



Vi skaber værdi gennem fokus på viden, relationer, processer og performance management
i krydsfeltet mellem mennesker, forretning og IT

CRM – Udfordringer & 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.”

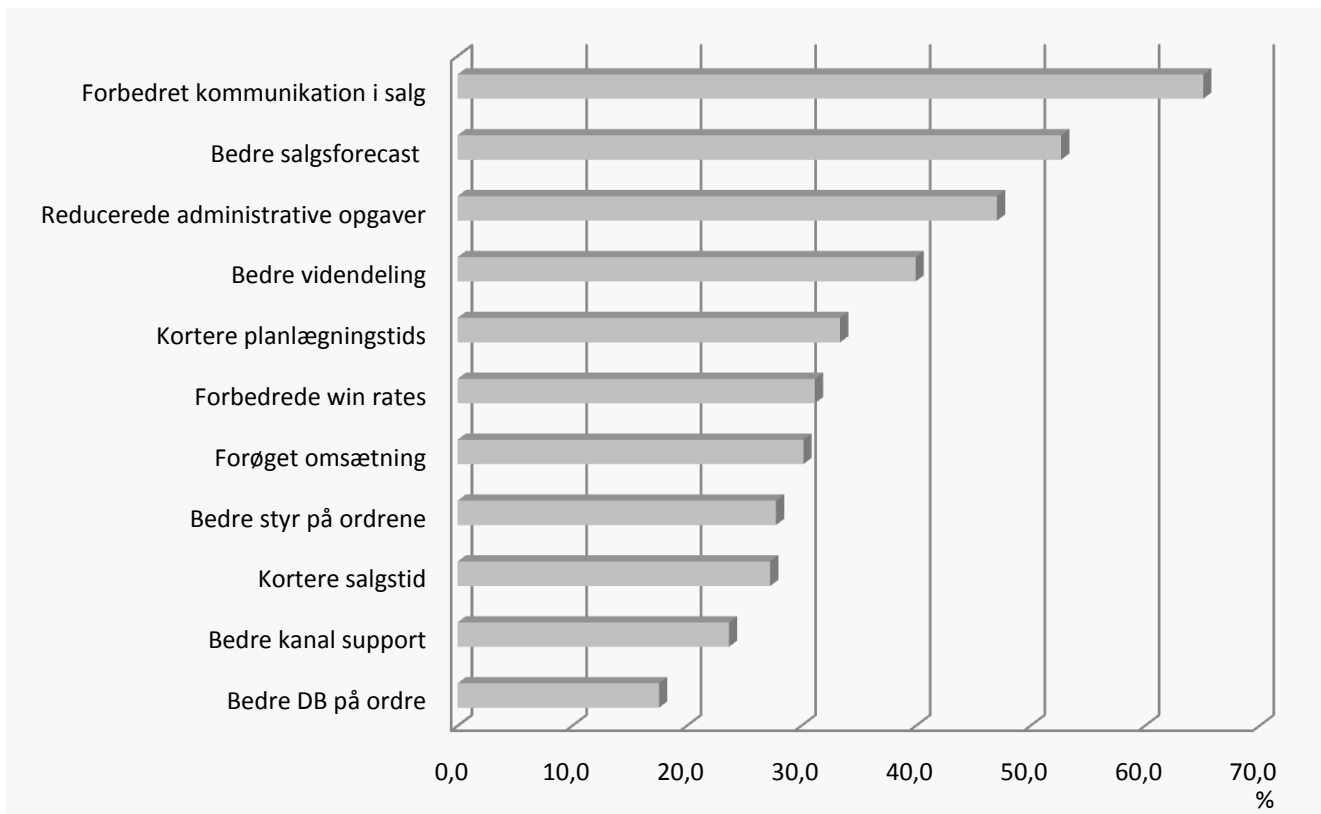
Kilde: CRM Strategi – Implementeringens 7 trin, Henrik Andersen & Per Østergaard Jacobsen



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 & interaktion



Fits Your Business → Understøtte forretningsprocesser



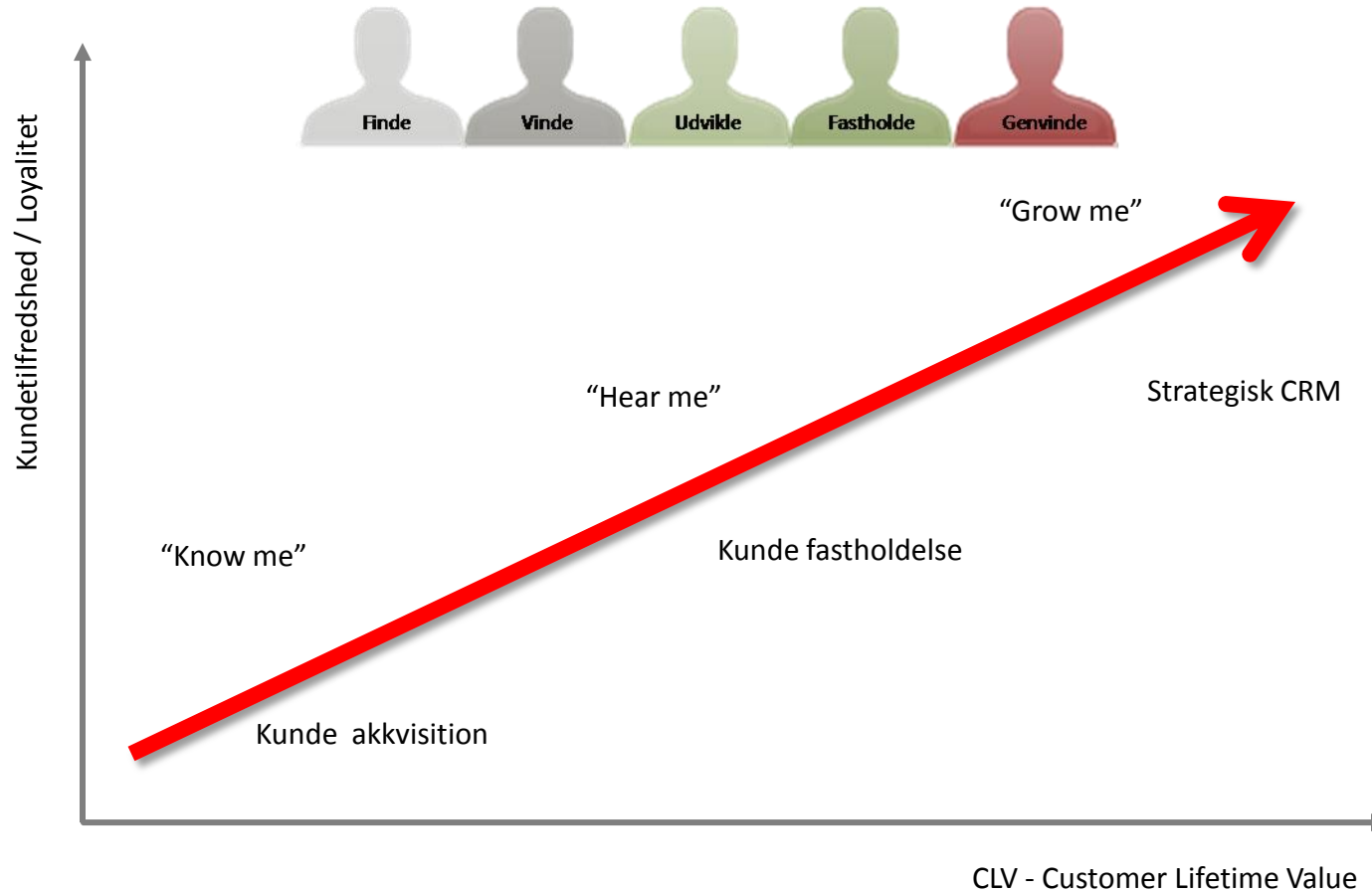
Fits Your Environment → Understøtte videndeling

CRM skal understøtte virksomhedens kundefokus





Hvordan etableres en kundeorienteret organisation?

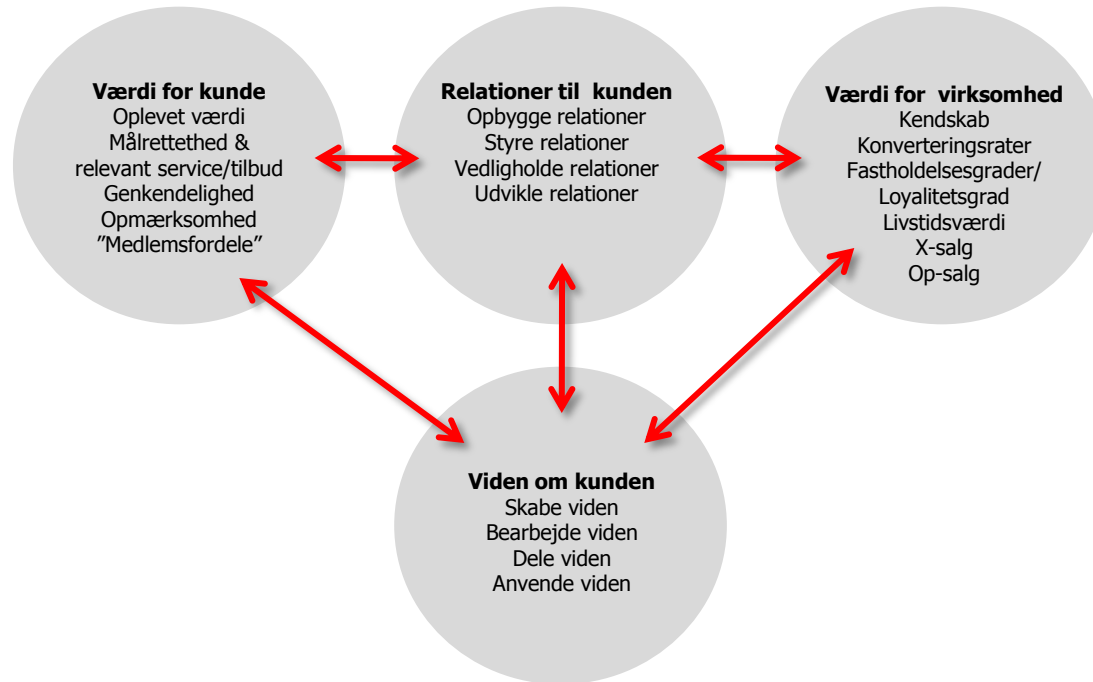


Kilde: CRM Håndbogen – Fra gruppe til multiindivd. Henrik Andersen & Per Østergaard Jacobsen



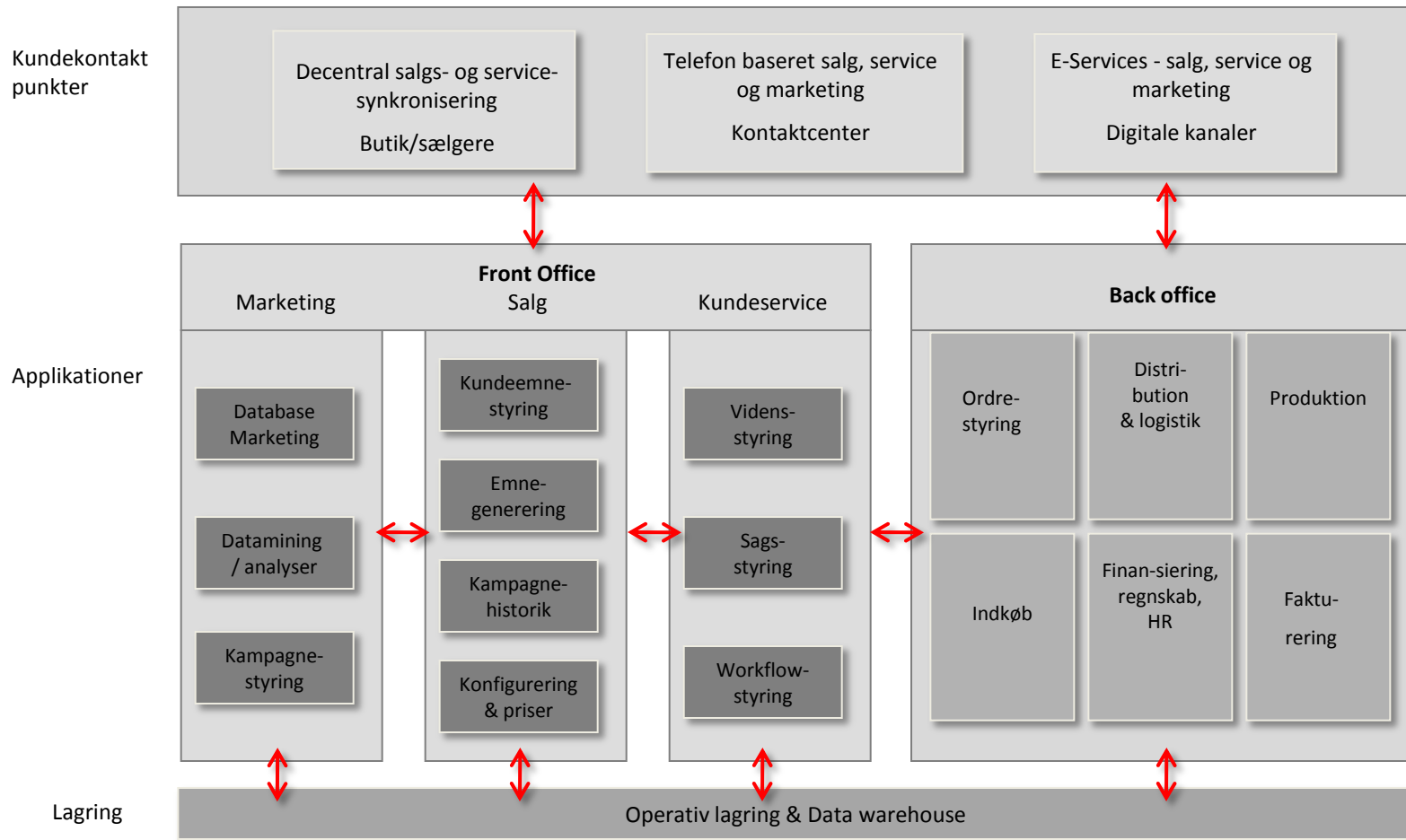
Viden udgør fundamentet for at skabe relationer

Relationer er grundlaget for gensidig værdiskabelse





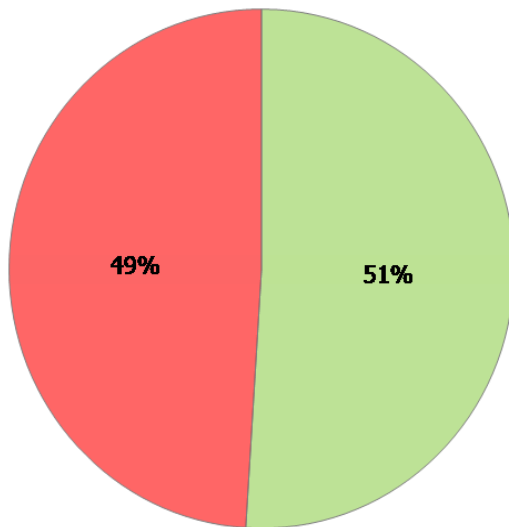
”Et kikk ned i motorrummet”



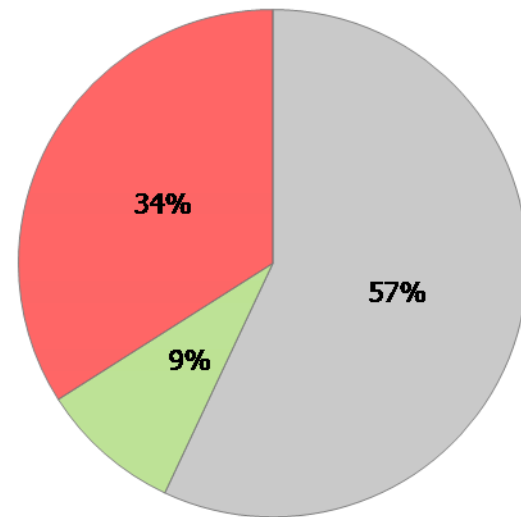


Erfaringer med CRM?

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



■ Overvejende positive effekter ■ Mindre eller ingen effekter



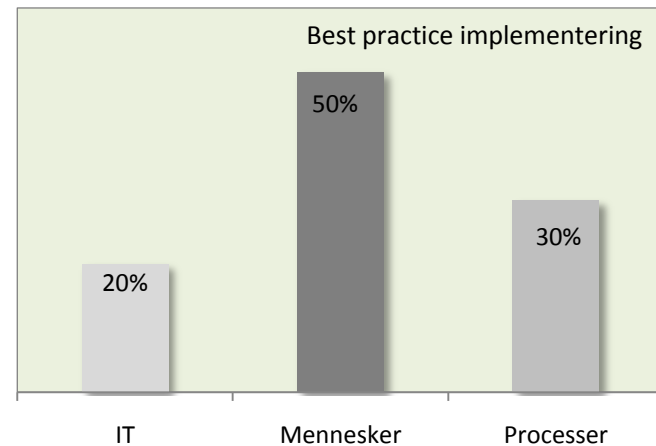
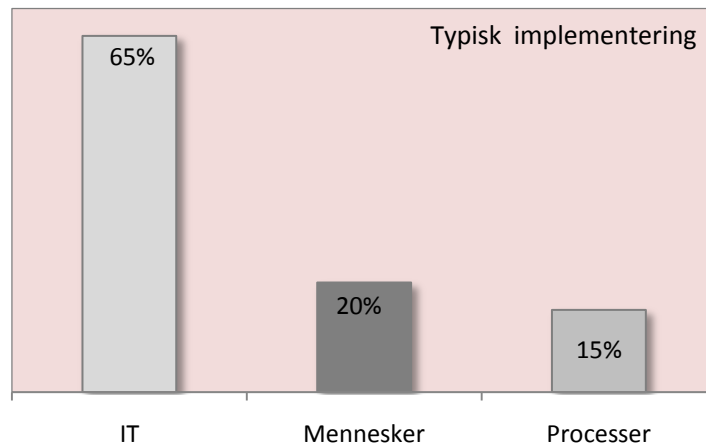
■ Overholdt budget ■ Under budget ■ Over budget

Kilde: CSO survey 2008



Hvorfor går det galt ?

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



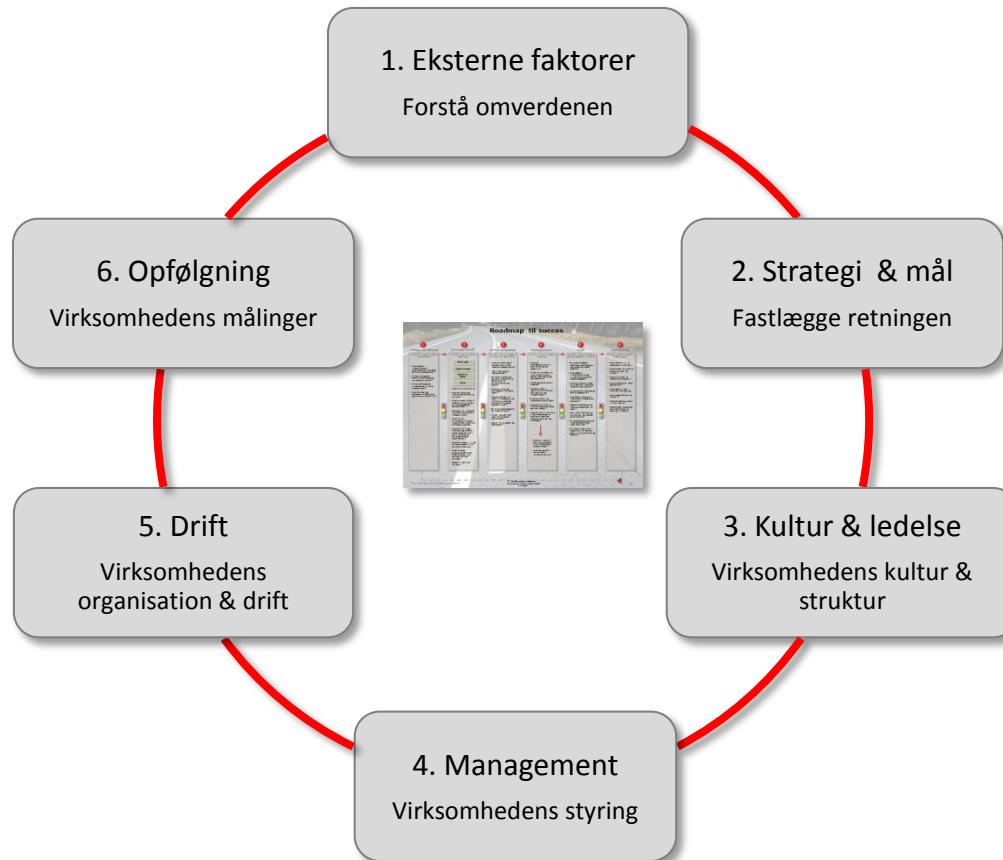
OO+NT = EOO

Old Organization + New Technology = Expensive Old Organization



Hvordan sikre du den optimale CRM implementering?

Vores CRM konceptmodel giver et godt udgangspunkt





CRM – Gode råd

- Skab et holistisk overblik over kunden og relationen = Viden -> 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)

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



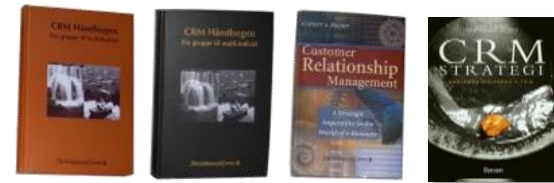
Mine erfaringer siger mig -

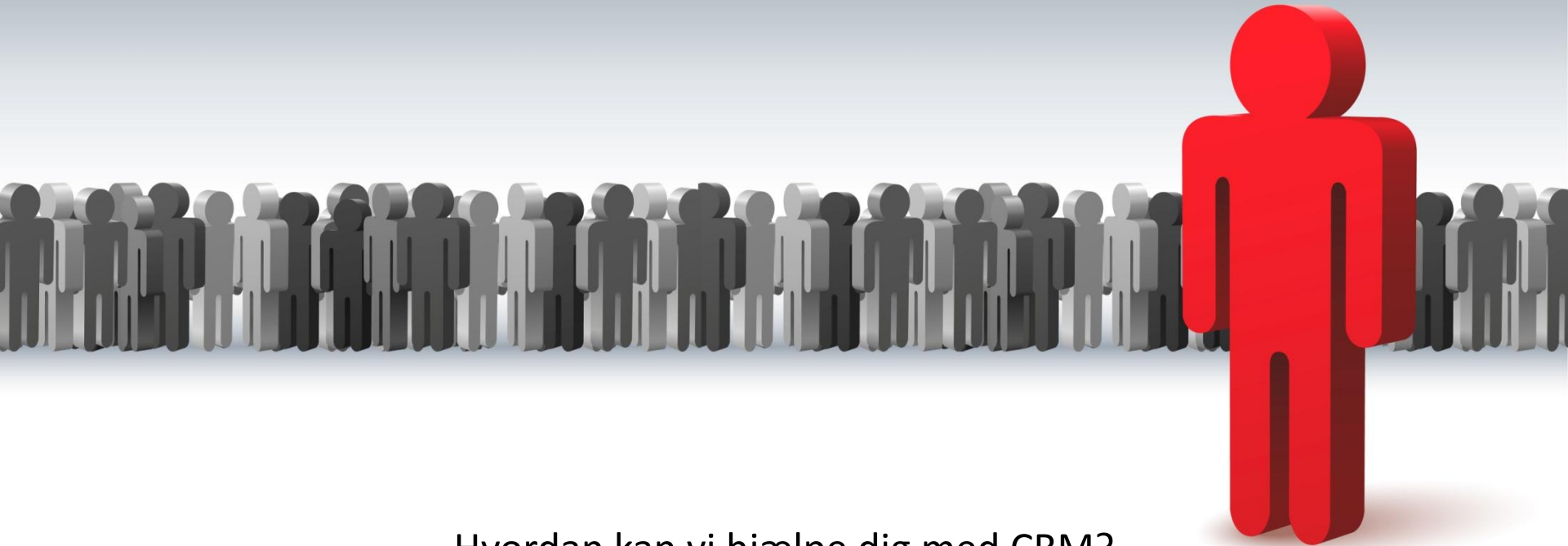
Efter af have skrevet 4 bøger om CRM og deltaget i en lang række projekter gennem de sidste 10 år, bliver det mere og mere tydeligt at der næppe er det store behov for at have en metode og proces til at vælge det rigtige system - Valget af system er mindre væsentligt hvis ikke mennesker, kultur og processer 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 gerne for en uforpligtigende drøftelse af mulighederne:

pja@efficiens.nu
M: + 45 2296 5445