

CRM

UDFORDRINGER OG MULIGHEDER

Hvad er CRM?

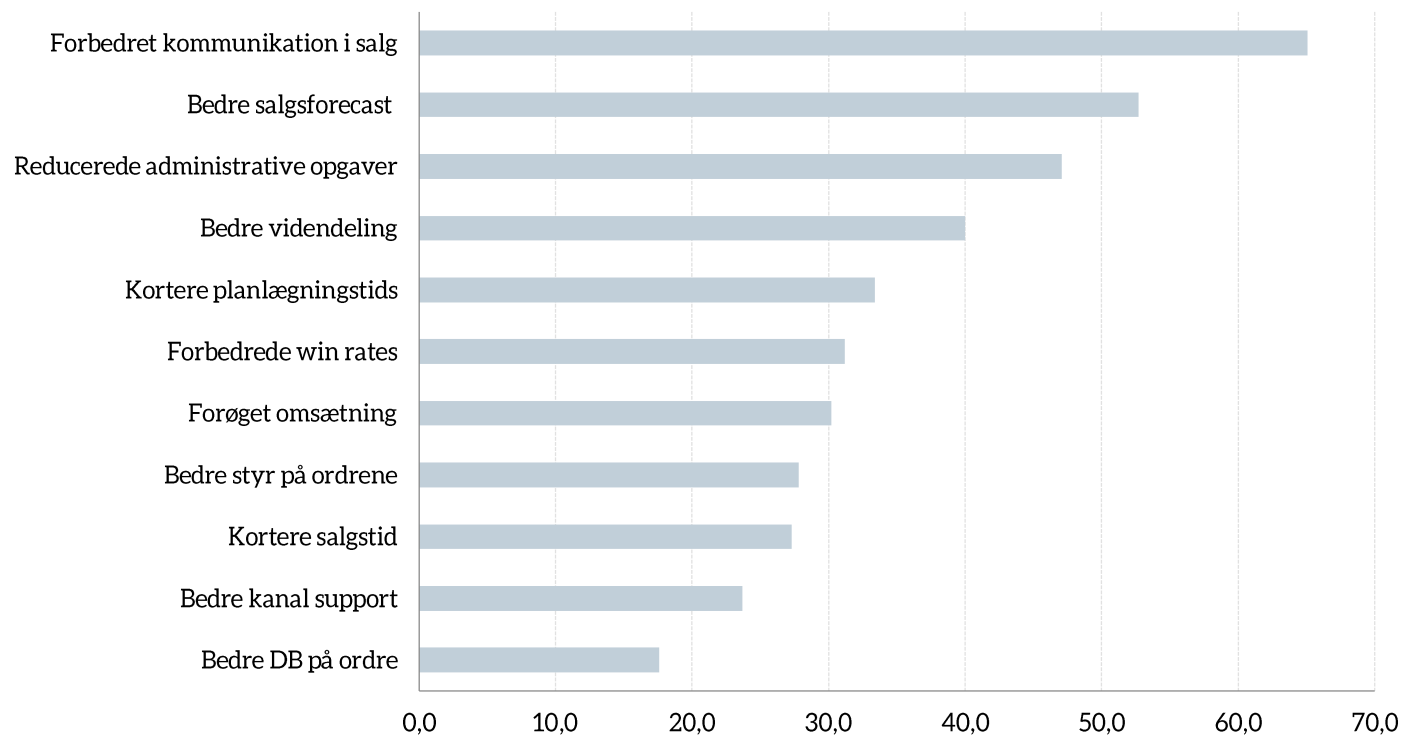
“CRM er konkurrencestrategier rettet mod at skabe værdi for såvel kunde som virksomhed baseret på en forståelse af kundens individuelle behov og præferencer .CRM drives gennem virksomhedens kultur, dens holdning til kunder og medarbejdere, og værdiskabelsen understøttes af en række processer og systemer alle rettet mod at sikre, at den nødvendige og tilstrækkelige viden om kunderelationen er tilstede, når og hvor der er behov for den.”

Kilde: CRM Strategi – Implementeringens 7 trin, Henrik Andersen & Per Østergaard Jacobsen

Forventninger til CRM?

Hvad er dine forventninger til CRM?

Her et eksempel på hvordan salgsafdelingen har oplevet effekten af CRM:



Hvad skal CRM-konceptet gøre?

Skabe gensidig værdi for såvel kunde som virksomhed.

Hvilke krav stiller det til CRM løsningen?



Fits Your People → Understøtte relationer og interaktioner

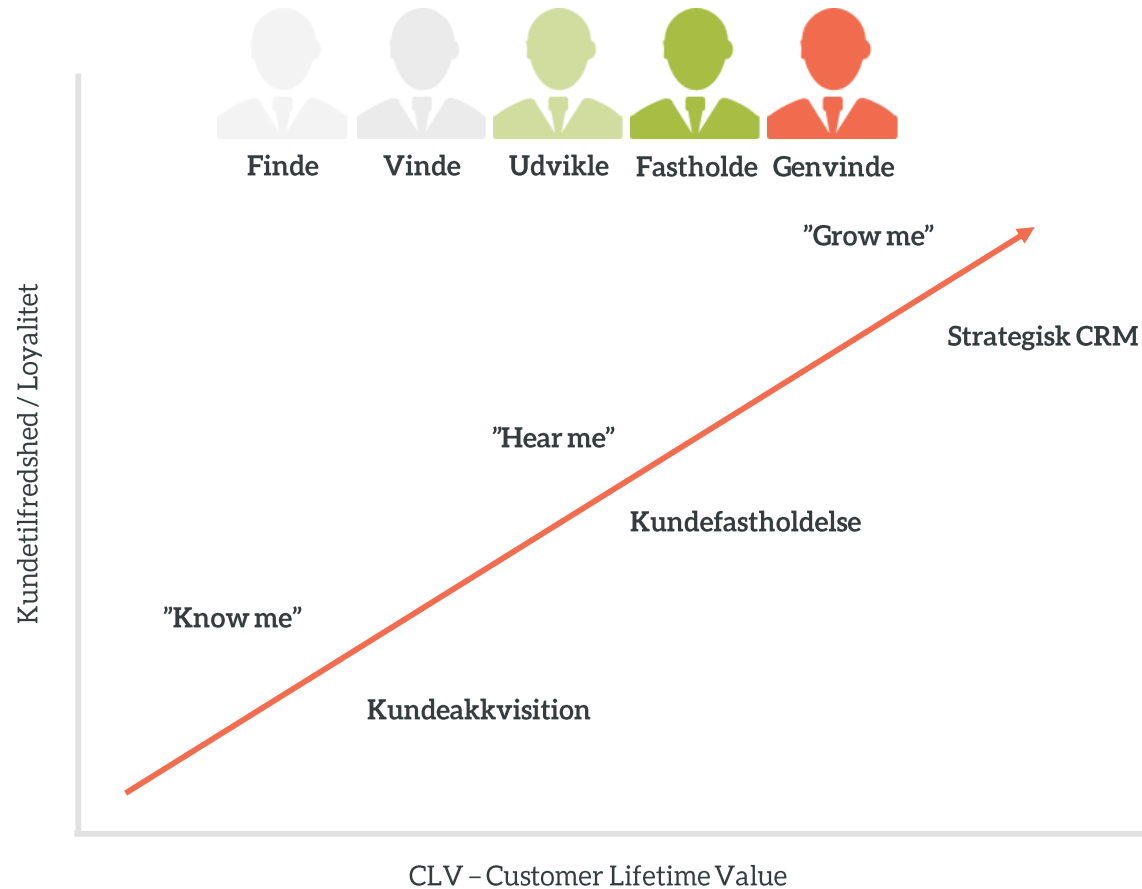


Fits Your Business → Understøtte forretningsprocesser



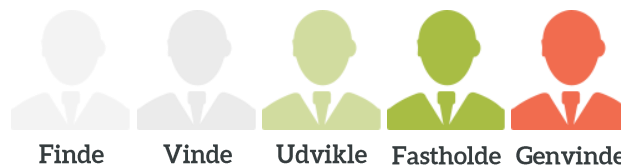
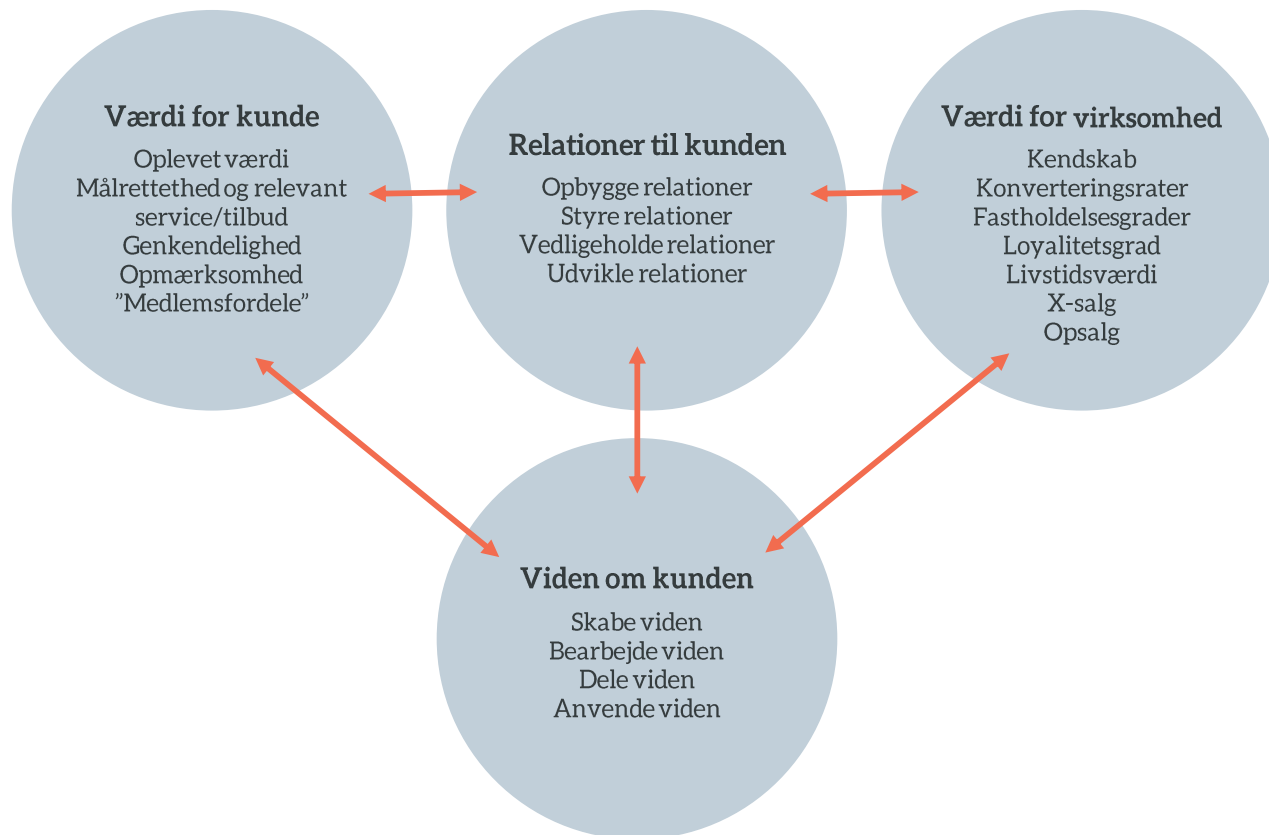
Fits Your Environment → Understøtte forretningsprocesser

Hvordan etableres en kundeorienteret organisation?

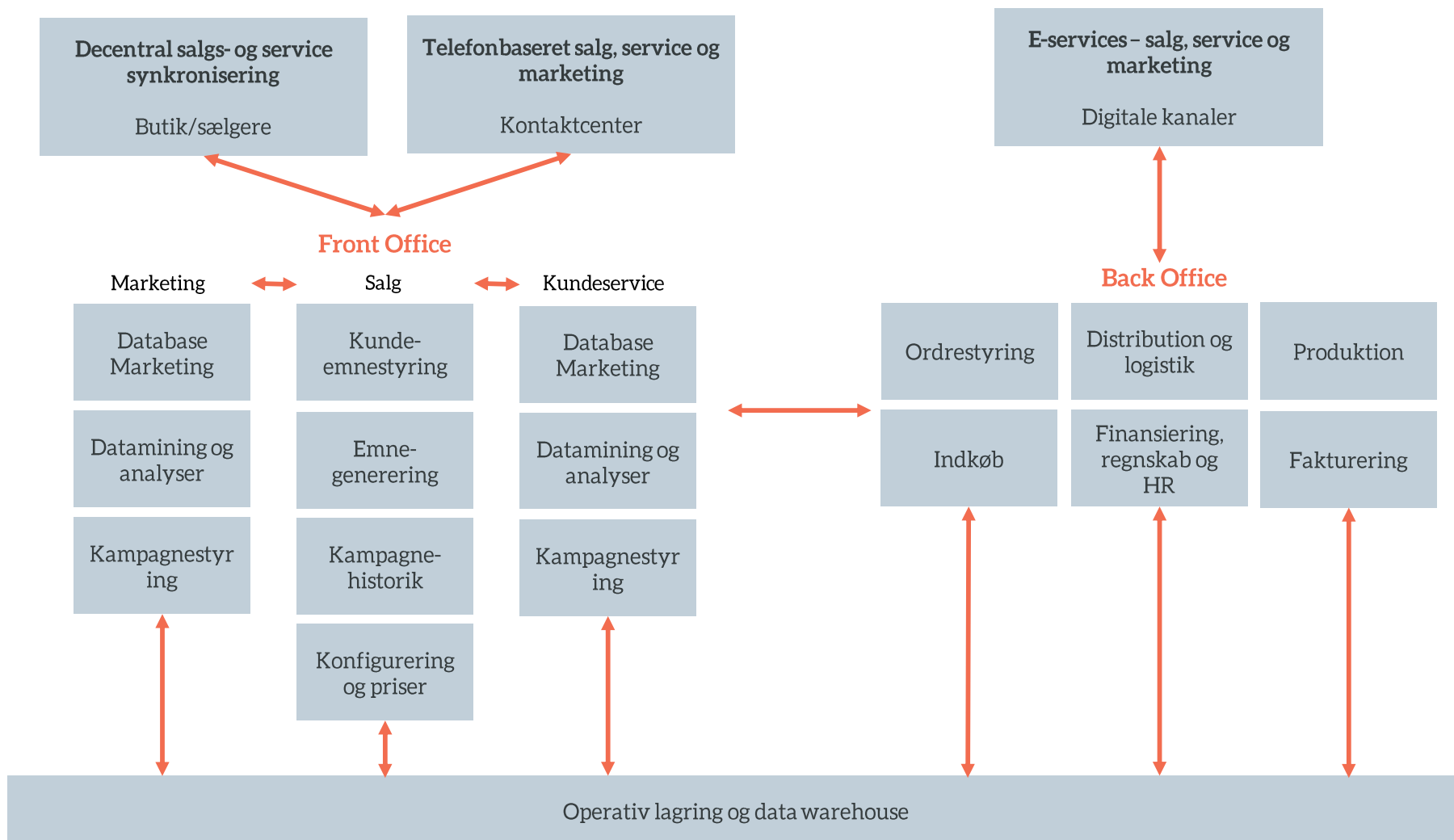


Kilde: CRM Håndbogen – Fra gruppe til multiindivid.
Henrik Andersen & Per Østergaard Jacobsen

Viden udgør fundamentet for at skabe relationer. Relationer er grundlaget for gensidig værdiskabelse.

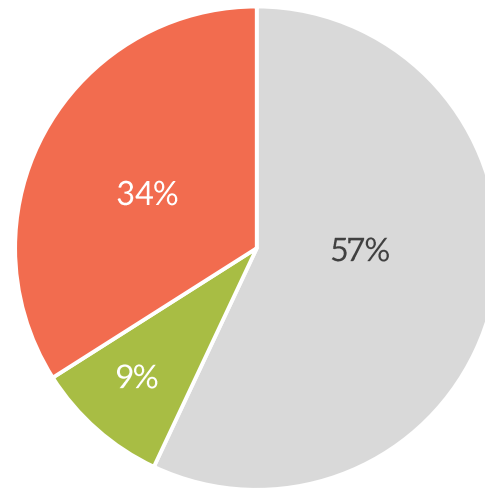
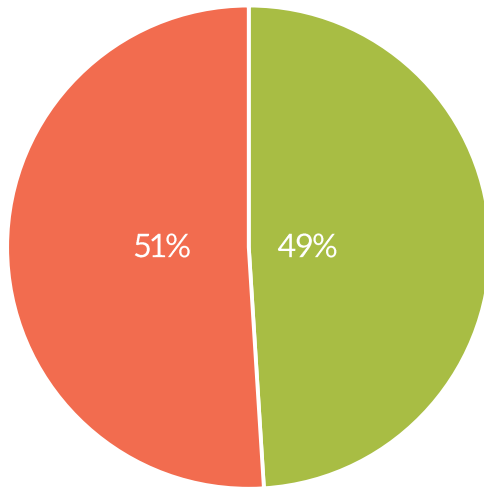


Et kig ned i motorrummet



Erfaringer med CRM?

Gennem de sidste 10 år har gentagne analyser vist, at halvdelen af CRM projekterne snubler!

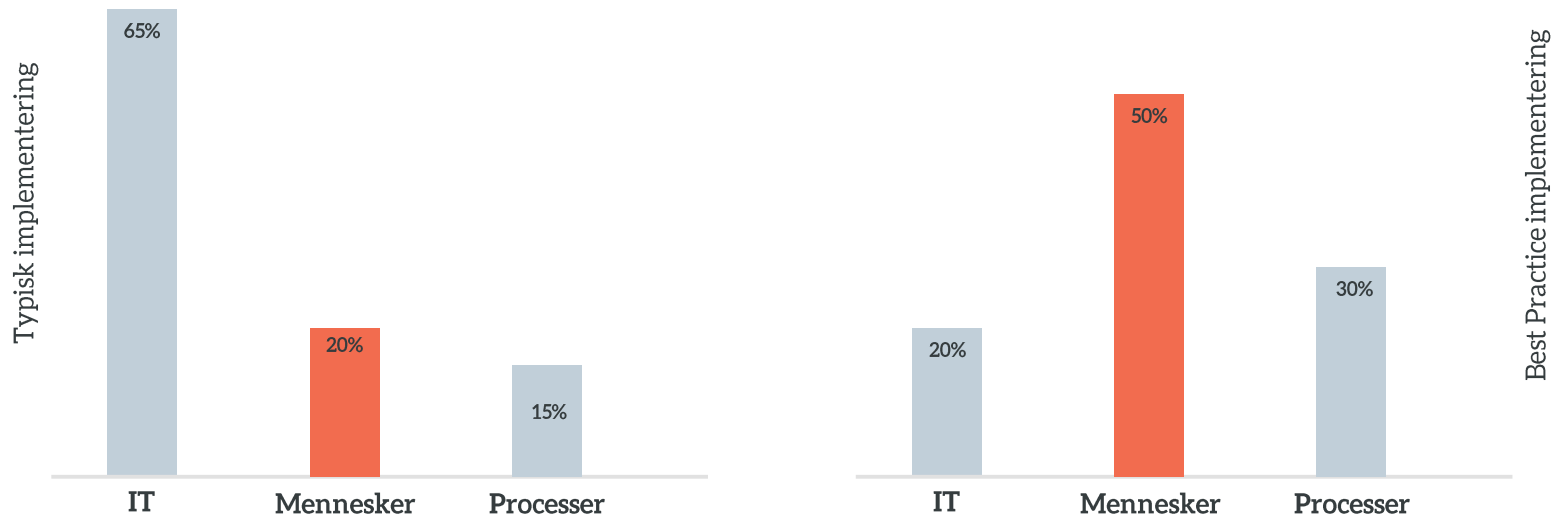


■ Overvejende positive effekter ■ Mindre eller ingen

■ Overholdt budget ■ Under budget ■ Over budget

Hvorfor går det galt?

Der hvor det ofte går galt, er når implementeringen sker som et IT-projekt!



OO + NT = EOO

Old Organisation + New Technology = Expensive Old Organisation

Hvordan sikrer du den optimale CRM-implemtering?

Vores CRM konceptmodel giver et godt udgangspunkt



Gode råd

- Skab et holistisk overblik over kunden og relationen. Det fører til viden, der viden, der fører til øget værdi
- Indsamling af informationer om kunden er en strategisk beslutning (Husk at anvende disse aktivt)
- Skab et team-baseret salg (Brug din viden)
- Mål og styr kundernes profitabilitet (Prioriter din indsats)
- Se enhver kundekontakt som en gave og en mulighed for udvikle relationen (Lyt & lær)

Husk! Det er en strategisk beslutning at indsamle, bearbejde, dele og anvende viden om kunderne!

Mine erfaringer siger mig

Efter af have skrevet 4 bøger om CRM og deltaget i en lang række projekter gennem de sidste 10 år, bliver det mere og mere tydeligt at der næppe er det store behov for at have en metode og proces til at vælge det rigtige system.

Valget af system er mindre væsentligt hvis ikke mennesker, kultur og processer er på plads. Det er nemlig ikke kun et IT projekt! Det handler allermest om mennesker og kultur (50 %) og processer (30%).

Der er således behov for at implementere løsningen rigtig og sikre en forankring af virksomhedens strategi i løsningen og dermed opnå den optimale virkningsgrad af investeringen.

Her bidrager jeg gerne med min erfaring.



Hvordan kan vi hjælpe dig med CRM?

STRATEGI, IMPLEMENTERING, RÅDGIVNING, SPARRING OG/ELLER INSPIRATION?

KONTAKT OS FOR EN UFORPLIGTENDE DRØFTELSE AF MULIGHEDERNE

PJA@EFFICIENS.NU
+45 2562 4898