om met het nieuwe CRM-systeem aan de slag te gaan zodra het beschikbaar is.

## 7. Stel een stappenplan op

Een effectief CRM-systeem is er niet zomaar opeens. Het klopt dan wel dat succesvol uitrollen bij een systeem het belangrijkste is, maar verbeteringen kunnen aanbrengen en er nieuwe functies aan toe kunnen voegen is net zo belangrijk. Maak een planning waarin je ook opneemt wat je moet doen als het CRM-systeem eenmaal gelanceerd is en bedenk ook welke andere mogelijkheden er voor het bedrijf beschikbaar moeten zijn.

Nu je een CRM-systeem hebt geïnstalleerd en er een strategie voor hebt uitgestippeld, gaan we kijken hoe je het systeem het beste kunt benutten.



Klant in de spotlight:

## Herman Miller

Toen meubelmaakbedrijf Herman Miller op zoek was naar een tool waarmee ze konden groeien en hun bedrijfsprocessen konden moderniseren, kwamen ze uit bij Salesforce. Door het nieuwe inzicht in hun verkoopcyclus, betere mobiele functies en door binnen het hele bedrijf beter samen te werken, heeft Herman Miller via Salesforce nu beter inzicht in de klanten dan ooit tevoren.

[Bekijk de film >](#)

“Met Salesforce leren we ons klantenbestand beter kennen dan ooit tevoren.”

–Curt Pullen, President, Herman Miller

## Hoofdstuk 4

# HOE MAXIMALISEER JE DE ROI?

Hieronder staan enkele beproefde methoden om in je achterhoofd te houden wanneer je je ROI maximaliseert. De tips komen van Karen D. Schwartz van CRM Search.

### Kies een CRM-oplossing die in de cloud is gebouwd

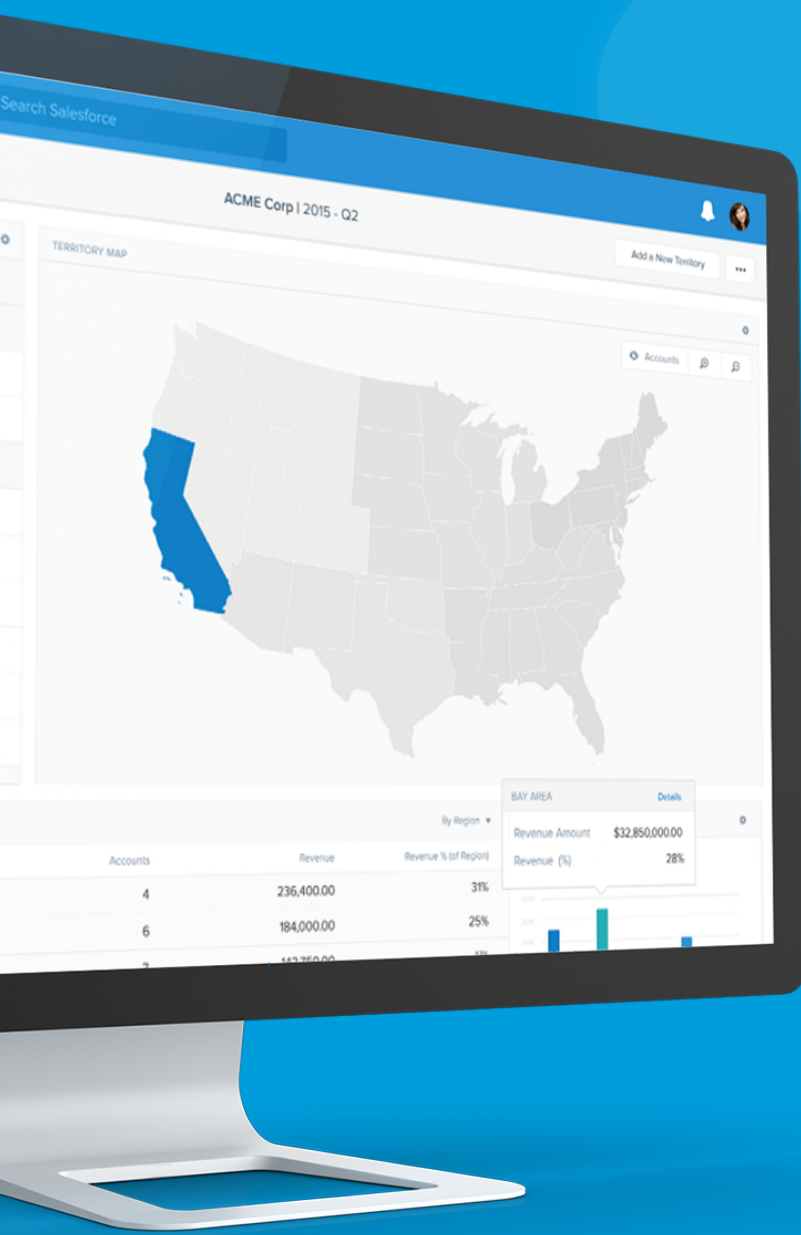
Alle grote CRM-aanbieders bieden hun apps ook in cloudversie aan. Kies je voor dit Software-as-a-Service-model (SaaS), dan ben je verlost van zaken zoals servers, softwareproblemen en upgrades met nieuwe versies, waar je bij on-premise CRM-apps wel mee te maken krijgt.

### Integreer het met applicaties die echt van waarde zijn

Doe je voordeel met die nieuwe applicaties voor bedrijven en sociale media die er nu bestaan en integreer ze in je CRM-systeem. Deze applicaties zijn onder andere marketingautomatisering, accountancysoftware en essentiële sociale tools, waardoor je bedrijf mensen, informatie en groepen op sociale netwerken kan volgen en waarmee je gegevens in realtime kunt vastleggen.



**Doe je voordeel met die nieuwe applicaties voor bedrijven en sociale media die er nu bestaan en integreer ze in je CRM-systeem.**



## Maak integratie met mobiel mogelijk

Zorg dat je verkopers ook via mobiele apparaten overal bij kunnen, zodat ze ook onderweg kunnen werken. Denk daarbij aan het bekijken van correspondentie, accounts en contactbeheer. Idealiter zou die integratie ook uitgebreid moeten worden naar systemen op kantoor, sociale netwerken en webinars.

Doe je dat, dan heb je een volledige oplossing. Hier volgen nog wat zaken die je moet vermijden als je de ROI van je CRM wilt maximaliseren. De tips komen van Christopher Bucholtz van CRM Buyer:

### *Geen overeenstemming tussen verkoop en marketing*

Met CRM-gegevens kun je leads voor de afdeling verkoop kwalificeren. Je kunt er evengoed door zien welke marketingcampagnes leiden tot gesloten deals. Maar als verkoop en marketing niet samenwerken, krijg je deze inzichten niet gauw.

Voordat je ook maar een stap zet, moet je eerst met beide afdelingen om de tafel gaan zitten zodat je gemeenschappelijke doelen kunt opstellen en af kunt stemmen hoe je de gegevens in gaat zetten.

### *Rapporten genereren, gewoon omdat het kan*

De juiste CRM-applicatie giet gegevens in een van tevoren opgemaakt rapport dat heel makkelijk te genereren is. Maar dan moet je wel wat met die analyse gaan doen. Ga die rapporten niet alleen lezen, maar probeer ze ook echt te doorgronden en onderneem op basis daarvan actie als dat nodig is.

### *Bouw 'relaties' op met klanten*

CRM's zijn uitermate geschikt om contact te leggen met je klanten en relaties met hen op te bouwen die je mettertijd ook kunt uitbouwen. Maar ga vervolgens niet op je lauweren rusten. Bedenk dat klanten veranderen. Je bedrijf moet dan eventueel wel mee kunnen veranderen.

## Conclusie

Om een succesvol bedrijf te worden, zou elke onderneming eigenlijk moeten beginnen met het opbouwen van relaties met klanten; dus echt contact maken met mensen die je product of dienst nodig hebben.

Wanneer je bedrijf dan groter wordt, worden deze relaties verder ontwikkeld. Die connectie gaat echt niet alleen om een transactie tussen verkoper en koper. Je moet namelijk ook informatie met diverse teams binnen je organisatie delen die contact maken met diezelfde klanten. En een CRM-systeem kan dan dienen als het kloppend hart van je bedrijf, waarmee je alle relaties beheert die een groeiend bedrijf nodig heeft.

In deze tijd zijn de succesvolste bedrijven diegenen die zich echt richten op de klant. Met CRM-apps kun je het gezegde 'de klant is koning' ook echt waarmaken. Kortom: met CRM-apps kunnen bedrijven de klant echt centraal stellen.

# VERKOOPOPLOSSINGEN WAAR JE BEDRIJF NOG PRODUCTIEVER VAN WORDT

Als je je verkoop wilt laten toenemen en een transparant verkoopproces wilt opzetten, heb je een gebruiksvriendelijk Customer Relationship Management-systeem nodig. Met Salesforce kun je contactgegevens, accounts, leads en verkoopkansen van klanten en prospects allemaal op één centrale plek opslaan.

**32%** Meer succes

**40%** Verbeterde verkoopproductiviteit

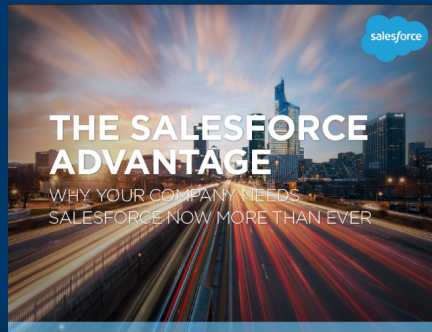
**32%** Meer omzet



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie aan onze klanten en heeft geen ander doel dan informeren. Publicatie door salesforce.com vormt geen aanbeveling. Salesforce geeft geen garantie voor de juistheid of volledigheid van de informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere onderdelen van dit e-book. Salesforce geeft geen garantie dat u bepaalde resultaten zult behalen als u de adviezen uit het e-book opvolgt. Het kan wenselijk voor u zijn om advies te vragen aan een professional zoals een jurist, accountant, architect, consultant of een professionele technicus om specifiek advies te krijgen dat past bij uw specifieke situatie.

© 2014 Salesforce.com. Alle rechten voorbehouden.

# RESOURCES DIE MISSCHIEN OOK INTERESSANT ZIJN VOOR JE:



Het voordeel van Salesforce



Verbeter je verkoopprestaties



Geheimen van bedrijfsgroei:  
verhalen van succesvolle  
ondernemers



HET CUSTOMER SUCCES PLATFORM





HET CUSTOMER SUCCES PLATFORM