



## Bent u klaar voor CRM ?

Hoe CRM uw business kan ondersteunen, verschilt van bedrijf tot bedrijf. In een tijdperk waar social media en mobiel werken niet meer weg te denken zijn, wilt u bovendien klaar zijn voor de nieuwe communicatievormen. Daarom bevelen we een voorstudie aan om een duidelijk CRM-businessplan op te stellen voor uw bedrijf.

Hoe kan CRM een meerwaarde bieden voor uw bedrijf? Hebt u een CRM-oplossing nodig? Welke oplossing is de meest optimale voor uw bedrijf? Kunt u de ROI van uw CRM-implementatie meten? Wat is de actuele waarde van uw huidige CRM-aanpak? Heeft u de nodige middelen in handen om een omni-channel strategie uit te bouwen?

Realdolmen stelt u haar CRM 'Readiness' Programma voor. In nauwe samenwerking met u, analyseert deze grondige studie of CRM interessant kan zijn voor uw bedrijf, en zo ja, welke CRM-aspecten u kunnen helpen om uw bedrijfsdoelstellingen te verwezenlijken.

Het CRM 'Readiness'-programma helpt u bij het identificeren van een volledig framework van **klantgerichte processen**. Op basis van het resultaat van die oefening wordt een nieuw framework uitgewerkt met aanbevolen 'to be'-processen, waarbij de sterke punten van de huidige individuele contactstrategieën worden behouden, maar meerwaarde wordt toegevoegd vanuit een **bedrijfsperspectief**.

Daaruit volgt een duidelijk beeld van de **'Toegevoegde Waarde'** van een CRM-systeem in uw bedrijf, met geïdentificeerde KPI's, die dit resultaat tastbaar maken en die de basisinformatie vormen voor een gedetailleerde ROI-berekening. Zo bent u klaar voor de toekomst.

### **BEPAAU UW CRM-IMPLEMENTATIE VOORDAT U ERMEE VAN START GAAT**

Het CRM Readiness-programma verleent u het nodige inzicht

om te beslissen hoe u uw klantgerichte activiteiten kunt bevorderen. Het vertaalt de huidige best practices uit de praktijk in een geoptimaliseerde CRM-strategie, waarbij het uw belangrijkste succesfactoren zichtbaarder en meer herkenbaar maakt binnen uw organisatie.

Het CRM 'Readiness'-programma kan aanbevelingen formuleren op de volgende domeinen:

- Vertalen van de missie van uw organisatie naar een **CRM-filosofie en -methodologie**.
- Aftoetsen van de **contactstrategie en communicatieprocessen** binnen uw bedrijf met de aanbevolen operationele procedures ter ondersteuning van uw CRM-filosofie en -methodologie op gebied van Sales, Marketing en Service.
- **Duidelijke KPI's**, die een doorzichtige vertaling moeten zijn van de belangrijkste business drivers om van start te gaan met CRM en meetinstrumenten om die op het terrein op te volgen.
- **Optimale organisatiestructuren** ter ondersteuning van de hogervermelde doelstellingen, waarbij rekening wordt gehouden met de cultuur binnen uw organisatie en het mogelijke evenwicht tussen algemene leidinggevende richtlijnen en lokale flexibiliteit.
- Mogelijke beslissingen over **IT infrastructuur**, waaronder data handling en procesharmonisatie, ter ondersteuning van de sales- marketing- en serviceprocessen. Elk scenario wordt nauwkeurig beschreven met zowel de voordelen als de uitdagingen die u kunt tegenkomen als u een bepaalde richting inslaat.



## ONZE AANPAK

## REFERENTIES

- Janssen Pharmaceutica
- Baxter
- Imperial Tobacco
- InBev
- H. Essers
- Konvert Interim
- Sioen
- Niko
- VIB
- Soleras
- ...

## INTERESSE ?

Voor meer informatie, kunt u mailen naar [infoCRM@realdolmen.com](mailto:infoCRM@realdolmen.com).

We nemen dan zo snel mogelijk contact met u op.

Tijdens het CRM 'Readiness'-programma worden een aantal mijlpaaldocumenten opgesteld, en alle interactie met het bedrijf zal in detail worden bijgehouden voor latere referentie. Die documenten worden in een op voorhand vastgelegd formaat opgesteld om het proces te versnellen en het bedrijf vlot door het CRM 'Readiness'-programma heen te leiden.

Omdat elke klant een verschillende visie op CRM heeft, zullen de mijlpaaldocumenten verder worden aangepast aan de behoeften van de klant. Op die manier zullen wij professionele resultaten gericht op doel en actie kunnen afleveren die uw business echt kunnen bevorderen. Het programma verloopt in **3 fases**:

### DEFINITIEFASE: FOCUS OP UW PRIORITEITEN

Om ervoor te zorgen dat we de juiste mensen betrekken bij de 'Readiness' studie en dat de focus komt te liggen op de juiste aspecten van het CRM 'Readiness'-programma, wordt een beperkt aantal intake-interviews afgenomen om de projectverantwoordelijken te helpen bij het identificeren van de belangrijkste stakeholders.

Tijdens de eerste meeting met de CRM-stuurgroep bepalen we samen met u de belangrijkste doelstellingen van die oefening, en identificeren we de grootste uitdagingen. In een latere fase maken we die doelstellingen tastbaarder, zodat we ze kunnen gebruiken bij de opvolging en om het succes van onze CRM-implementatie te meten. Om geen enkel cruciaal punt over het hoofd te zien, wordt een bijkomende risicoanalyse uitgevoerd, zodat de set aanbevelingen de realiteit van uw organisatie echt weerspiegelt.

### ANALYSEFASE: BESCHRIJF UW 'AS IS'- EN 'TO BE'-SITUATIE

Samen met alle belangrijkste stakeholders, worden de 'AS IS'-situatie en de 'TO BE'-verwachtingen veel gedetailleerder onderzocht en beschreven. Tijdens meerdere workshops voeren we een diepgaandere analyse uit van de belangrijkste doelstellingen. Het resultaat van die oefening wordt in ons voorgeformatteerd CRM 'Readiness'-framework bijgehouden, waardoor u een uitgebreid holistisch overzicht krijgt van de 'AS IS'- en 'TO BE'-analyse.

### VALIDATIEFASE: AANBEVELINGEN GERICHT OP DOEL EN ACTIE

Uitgaande van het CRM 'Readiness'-framework en de workshops met de belangrijkste stakeholders, wordt tot een grondige analyse overgegaan om de operationele processen binnen uw bedrijf te optimaliseren. Daaruit resulteert een set van aanbevelingen, gebaseerd op de marktnormen en diverse best practices. Er worden alternatieve scenario's naar voren geschoven en elk scenario wordt uitvoerig beschreven met zijn voor- en nadelen.