

Strategische keuze van een CRM oplossing

MKB en web enabled CRM oplossingen

Volgens onderzoeksbureau Gartner zal in 2008 circa 25 procent van de MKB bedrijven tot de conclusie komen dat hosted CRM oplossingen een belangrijke rol zullen spelen in klantcontact en CRM initiatieven*.

Wat is CRM en aan welke randvoorwaarden moet de oplossing voldoen

CRM helpt ondernemingen hun klantgerichte strategieën en processen te automatiseren en te integreren, met als doel de inkomsten en de klanttevredenheid te verhogen, de kosten te verlagen en de winstgevendheid van klanten op de lange termijn te waarborgen. CRM software biedt geïntegreerde Sales- en Servicemodules waarmee de medewerkers informatie in de hele organisatie kunnen delen en die de onderneming in staat stelt consistente en geautomatiseerde processen te hanteren. CRM-systemen zijn vaak toegankelijk vanuit het bedrijfsnetwerk of via internet en bieden een flexibele, schaalbare architectuur die gemakkelijk te integreren is met bestaande officetoeepassingen. Om aan de behoeften en het budget van middelgrote ondernemingen tegemoet te komen, staan drie doelen centraal:

De productiviteit verhogen

CRM verhoogt de productiviteit van de onderneming doordat het verkopers en servicemedewerkers efficiënter laat werken.

Gebruiksgemak

Doordat CRM toegankelijk is vanuit de web browser en voorzien is van een intuïtieve gebruikersinterface, is het gemakkelijk aan te leren en te gebruiken. Een minimale training is genoeg om snel op volle kracht aan het werk te kunnen.

Meer autonomie voor werknemers

Met CRM kunnen verkopers hun resultaten verhogen door de verkoopcyclus te verkorten en meer transacties te sluiten. Ze kunnen op elke locatie werken, met toegang tot de volledige verkoopfunctionaliteit. Servicemedewerkers kunnen consistente service van hoge kwaliteit bieden doordat ze toegang hebben tot up-to-date hulpmiddelen en informatie om problemen snel te overzien en op te lossen, waardoor ze in dezelfde tijd meer klanten kunnen helpen.

Meer grip voor het management

Met CRM krijgen managers meer inzicht in belangrijke bedrijfsgegevens. Ze kunnen alle verkoop- en serviceactiviteiten bekijken en allerlei rapporten opvragen die hen in staat stellen snel en goed geïnformeerd te beslissen, verkoopresultaten te voorspellen en te meten, en kansen, trends en problemen te onderkennen.

Geautomatiseerde processen

Het management kan consistente verkoop- en serviceprocedures invoeren, waardoor het meer grip op de bedrijfsvoering krijgt. Dankzij aanpasbare workflowregels voor de automatisering van verkoop- en serviceprocessen worden werknemers bovendien verlost van allerlei tijdrovende taken en voorzien van de hulpmiddelen en informatie die ze nodig hebben om zich

* Het volledige rapport is beschikbaar via i-Concept.

te kunnen concentreren op hun eigenlijke werk: succesvol verkopen en een superieure klantenservice bieden.

De totale eigendomskosten (TCO) laag houden

Bij het ontwerp van een CRM oplossing moet er naar gestreefd worden naar een zo groot mogelijke flexibiliteit te betrachten voor een redelijk bedrag. Dit betekent dat het snel inzetbaar is, gemakkelijk op maat te maken en te onderhouden, en schaalbaar zodat het met de onderneming kan meegroeien.

Snel inzetbaar

De CRM oplossing moet binnen een paar uur geïnstalleerd en operationeel zijn, en in enkele dagen of weken aan te passen aan de behoeften van de onderneming.

Gemakkelijk op maat te maken en te onderhouden

Formulieren, instellingen en workflowregels zijn gemakkelijk aan te passen aan de specifieke behoeften van het bedrijf of de branche. Bij een upgrade worden de aanpassingen automatisch meegenomen, wat zowel tijd als onderhoudskosten bespaart.

Schaalbaarheid

De CRM oplossing is eenvoudig aan te passen naarmate de onderneming groeit. Men begint bijvoorbeeld met een paar gebruikers. Als het aantal verkopers toeneemt, kunnen extra gebruikers worden toegevoegd, en extra functionele modules om de toenemende klantenvraag beter aan te kunnen. De installatie kan zelfs zover worden uitgebreid dat ook grotere configuraties met verschillende servers en honderden gebruikers worden ondersteund.

Eigen beheer of hosted

De CRM oplossing kan in het bedrijf zelf worden geïmplementeerd of door een ASP (Application Service Provider) worden aangeboden tegen een maandelijks of jaarlijks bedrag. Op basis van hun IT- en infrastructurele middelen kiezen ondernemingen hoe ze hun CRM-oplossing willen gebruiken en beheren.

Zo veel mogelijk integreren

Dankzij de krachtige integratiefunctie beschikken de werknemers over een volledig, nauwkeurig inzicht in de klantgegevens, worden bedrijfsprocessen gestroomlijnd en is de consistentie van gegevens in de hele onderneming gewaarborgd.

Integratie met Office toepassingen

Integratie met Office toepassingen (Microsoft Office of Superoffice) kan zorgen voor verhoging van de productiviteit, mits de verkopers deze Officetoepassingen willen al gebruiken en willen blijven gebruiken. Integratie is vooral handig bij mailings en overige correspondentie.

Toepassingen van derden en webservices

Door te werken met flexibele technologie en open API's die via SOAP en COM toegankelijk zijn, kunnen ontwikkelaars een efficiënte, betaalbare integratie met bedrijfssoftware en financiële applicaties van derden en handige webservices tot stand brengen, ongeacht platform of programmeertaal.

Overzicht potentiële leveranciers

Via deskresearch is onderzoek gedaan naar enkele CRM-leveranciers op de wereldwijde en Nederlandse markt. Zonder zeer specifieke selectiecriteria toe te passen zijn dit spelers die CRM systemen kunnen leveren. In de onderstaande lijst is meegenomen wie als de directe concurrenten van elkaar kunnen worden beschouwd.

Belangrijkste spelers op de Nederlandse markt		Concurrenten		
Bedrijf	Pakket	1	2	3
Applix	Applix iEnterprise	Siebel	Peoplesoft	Selligent
Archie-Aica	Archie CRM	Scope	Selligent	Saleslogix
Baan	iBaan CRM	Oracle	Siebel	Sap
CTB	CBT Acquisitie	Siebel	Oracle	Pivotal
Cyberlan	Goldmine	Siebel	Superoffice	Saleslogix
DBS Business Solutions	DBS Business Manager	Update.com	Archie-Aica	Scope
Eniac Essentials	Enterprise Relationship Management	Siebel	Infinium	
Essics Solutions	Saleslogix	Selligent	Onyx	Scope
eWare	eWare	Selligent	Scope	Update.com
J.D. Edwards	J.D. Edwards	Siebel	Oracle	Selligent
Magma Customer Information	Magma Product Suite	Siebel	Oracle	Selligent
Momocom	Commence	Microsoft	Saleslogix	Superoffice
Microsoft	Microsoft CRM	Superoffice	ACT	Goldmine
Oracle	Oracle E-Tusiness Suite	Siebel		
Peoplesoft	Peoplesoft CRM	Siebel	SAP	Oracle
Pulse Automation Experts	Navision Axapta	Siebel	Goldmine	
Salesmanager Software	Mysap CRM	Siebel	Peoplesoft	
SAP	Salesmanager	Siebel	Peoplesoft	
Scope Marketing Technology	Scope	Peoplesoft	Siebel	
Siebel Systems	Siebel e Business Applications	SAP	Peoplesoft	Oracle
Superoffice	Super Office	Scope	Archie-Aica	Goldmine
Update.com	Marketing Manager	Siebel	SAP	Selligent

In het overzicht hierna is een overzicht gecreëerd van CRM-leveranciers voor het MKB met de focus op de markt van zakelijke dienstverlening. In het overzicht is meegenomen wat voor soort systeem de leveranciers aanbieden, te weten:

- Operational CRM;
- Analytical CRM;
- Collaborative CRM.

Tevens is meegenomen welke vakgebieden de betreffende systemen ondersteunen. Zo wordt op gestructureerde wijze een overzicht gecreëerd wat de mogelijkheden zijn van de genoemde systemen. Daarnaast is een aantal algemene gegevens in het overzicht meegenomen. Uiteraard zijn al deze mogelijkheden gekoppeld aan de kosten van het product. Ook deze staan vermeld in het overzicht. In het onderstaande schema zijn slechts de licentiekosten per product genoemd. Implementatiekosten en consultancykosten zijn niet meegerekend. Deze kunnen per leverancier enorm verschillen.

Potentiële leveranciers		individuele pakketgegevens															
Bedrijf	Pakket	ondersteuning vakgebieden								pakketvorm			algemene gegevens			gegevens (excl BTW en verzendkosten)	
		Business Intelligence	Customer Service	Direct Marketing	e-Business Marketing	Relatiebeheer	Tijdsmanagement	Telemarketing	Verkoopondersteuning	analytisch	collaboratief	operationeel	to taal aantal licenties	to taal aantal gebruikers	meest recente versie		
Microsoft	Microsoft CRM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	onbekend	onbekend	1.2	6000
Tendenz software consultants	Act	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	onbekend	4000000	6	6000
Peopleworks BV	Superoffice	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	23000	250000	10.2	6500
Cyberlan	Goldmine	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	100000	1000000	6	7500
Business Base BV	Business Base CRM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	550	15000	5.5	6800

Het overzicht geeft ondanks de gezamenlijke focus van deze systemen op het MKB en de zakelijke dienstverlening enige belangrijke verschillen weer. Niet alleen verschilt de prijs, maar ook de ondersteuning van vakgebieden en de systeemsoort. Zoals in de voorgaande paragraaf duidelijk werd is een goede ondersteuning van de volgende vakgebieden van belang:

- Verkoopondersteuning;
- Direct Marketing;
- Relatiebeheer;
- Telemarketing.

Om een beter inzicht te geven worden deze systemen nader onderzocht op deze vier vakgebieden. De volgende pagina biedt een gedegen overzicht, zodat de keuze voor een CRM-leverancier en systeem echt gebaseerd is op de wensen en eisen van de betrokkenen binnen de organisatie.

vergelijking potentiële CRM leveranciers op belangrijke vakgebieden																																	
Potentiële leveranciers		mogelijkheden tot c.q. ondersteuning van																															
Bedrijf	Pakket	Verkoopondersteuning																															
		contactafwikkeling	contactprioriteit	contacttracking (status volgen)	afdwingen volgordebehandeling	generering van offertes	aangeven van orderannulering	vastleggen van concurrentieinformatie	vastleggen van orderhistorie	kostenregistratie per medewerker	rapportgenerator	Direct Marketing	ondersteuning selectiemogelijkheden	handmatig aanpassen van een selectie	exporteren (Microsoft) applicaties	ondersteuning internationale mailings	verwerken van respons	versturing mailings per e-mail	Relatiebeheer	gebruik van buitenlands adressen (lay-out)	signaleren van dubbele ingevoerde adressen	automatisch corrigeren van adressen	vastleggen van een organisatiestructuur	vastleggen van onderlinge bedrijfsrelaties	functieindelingen koppelen aan persoon	aangeven vroegere functie contactpersoon	noteren van onderwerpen als marketingacties, orders etc.	Telemarketing	verwerking van inkomende calls	verwerking van uitgaande calls	maken van belijsten	Totaal	
Microsoft	Microsoft CRM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	23
Tendenz software consultants	Act	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	15
Peopleworks BV	Superoffice	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	24
Cyberlan	Goldmine	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	25
Business Base BV	Business Base CRM	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	20

Referenties

"Webenabled CRM", *Gartner, 2002*

www.ean.nl

www.itcommercie.nl

www.gartner.com

msdn.microsoft.com/webservices/

www-130.ibm.com/developerworks/webservices/

java.sun.com/developer/technicalArticles/WebServices/

www.workgroupshare.com

www.soaplite.com

alphaworks.ibm.com/tech/webservicestoolkit

www.appexchange.nl

Mocht u meer willen weten over CRM systemen en de (on)mogelijkheden, surf dan naar www.i-concept.nl en registreer voor een kosteloos webinar consult.

Dit Whitepaper wordt u aangeboden door:

i-Concept InternetWorks BV

Bergweg 122 - 3036 BH Rotterdam

T 010-4139444 F 010-4134999

www.i-concept.nl

Bijlage I: Gartner on web enabled CRM

What You Need to Know

The combination of relatively low startup costs, few IT resources required for startup or maintenance, rapid deployment, ease of use and deep-enough functionality to meet the needs of many SMBs, as well as divisions of some large enterprises, has proved to be the right mix for many enterprises. However, customer relationship management application service providers are not the right fit for all businesses, particularly those requiring support for unique or industry-specific business processes and a high level of enterprise integration. Enterprises must realize that, as soon as they get past the "quick fix" mentality, these solutions may not help them move past simple automation to a higher level of business intelligence.

Analysis

Strategic Planning Assumption

In 2002, 8 percent of midsize businesses and smaller enterprises chose an application service provider for customer relationship management; this will grow to 25 percent by 2006 (0.7 probability).

Increasing numbers of small and midsize businesses (SMBs) will be assessing the benefits of using an application service provider (ASP) for customer relationship management (CRM). To ease the headaches of managing complex CRM software, or to avoid these headaches in the future by using a new style of software, SMB IT managers are increasingly becoming receptive to the "low-cost/good-enough mantra" that is at the heart of the ASP idea. This is primarily driven by price sensitivity as well as concerns about limited IT resources and total cost of ownership (TCO). Continuing tough economic conditions have also, unsurprisingly, aided ASP adoption. In 2002, 8 percent of SMBs chose an ASP for CRM; this will grow to 25 percent by 2006 (0.7 probability).

Who Should Consider Using an ASP for CRM?

SMBs that are the most appropriate for using ASPs fall into seven categories.

Too Fast: These companies are growing too fast to keep up with their rapidly changing application requirements.

Too Far: These companies are expanding geographically and do not want to replicate their current application environment in multiple locations.

Too Poor: This is where many midsize enterprises that need the capabilities of a CRM package fall; often, they cannot afford the upfront costs, but can afford the ongoing usage fees.

No Skills: Many companies will fall into this category because they cannot afford to acquire and retain the key CRM skills they need in a challenging economy, and they don't have the skills or resources available in-house.

Too Immature: This is where 80 percent of midsize enterprises are. They are immature in CRM — meaning they lack a CRM vision, CRM strategy, a consistent customer experience, good collaboration, CRM technology underpinnings in place, clean data on customers and metrics to measure their CRM success (see "SMBs Boost Their CRM Maturity With Software").

A CRM ASP can be an excellent solution for SMBs that want to improve their customer interaction consistency, centralize customer data collection and learn what their longer-term

CRM application requirements are "by doing." SMBs moving up from PC-based contact management or homegrown customer-tracking applications will find CRM ASPs appealing.

Too Stubborn: Do you have a sales force that refuses to use your CRM solution? Ease of use is increasingly being recognized as critical to the rapid and broad adoption of CRM applications within enterprises, and ASP solutions tend to be easier for users.

In a June to October 2003 Gartner survey of more than 130 SMBs and business units of larger companies (97 percent were North America-based) using CRM software from 20 vendors, users of CRM ASP Salesforce.com gave its CRM "software as a service" the highest score in product usability (see Table 1). Some may argue that high usability in software has nothing do with being an ASP. However, by its very nature, an ASP would not survive if the solution did not have high usability, because clients would quickly cancel their subscription if the software was too hard to use. On the contrary, it is not that easy to return purchased and deployed software that users won't use, although some suppliers, such as Best Software with its SalesLogix product and its partners, are offering some money-back guarantees. Also, an ASP has the advantage of gathering consistent data on usability from hosting all its clients, and it can apply this data to its solution.

Table 1 SMB CRM User Survey Results: Usability

SMBs rate their CRM vendor on a one-to-10 scale (10 being the best) in product usability for end users:

No. of Clients Surveyed	Name of Vendor	Product Usability for End Users
16	Salesforce.com	9
2	Firstwave Technologies	8.5
7	Best Software's ACCPAC	8.3
9	Microsoft CRM	8.2
8	Onyx Software	8.1
4	Interface Software	8.1
3	iCode	8.1
6	Epicor Software	8
4	Firstwave's Connect-Care	8
3	NetSuite	8
9	Siebel MidMarket	7.9
18	Best Software's SalesLogix	7.8
14	Pivotal	7.7
8	FrontRange's GoldMine	7.5
9	Soffront Software	7.3
7	Saratoga Systems	7.3
8	Oncontact Software	7
2	PeopleSoft	7

Note: Although the sample is small, we believe that it serves as a guideline of the trends in the overall user base.

Source: Gartner Research (June Through October 2003)

No Patience: Some enterprises will encounter problems when it comes to issues like sales pipeline visibility or customer service incident resolution. An immediate fix is needed. Our research shows that an ASP solution like Salesforce.com is implemented with less resources,

and on average in almost half the time it takes to implement SalesLogix or Microsoft CRM in-house, and in one-third of the time it takes to implement Pivotal in-house (see Table 2).

Table 2 **Average CRM Implementation Times for SMBs**

Vendor	How long did the implementation take? (Please estimate the number of business days from signed contract to live operation.)	How many full-time equivalent personnel were required? (Total number of full-time personnel that worked on the project, including your company, system integrator & software vendor personnel.)	Average no. of licensed users surveyed	Sample size
Salesforce.com	47	2.7	130	12
Best Software (SalesLogix)	71	4	96	18
Microsoft CRM	72	3.4	45	7
Siebel MidMarket Edition	79	6.4	83	9
Onyx	107	5	124	8
Pivotal	143	5.4	213	14

Note: Although the sample is small, we believe that it serves as a guideline of the trends in the overall user base.

Source: Gartner Research (June Through October 2003)

Some midsize divisions of large companies will find the enterprise-wide SAP, PeopleSoft or Siebel CRM deployment, for example, won't roll out the solution to their division until much later than the business demand requires. An ASP solution can be an inexpensive, good short-term solution if the commitment is limited to one year.

SMBs do not need to fall into any of these categories to try out CRM ASP services, but the more a company fits into all of these categories, the more appropriate an ASP CRM service will be.

What Are the Key Challenges When Using an ASP for CRM?

Key challenges in using an ASP for CRM fall into seven categories.

Lack of Security Is a Perceived Threat: The primary fear that prospects encounter when evaluating a hosted model is data ownership and security. The fact is, most service providers have more security, firewalls and processes in place to protect data than could be mustered for an in-house deployment.

Integration Is Challenging: Integration between hosted and on-premises solutions is improving via the integration of XML application programming interfaces, but it is still not sufficient for companies with many systems and processes that need to be integrated.

Not Tailored for My Industry: Many CRM ASPs are seeking to offer "verticalized" solutions, but we don't see many available today, meaning the user will need to be able to customize the ASP solution to meet unique industry requirements. This can be challenging in the typical multitenant environment of an ASP.

Is It Really an ASP? Users must differentiate between those online CRM vendors that are simply hosting client/server-derived software and those that have been architected from the ground up for hosting — meaning high security, proven hosting experience, data redundancy, disaster recovery and so on (see "Management Update: What You Should Know About the Application Service Provider Market").

Processes Lacking: Enterprises we spoke with that had implemented Salesforce.com, for example, stated that, to get a more useful system, they needed to invest quite a bit more internally on tasks such as defining processes, validating data and adding workflow capabilities. The ASP solutions lack or have immature embedded CRM processes and workflow, in some cases.

Features Are Light: It is challenging to find an ASP with the required depth and breadth of features to solve CRM needs for SMBs with more-complex requirements, although this is changing rapidly as more CRM vendors introduce ASP solutions.

Costs Can Be an Issue: In the long term, an ASP solution can be more expensive than some on-premise CRM software solutions in Years 2 through 5. For example, over three years, Salesforce.com Professional Edition will cost more than purchasing Microsoft CRM Professional Edition for a midsize business with 171 CRM users and simple CRM needs. Users should carefully evaluate the costs and benefits of using an ASP for CRM.

Key Issues

Which vendors, products and services will be best-suited for small and midsize business IT requirements?

How will IT architectures evolve for small and midsize businesses in the next three years?

Acronym Key

ASP application service provider
CRM customer relationship management
SMB small and midsize business
TCO total cost of ownership

Bijlage II: Pakketbeschrijvingen CRM leveranciers

1 Act

Manage al uw klant informatie op één plaats. -Volg met de doelstellingen en planning.

Maak en verzend gepersonaliseerde brieven, faxen en e-mails.

Bereik de targets op effectieve en gemakkelijke wijze.

Deel klantinformatie in een netwerk omgeving.

ACT integreert en werkt met Microsoft Outlook op Personal Computers en andere veel gebruikte oplossingen. ACT spoort alle contact details en historie op en slaat deze gestructureerd op elke werknemer van het team ogenblikkelijk toegang heeft tot klantinformatie wanneer ze het nodig hebben. ACT legt elk stadium van het verkoopproces vast zodat men op elk moment weet waar men zich bevindt in het verkooptraject. Act organiseert op complete manier:

De gebruiker: beheert uw agenda, taken en aantekeningen en herinnert u wanneer u wat moet doen.

De contacten: bewaart de contactgegevens op één plaats houdt al de documenten, e-mails en telefoongesprekken bij.

Het bedrijf: bewaakt verkoop en kansen, produceert pijplijn- en prognoserapporten.

3 Goldmine

Met verkoop- en marketinginformatie wordt het steeds beter mogelijk om de juiste mensen te bereiken met acties die impact hebben. Met GoldMine Sales & Marketing is het mogelijk u die informatie te structureren en verkoopprocessen vergaand te automatiseren, waardoor direct zicht wordt verkregen in de kosten, inspanningen en opbrengsten. Dit alles gebeurt op basis van eenduidige communicatie tussen Sales en Marketing departments tijdens het gehele verkoopproces. GoldMine biedt een oplossing voor het gehele verkoopproces, voor acties, prospecting, account management of werkgroepfunctionaliteit.

De belangrijkste 'features' van GoldMine Sales and Marketing zijn:

History Tracking: iedereen heeft direct toegang tot gedetailleerde informatie over de status van de klant, of dit nu algemene informatie is of een uitgebreid accountplan.

Opportunity Management: geeft zowel verkoopmedewerkers als managers gedetailleerde informatie over geprognostiseerde omzet en het verloop van prospects, alsmede analyse van hitrates, lost sales, won sales etc.

PDA Synchronisatie: geeft verkoopmedewerkers de vrijheid om vanaf elke gewenste locatie te werken en toch toegang te hebben tot belangrijke klantgegevens.

Automated processes: verspreiden verkoop- en marketinginformatie, 24 uur per dag, 365 dagen per jaar.

Literature Fulfillment: vereenvoudigt het inplannen van informatieaanvragen voor de zo belangrijke voorbereiding van prospecting en/of klantbezoek.

Leads Analysis: geven marketeers snel het aantal reacties, verwachte omzet en totale kosten van een bepaalde marketinginspanning.

GoldMine Management Intelligence: genereren elke gewenste management rapportage en bieden tools voor het monitoren van gedefinieerde processen.

4 Microsoft CRM

De kracht van Microsoft CRM is gelegen in de gebruiksvriendelijkheid en integratie met de overige Microsoft producten. Iedereen die gewend is met de Microsoft producten te werken, kan intuïtief met Microsoft CRM Werken. Microsoft is overtuigd dat door de web outlook versie deze applicatie echt wordt geaccepteerd door eindgebruikers. En acceptatie is de basis voor alle beloftes van CRM. Met modules voor Sales en Customer Support, vergroot Microsoft CRM het verkoopsucces, biedt

betere klantenservice en maakt het mogelijk gefundeerde zakelijke beslissingen te nemen. Microsoft CRM, dat toegankelijk is vanuit Microsoft Outlook en via het web, is eenvoudig aan te passen aan de specifieke behoeftes, makkelijk te onderhouden en kan worden geïntegreerd met andere zakelijke systemen. Microsoft CRM is modulair opgebouwd met componenten voor sales en marketing onderverdeeld naar basis en professional versies. Hierdoor kan Microsoft CRM worden uitgebreid als het bedrijf groeit.

5 Superoffice

SuperOffice CRM 5 maakt klanteninformatie beschikbaar voor iedereen binnen een organisatie. Het helpt medewerkers om relaties goed te beheren. De informatie is overzichtelijk voor iedereen van de receptioniste tot en met de directeur. Daardoor kan een organisatie een beter contact met de klant onderhouden. Voor de gebruiker is SuperOffice CRM5 eenvoudig in gebruik. "Onder de motorkap" is SuperOffice CRM5 bijzonder geavanceerd.

SuperOffice CRM5 maakt het mogelijk om op eenvoudige wijze alle interactie met een relatie snel te realiseren. Van brief, e-mail, fax, telefonisch contact tot orders en gemaakte afspraken. Daardoor kan iedere medewerker op elk moment zien welke zaken er spelen bij een bepaalde klant en welke afspraken er gemaakt zijn. Daardoor kan de klant altijd worden geholpen door iedereen binnen de organisatie. Door gemakkelijke selectie-, import/export- en rapportage mogelijkheden is met SuperOffice CRM5 de basis gelegd voor een marketing gestuurde organisatie.

6 Business Base

Relatiebeheer;
Fase-informatie en beheer;
Dossierbeheer;
Agenda beheer;
Reminders (toekennen van taken met tijdsnotatie);
Mail (werkt samen met o.a. Exchange en Groupwise);
Verkoopondersteuning en offertebeheer;
Forecast met logboek en tijdsnotatie;
Orderondersteuning en orderbeheer;
Marketingplanning;
Marketinguitvoer en reponsmetingen;
Helpdesk c.q. klachtenafhandeling met tijdsnotatie;
direct mail en mail merge : brief, fax en e-mail;
Telemarketing: aanleveren van juiste geselecteerde gegevens;
Internet ondersteuning.