

# CRM: Kan jeg ikke få mere ud af det?

*Få et forbedret workflow ved at samle flere opgaver i dit CRM.*

Mange virksomheder får slet ikke fuld udnyttelse af deres CRM-system, og i mange tilfælde findes heller ikke en strategi herfor. En undersøgelse fra Copenhagen Business School viser, at danske virksomheder taber mere end 1 milliard om året på forfejlede CRM-projekter. Typiske symptomer er, at CRM-projektet ikke er funderet i nogle klare målsætninger, ikke er tilstrækkeligt forankret i organisationen, og at der ikke er opstillet en business-case. Med andre ord mangler der en strategi for den gensidige værdiskabelse mellem kunde og virksomhed, hvilket netop er drivkraften bag CRM.



I dag anvender de fleste virksomheder udelukkende CRM til direkte kunderelationer og tænker ikke på de ekstra muligheder, der er for integration til andre opgaver i virksomheden, hvilket kan betyde, at de ikke får det maximale ud af deres investering.

Det er vores anbefaling at se CRM-løsningerne i et bredere perspektiv. Lad CRM være omdrejningspunktet for centrale arbejdsgange, der rækker videre end den direkte håndtering af kunder og kommunikation. Med dette udgangspunkt er der enorme effektiviseringsgevinster at hente. Det er jo ærgerligt, ikke at udnytte disse fordele, når man allerede har brugt mange penge på et CRM-system. Visioner og et solidt stykke analysearbejde er det der skal til.

For at fastlægge strategien for implementering af CRM, bør man begynde med at danne sig et overblik over virksomhedens kunderelationer, værdikæde, arbejdsprocesser, kvalitet af data, integrationsmuligheder og så videre. Ud fra dette kan man formulere en CRM-strategi, der optimerer kundeoplevelsen og effektiviserer virksomhedens samlede workflow.

## **Få det ekstra med**

CRM er i manges øjne udelukkende et customer relationship system, hvor der holdes styr på de basale opgaver i forhold til kunderne. Eksempelvis kundestamdata, kommunikation, målrettet og personlig kontakt til enkelte kunder, segmentering på kunder, tracking af marketing- og salgstrends, opsamling af kundedata m.v.

Alt dette er som oftest den egentlige grund til, at virksomheder investerer i et CRM-system. Men hvis man ser på de faktiske muligheder, kan du få meget mere ud af din investering ved at gøre CRM-systemet til det centrale omdrejningspunkt for et fuldt ordreworkflow. Et vigtigt element er en bevidsthed om egne kompetencer – også på ledelsesniveau – og så sætte sig realistiske mål og delmål. Evnen til at tænke ud af boksen og se de muligheder, der ligger i at samle andre opgaver i virksomhedens workflow i jeres CRM, hvor det giver mening.

*”Vi har simpelthen så mange systemer, der skal tastes i og jeg kan ikke overskue et mere”, og ”Vi skal manuelt flytte data fra det ene system til det andet”,* er argumenter, der ofte bliver hørt i virksomheder. Hvis du har andre systemer, der er implementeret til at varetage små dele af din forretning, skal du overveje om nogle af disse med fordel flyttes ind i CRM’s brugerflade. Dette giver ikke blot nye muligheder i arbejdsprocesserne, men også medarbejderne et hurtigere og bedre workflow.

For mange virksomheder vil det give rigtig god mening at samle adgangen til andre applikationer i CRM's brugerflade, eksempelvis opgaver som disponering, booking, produkt- og priskonfiguration, generering af tilbud og kontrakter, dokument workflows, afregning og så videre. Fordelene ved at samle al funktionalitet i et system er åbenlyse, da det giver hurtigere oplæring, bedre workflow, og mindre datavedligehold. Det, at vi har samlet alt data i et system, giver en unik mulighed for at analysere data og lave ledelsesrapportering. Desuden får hele organisationen mulighed for at danne sig et overblik og se status på projekter, kundekontakter, tilbud, ordre, faktureringer m.v.

## Er det investeringen værd?

Der er mange fordele ved effektiv udnyttelse af CRM-systemer, og det er endvidere lettere at dokumentere værdien af investeringen af et CRM-system sammenlignet med mange af de andre software systemer, du kan finde på markedet, da mange af fordelene kan realiseres næste øjeblikkeligt.

Ved at tænke CRM i et bredere perspektiv får man bl.a. følgende fordele:

- Samler centrale forretningsprocesser i ét system
- Konsoliderer data i et system og giver dermed færre fejl
- Sammenhæng og forbedret synlighed i virksomhedens processer
- Mulighed for effektive brugerdefinerede rapporter
- Forbedret effektivitet og større overblik giver større kundetilfredshed
- Forbedret vidensdeling samt synkronisering af resultater bidrager til bedre ledelsesrapportering
- Mere målrettet og effektiv forretningsstrategi
- Mere tilfredse medarbejdere i kraft af et bedre overblik.

## GoApplicate hjælper dig med at finde de rigtige løsninger

Hos GoApplicate har vi erfaring med at hjælpe vores kunder til at forbedre deres workflows og se de effektiviseringsgevinster, der ligger i en digitalisering af virksomhedens arbejdsprocesser. Vi har bl.a. hjulpet Europcar med at udvikle en booking-, leasing- og faktureringsløsning, der er integreret i deres CRM, og samler varelager, priskalkulation, tilbud, ordrer samt fakturering i en samlet løsning. Det giver Europcar en mulighed for hurtig og effektiv kundeservice og samtidig muligheden for at trække store mængder af data ud, der kan bruges i deres videre forretningsoptimering.

GoApplicate kan også hjælpe jer med at optimere arbejdsprocesser og dermed styrke det workflow, der er unikt for jeres forretning. Vi stiller gerne op til en uforpligtigende sparring, hvor vi sammen kan finde frem til de forretningsområder, hvor det kunne give god mening for jer at se på en integrationsløsning til jeres CRM-system.

