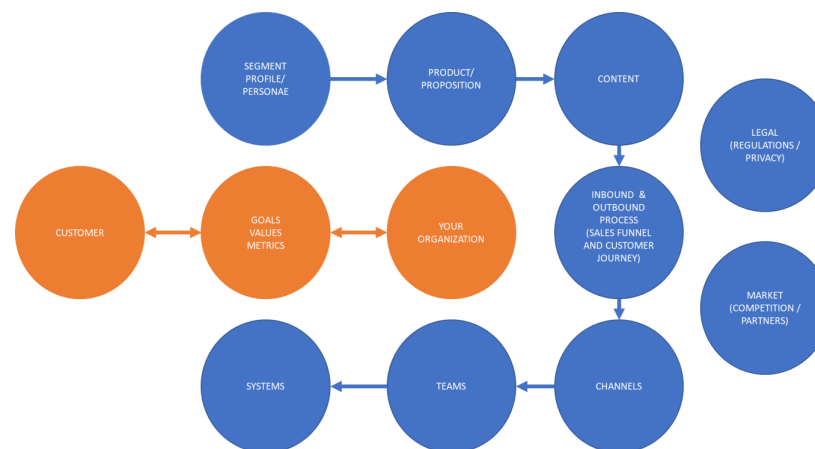


CHECKLIST CRM



INLEIDING EN ACHTERGROND

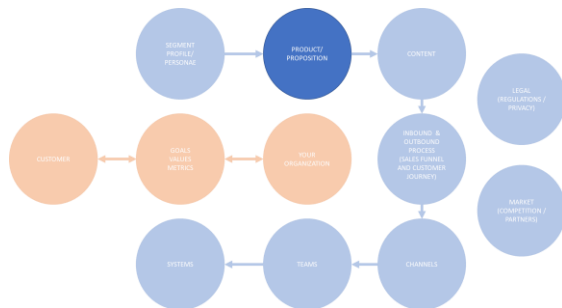
- CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) ONDERSTEUNT BELANGRIJKE BEDRIJFSPROCESSEN, WAAR DE ORGANISATIE IN INTERACTIE TREEDT MET HAAR KLANTEN. BELANGRIJK, WANT HET DOEL VAN IEDERE ORGANISATIE IS OM KLANTEN TE VINDEN EN TE BEDIENEN.
- DE CRM DOELEN EN STRATEGIE MOETEN OM DIE REDEN AANSLUITEN BIJ DE BEDRIJFSSTRATEGIE EN INGEBED WORDEN IN DE UNIEKE WAARDE PROPOSITIE DIE DE ORGANISATIE AAN DE MARKT LEVERT.
- VEEL CRM IMPLEMENTATIES FALEN DOOR ÉÉN REDEN: DE FOCUS LIGT BIJ IMPLEMENTATIE VAN EEN (TECHNISCH) SYSTEEM. CRM IS VEEL MEER DAN EEN ICT SYSTEEM.
- DE FOCUS VAN CRM IS OP HET RICHTEN VAN DE ORGANISATIE OP DE KLANT, HET CREEEREN VAN KLANGERICHTHEID. HET DOEL IS HET VINDEN EN BEHOUDEN VAN WAARDEVOLLE KLANTEN, HET BETREKKEN VAN EEN KLANT IN EEN RELATIE VAN WEDERZIJDIG VOORDEEL. DOOR HET KENNEN VAN DE KLANT EN HET KUNNEN INRICHTEN VAN FLEXIBELE WAARDEPROPOSITIES OP HET PROFIEL VAN INDIVIDUELE KLANTEN, WORDT HET MOGELIJK OM INDIVIDUELE KLANTBEHOEFTE IN TE VULLEN DOOR PERSONALISATIE. DOOR HET HERKENNEN VAN KLANTEN OVER ALLE KANALEN EN PROCESSEN WORDT HET MOGELIJK OM KLANTKENNIS EN PROPOSITIEKENNIS TE BRENGEN OP HET CONTACTMOMENT, HET MOMENT VAN DE WAARHEID. MEDEWERKERS ZIJN ZEER BELANGRIJK IN HET TOTSTAND BRENGEN VAN TEVREDEN KLANTEN.
- CRM IS DAARMEE EEN KLANTGERICHTE CULTUUR, EEN ORGANISATIE INRICHTING, EEN PROCES VISIE (STARTEND EN EINDIGEND MET DE KLANT), EEN MEETSISTEEM, DATA EN KENNIS, EN JA, DAT WORDT OOK ONDERSTEUND DOOR ICT MIDDELEN.
- DEZE CRM CHECKLIST HELPT JE OM JE KLANTGERICHTE BEDRIJFSMODEL EXPLICIET TE MAKEN. HET BIEDT EEN RAAMWERK VOOR DISCUSSIE OVER HOE CRM JE ORGANISATIE VERDER KAN HELPEN. HET EEN EERSTE STAP IN EEN PROCES VAN TWEE STAPPEN OM DE FUNCTIONELE CONTEXT TE BESCHRIJVEN. DE TWEEDE STAP IS HET DETAILLEREN VAN DEZE CONTEXT MET BEHULP VAN USER STORIES.
- GRAAG BIEDEN WIJ ONDERSTEUNING ALS JE DAT NODIG EN NUTTIG VINDT. IN EEN HALVE DAG KUNNEN WE SAMEN MET HET TEAM DE CONTEXT VERHELDEREN EN EEN DUIDELIJK BEELD SCHETSEN WAT CRM KAN DOEN VOOR JE ORGANISATIE. ONZE CONTACTGEGEVENS STAAN OP DE LAATSTE SLIDE.



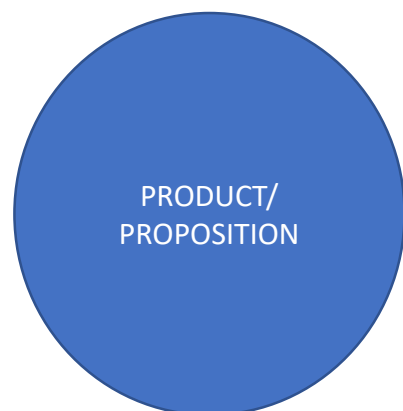


- 

© MINDMATTERS 2018

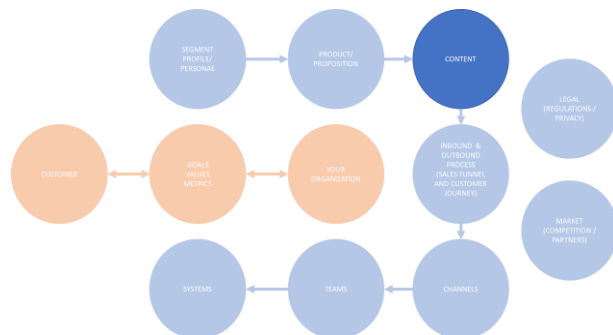


JE GEDACHTEN

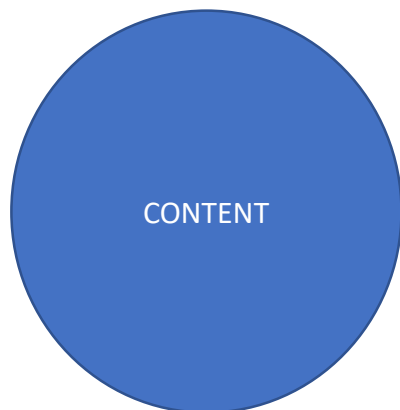


- WAT WIL DE KLANT ?
- WELKE BEHOEFTE(N) KUNNEN WE ONDERSCHIEDEN ?
- IS DIE BEHOEFTE EENMALIG, TERUGKEREND OF ZICH ONTWIKKELEND ?
- WELKE VOORDELEN ZOEKT DE KLANT ?
- WELKE BEHOEFTE(N) ZIJN ER NAAST DE BASIS BEHOEFTE ? WAT IS BELANGRIJK OM IN TE VULLEN ?
- WELKE PRODUCTEN EN DIENSTEN LEVEREN WE ? IS ER ENIGE SYNERGIE TUSSEN DIE PRODUCTEN ?
- ENTREE PRODUCTEN ? AANVULLENDE SERVICES ZOALS GARANTIES, UPGRADING,

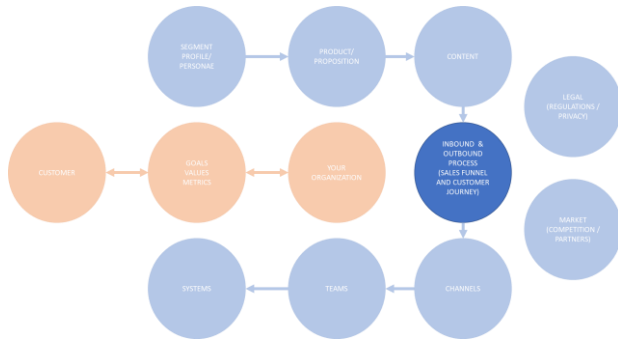
...



JE GEDACHTEN



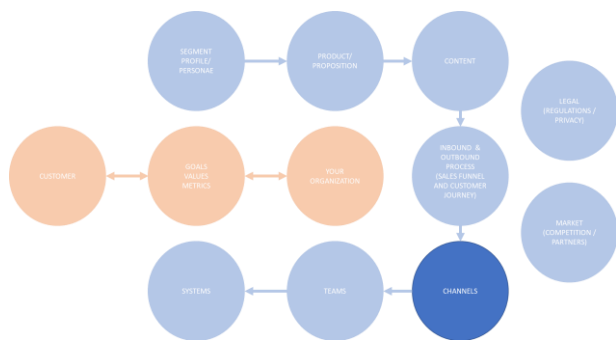
- WAT IS HET VERHAAL WAT WE VERTELLEN ?
- HOE HELPEN WE DE KLANTEN IN HET KEUZE PROCES EN HOE ONDERSTEUNEN WE KLANTEN IN HET GEBRUIK ?
- KUNNEN WE CONTENT GEBRUIKEN OM DE PROPOSITIE TE VERSTERKEN ? BIJVOORBEELD HOW-TO'S, VOORBEELDEN, FAQ, STATUS, TRANSPARANTIE (VERTELLEN WAT JE DOET MET..)
- HOE BEANTWOORDEN WE KLANTVRAGEN ?
- HOE KAN USER GENERATED CONTENT ONZE KLANTRELATIES ONDERSTEUNEN ?



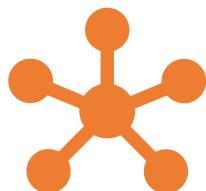
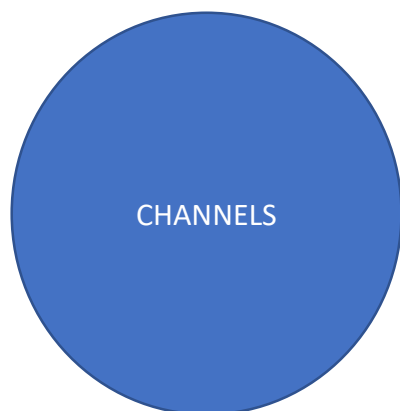
JE GEDACHTEN



- WELKE PROCESSEN KENNEN WE WAAR DE KLANT EEN ROL IN SPEELT ?
- HOE TREEDT DE KLANT IN INTERACTIE MET ONZE ORGANISATIE
 - CONTACTMOMENTEN
 - KLANTREIZEN/CUSTOMER JOURNEYS
 - AIDA:
ATTENTION/INTEREST/DECISION/
ACTION
 - KLANTLEVENSCYCLUS
 - SUSPECT/PROSPECT/CUSTOMER/EX-CUSTOMER
 - ACQUISITIE/CROSS-SELLING/RETENTIE
 - CAMPAIGNS / EVENTS



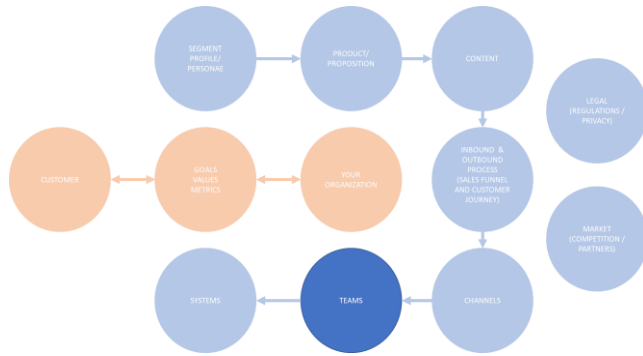
JE GEDACHTEN



- WELKE KANALEN BESTAAN ER OM IN KLANTCONTACT TE TREDEN ? GEEF OOK PER KANAAL AAN OM HOEVEEL CONTACTMOMENTEN HET GAAT

- WEB (PORTAL)
- CHAT
- TELEFOON/MOBILE
- SOCIAL
- E-MAIL
- MAIL
- POSTAL
- BALIE/BEZOEK

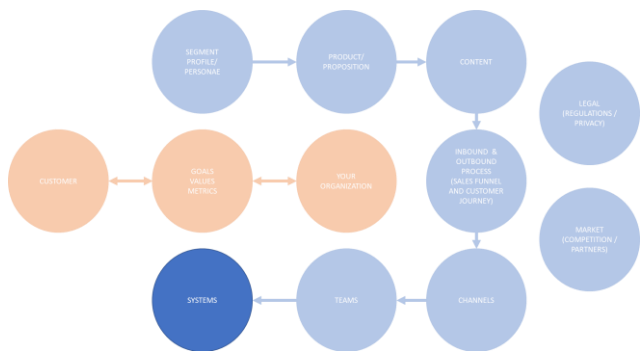
- IN HOEVERRE BESTAAT ER EEN UNIFORM BEELD VAN DE KLANT OVER ALLE KANALEN ?



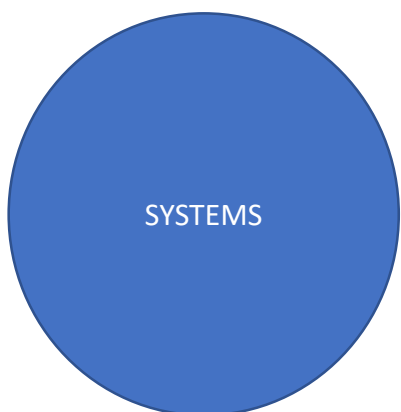
JE GEDACHTEN



- WELKE MEDEWERKERS/TEAMS HEBBEN KLANTCONTACT ?
 - 1^{STE} LIJN, 2^{DE} LIJN, EXTERNE PARTNERS
 - FRONTOFFICE/BACKOFFICE
- ZIJN ER BEPAALDE VAARDIGHEDEN/SKILLS NOODZAKELIJK ?
- IS ROUTING VAN KLANTCONTACTEN VAN BELANG ?
- ZIJN ER SPECIEKE HANDELINGSWIJZEN, SCRIPTS, INSTRUCTIES AAN DE ORDE ?

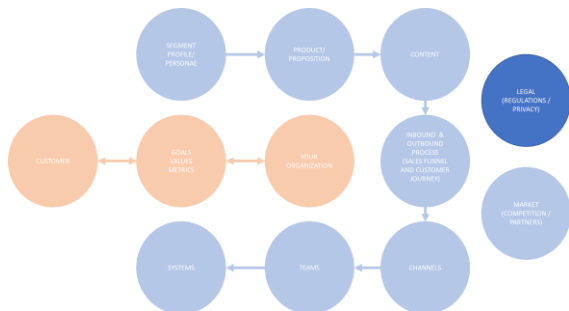


JE GEDACHTEN

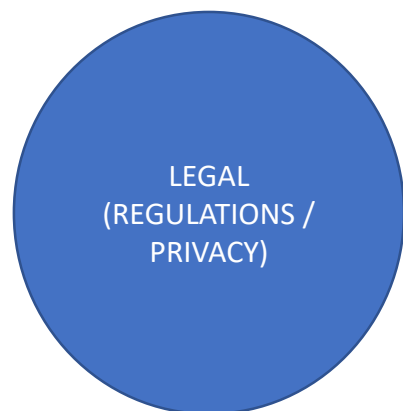


- WELKE INFORMATIE SYSTEMEN ONDERSTEUNEN DE KLANTPROCESSEN ?
- WELKE INFORMATIE IS VAN BELANG VOOR HET KLANTPROCES ?
- WELKE INFORMATIE WORDT VERZAMELD IN DE PROCESSEN/SYSTEMEN ?
- HOE KUNNEN WE EEN COMPLEET BEELD KRIJGEN VAN DE KLANT (360 VIEW) ?



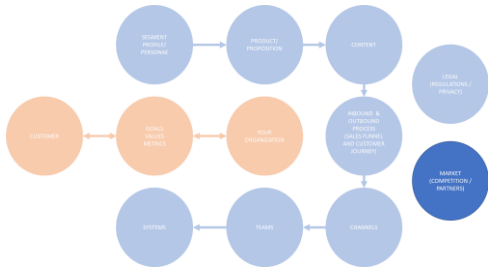


JE GEDACHTEN



- ZIJN ER SPECIFIEKE JURIDISCHE RANDVOORWAARDEN OF VEREISTEN VANUIT TOEZICHTHOUDERS DIE GELDEN VOOR ONZE KLANTPROCESSEN ? (EG. ZORGPLICHT/KEURMERK CBF)
- ER IS SPRAKE VAN SPECIFIEKE CONDITIES, GARANTIES, LEVERINGSVOORWAARDEN ETC ?
- HOE GAAN WE OM MET KLANTGEGEVENS VANUIT PRIVACY OVERWEGINGEN ?

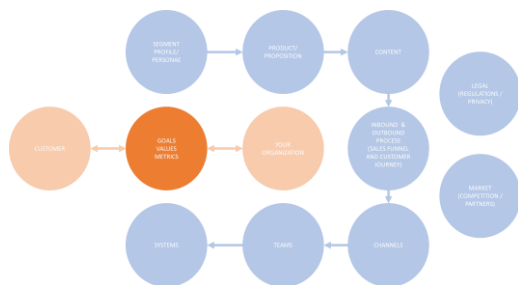




JE GEDACHTEN



- IN WELK TYPE MARKT OPEREREN WE ?
 - GROOTTE/MARKTAANDEEL
 - VOLWASSENHEID
 - COMPLEXITEIT EN DYNAMIEK
 - IN- EN UITTREED BARRIERES
- WELKE CONCURRENTEN ZIJN ER ? HOE ONDERSCHIEDEN WE ONS VAN ONZE CONCURRENTEN (USP'S) ?
- WERKEN WE MET PARTNERS IN EEN KETEN OF NETWERK (DISTRIBUTIEKETEN, BUSINESS VALUE WEB)



JE GEDACHTEN



- WAT ZIJN ONZE BEDRIJFSDOELSTELLINGEN ?
- WAT ZIJN ONZE MERKWAARDEN ?
- WAT ZIJN ONZE KLANTDOELSTELLINGEN ?
- HOE METEN WE ONZE RESULTATEN ?
 - RFM (REGENCY, FREQUENCY, MONETARY VALUE)
 - KLANTWAARDEN
 - KLANTTEVREDENHEID
 - SHARE OF WALLET
 - NPS
 -



MINDMATTERS



MindMatters is een gespecialiseerd Nederlands bedrijf dat zich richt op het verbeteren van de communicatie tussen organisaties en hun klanten met als doel bedrijfswaarde en klantwaarde te realiseren. MindMatters ondersteunt sinds 2000 bedrijven en organisaties in de financiële dienstverlening, media, overheid en fondsenwerving. Dit doen we met advies, softwaretechnologie en aanvullende services. Onze kracht ligt in vernieuwing binnen organisaties op een praktische manier. Door onze onafhankelijkheid zijn we in staat om oplossingen passend te maken binnen de context van onze klanten.

www.mindmatters.nl

Utrechtseweg 35

3811 NA Amersfoort

033 - 445 1546

info@mindmatters.nl

