

## ■ HET BELANG VAN CRM

CRM software speelt een vitale rol bij de inrichting van een effectieve en efficiënte verkooporganisatie. Maar behalve voor relatiebeheer, de registratie van klantcontacten en eventueel het bijhouden van de salespipe kan ook voor de beheersing van processen rond marketing en service ondersteunende software niet meer worden gemist.

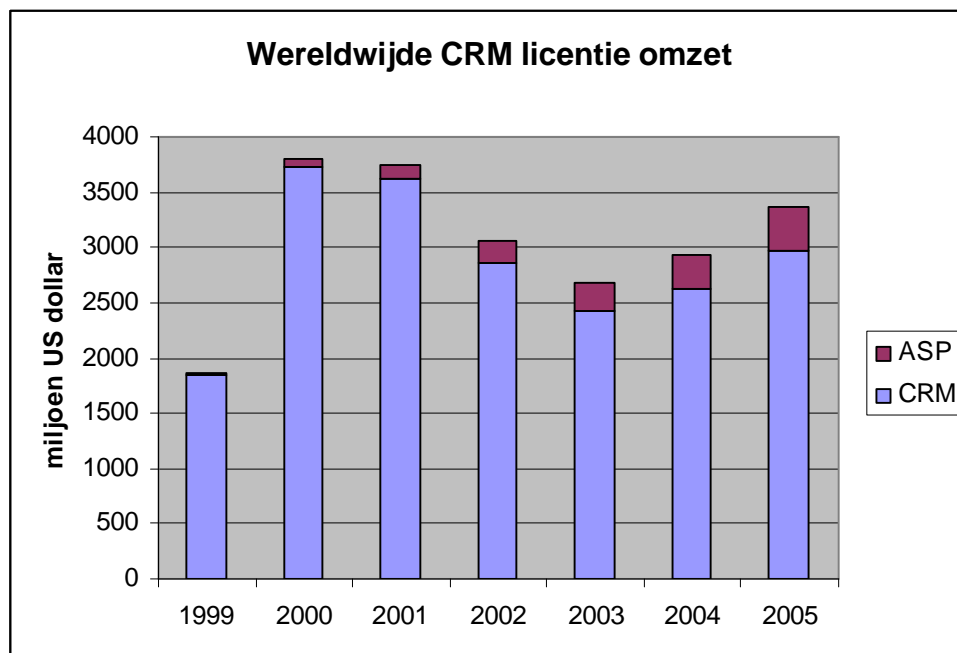
De opkomst van internet-technologie voegt hiernaan een nieuwe dimensie toe, bijvoorbeeld als het gaat om:

1. gerichte mailings via e-mail (zgn. web direct marketing)
2. een extranet, d.w.z. een klantspecifiek portaal met informatie op het gebied van sales, support en service

Het is daarom niet verwonderlijk dat er veel geld omgaat in de markt voor CRM software en services.

### Omvang van de bestedingen in CRM

In 2002 bedroeg de wereldwijde omzet in CRM licenties ruim drie miljard US dollar. Dat lijkt misschien niet veel. De uitgaven voor licenties bedragen echter maar 15% van de totale bestedingen, althans bij klassieke implementaties waarbij de software gekocht wordt (in plaats van ASP of hosting) en op een eigen server wordt geïnstalleerd.



Naast de besteding voor de licenties, bedragen de kosten voor de implementatie (installatie, configuratie, trainingen) doorgaans

evenveel of zelfs meer. Daarnaast komen dan nog eens de uitgaven voor support, maatwerk, het eigen IT-personeel, hardware en aanpassingen aan infrastructuur. De totale bestedingen bedroegen daardoor in 2002 een slordige 20 miljard dollar. Na een kleine krimp van de markt in 2003 (economische recessie) wordt voor dit jaar – 2004 - een zelfde bedrag verwacht.

### CRM als service: ASP

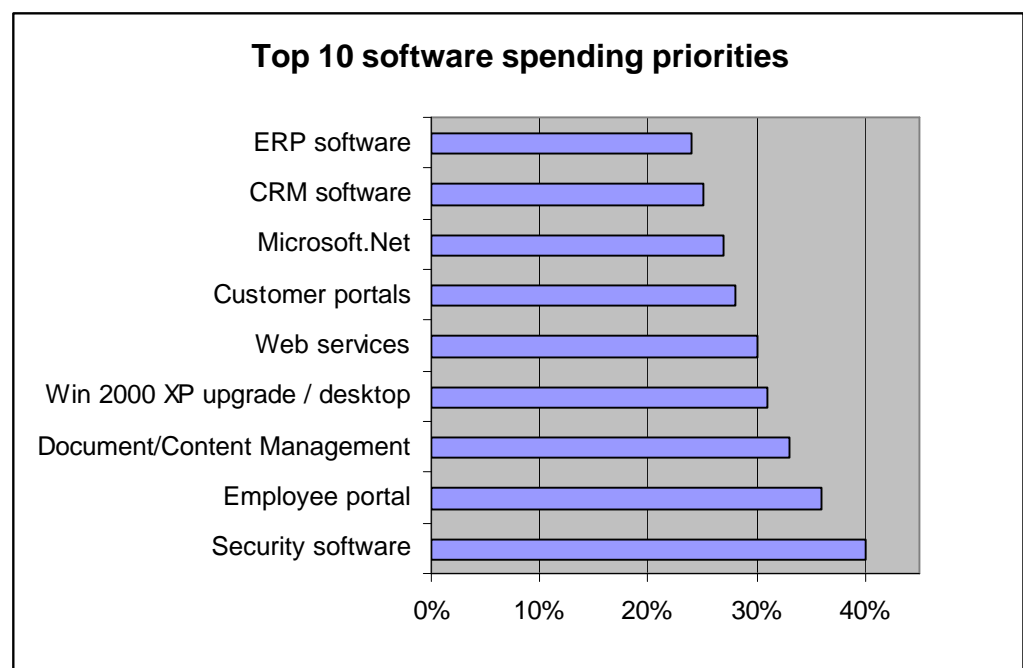
Het aandeel van de bestedingen dat naar CRM als service – hosting of ASP genoemd - uitgaat, neemt de laatste jaren sterk toe. In 2005 zal dit aandeel toenemen naar 13% (marktonderzoek van Forrester).

De belangrijkste redenen voor deze ontwikkeling zijn de volgende.

- De noodzaak voor organisaties om investeringen sneller terug te verdienen. CRM als hosted service vergt nagenoeg geen investering vooraf. Het is dus veel goedkoper dan een klassieke implementatie van CRM.
- De acceptatie van het ASP model neemt toe. Wereldwijd zijn aanbieders van ASP oplossingen erin geslaagd het vertrouwen van hun klanten waar te maken.
- Met hosted CRM kan sneller van start worden gegaan. Juist door het ontbreken van ingewikkelde en dure implementatietrajecten.

### CRM: een thema voor één op de vier organisaties

Een andere benadering is de vraag in hoeverre CRM een actueel thema is voor organisaties. Volgens marktonderzoek bureau Morgan Stanley was dit in 2003 inderdaad het geval voor één op de vier IT directeuren!



Wat verder opvalt aan de bovenstaande grafiek, is dat 28% van de ondervraagden een klantspecifiek extranet (customer portal) tot één van de tien belangrijkste uitgaven rekende. Volgens onze definitie behoort zo'n customer portal echter evenzeer tot CRM bestedingen. CRM komt daarmee twee keer voor in de top tien van IT bestedingen!

### Waarom CRM zo belangrijk is

De belangrijkste vraag is: waarom onze klanten klant blijven? Wat is van invloed op hun loyaliteit? Waarom blijven klanten uw organisatie jaar in, jaar uit, trouw? Klanten doen graag zaken met u als:

- u verplichtingen correct nakomt
- het gemakkelijk is om met u zaken te doen
- u concurrerende prijzen vraagt voor uw product of dienst
- u bewezen inzicht hebt in hun behoefte
- uw organisatie toegankelijk en vlot reageert
- u goed communiceert
- u competent personeel in dienst hebt

Waarom kiezen klanten voor uw concurrent? Dat is natuurlijk mede afhankelijk van uw bedrijfstak. In de automobiel branche bijvoorbeeld, kopen slechts 50% van de tevreden klanten de tweede keer een nieuwe auto van hetzelfde merk! In het algemeen echter, geldt dat klanten vertrekken om de volgende redenen:

- 68% is ontevreden met de service
- 15% vindt de prijs te hoog, en
- 12% is ontevreden met het geleverde product.

Verder geldt dat al naar gelang, een ontevreden klant 8 – 10 anderen zijn vervelende ervaringen verteld. Het kost ongeveer zeven tot twaalf keer zoveel om een nieuwe klant te maken dan een bestaande te behouden.

Het zal nu dus wel duidelijk zijn, waarom CRM zo belangrijk is. Bedrijven geven alleen geld uit als daardoor hetzij méér geld wordt verdiend, hetzij geld dat al wordt uitgegeven kan worden bespaard. Het unieke van CRM is dat het beide doet. Door processen rond service en nazorg te verbeteren en door het centraal toegankelijk maken van *alle* klantinformatie, wordt de relatie met de klant verbeterd. Dit leidt op zijn beurt tot bestendige relaties die jaren voortduren. Dus wordt er méér verdiend terwijl er geld op de uitvoering van de processen wordt bespaard.

Organisaties die moeite en geld investeren in CRM, verdienen dus meer én besparen geld.