

Case: Sales CRM voor sales & marketingafdeling van een educatieve uitgeverij ontwerpen, laten realiseren en introduceren (2020).

Uitgevoerd als interim opdracht vanuit Marktwijs Consultancy.

1. Situatie

Inleiding:

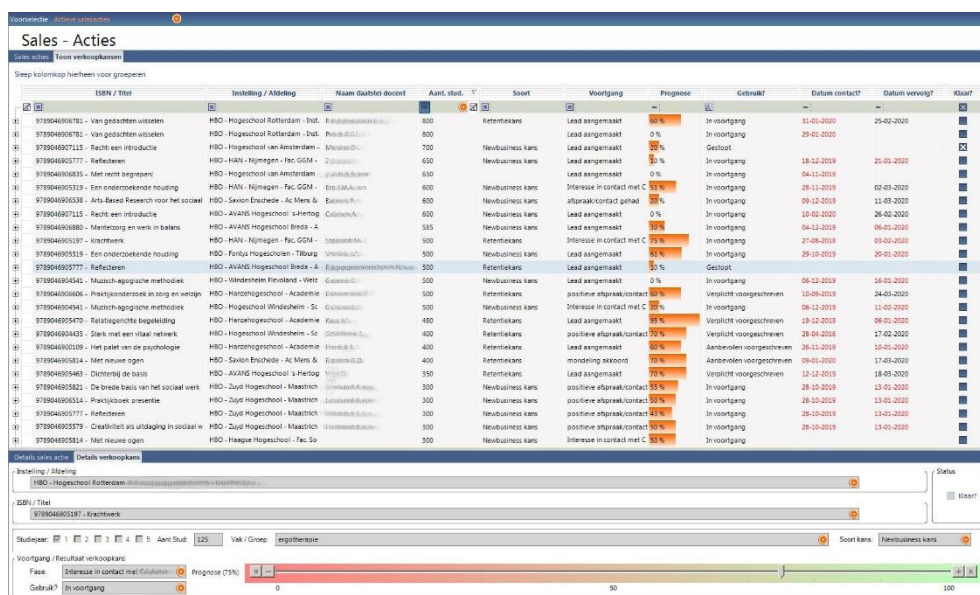
Deze landelijke educatieve uitgever (Top 3 speler in het Hoger Onderwijs en Vreemde Talen + NT2) informeert de onderwijsinstellingen via diverse kanalen over haar uitgaven.

Naast de sales- en marketingafdeling (10 fte) die pro-actief docenten, opleidingsmanagers, curriculum-coördinatoren etc. benaderen, is het verstrekken van **beoordelingsexemplaren** van studieboeken een belangrijk marketing instrument.

Deze beoordelingsaanvragen worden geautomatiseerd afgehandeld, daarmee is scherp welke docent namens welke onderwijsinstelling/opleiding één of meer titels aanvraagt. Een aantal weken na ontvangst van het (gratis) beoordelingsexemplaar wordt de docent gevraagd de titel te beoordelen (5 vragen, online invullen).

2. Taak

Als interim business manager is mij gevraagd om dit aanvraag-systeem uit te breiden met een sales CRM module. Doelstelling is dat sales en marketing-afdelingen makkelijker, overzichtelijker en efficiënter klantinformatie eenduidig vastleggen, voortgang in het salesproces monitoren en salesactiviteiten plannen. Belangrijkste doelstelling is het realtime overzichtelijk (visueel) tonen van de activiteiten, waarmee constant helder is of we ons richten op de juiste klanten en bezig zijn met de focus-producten. De voortgangsmonitor per klanttraject geeft helder weer wat de voortgang is gedurende het educatieve jaar.



Dashbord met overzicht lopende verkoopkansen & voortgang



3. Actie

Na inventarisatie en analyse van het systeem voor vastlegging van de beoordelings-exemplaren en de beoordelingen, ben ik in gesprek gegaan met de interne organisatie.

- 1) Interne gesprekspartners en stakeholders:
 - a) Directie en marketingmanagement
 - b) Uitgevers
 - c) Sales en marketingmedewerkers
 - d) ICT
- 2) Op basis van deze gesprekken en mijn ervaring heb ik een praktisch plan geschreven, waar het CRM systeem aan moet voldoen.
- 3) Na check en finetuning van mijn opzet volgt leveranciersselectie en overleg met de ict-partij.
- 4) Definitieve omschrijving van de opdracht aan leverancier gebriefd en de agile oplevering begeleid, intern getoetst en aangepast aan wensen en werkbaarheid (user-experience)

4. Resultaat

In drie maanden tijd is de complete sales en marketingmodule ontwikkeld, getest en opgeleverd.

Ik heb ervoor gekozen om per HBO-instelling of Taleninstituut en per educatief product (of groep producten) “Verkoopkansen” aan te maken door sales of marketingmedewerkers. Een Verkoopkansen bevat de volgende informatie:

- dmu van de school/commissie/team (contactpersonen bij de klant en hun rollen)
- omvang en gegevens van opleiding
- soort Verkoopkans (new business, retentie, migratie, overig)
- fase Verkoopkans (5 stadia van “eerste contact” tot “voorgeschreven op opleiding”)
- relatieve inschatting of de voorschrijving doorgaat
- klantcommunicatie en gespreksverslagen verkooptraject
- inplannen actiepunten met reminders
- direct inplannen van acties in eigen organisatie (taken voor collega’s aanmaken)

Verkoopkansen

Datum contact	Naam	Soort contact	Opgepakt door	Betreft	Email?	Woord?	Voorschr	Datum vervolg	Klaar?
15-11-2019	...	ingevuld REX-formulier	...	Mail gestuurd met voorst	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	12-12-2019	<input checked="" type="checkbox"/>
19-12-2019	...	email	...	Mail gestuurd om afspraak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	06-01-2020	<input checked="" type="checkbox"/>

Voordelen voor de uitgeverij (organisatieniveau)

1. Centraal en real time inzicht in alle lopende salestrajecten
2. Daardoor betere sturing op activiteiten om de doelstellingen te behalen
3. Betere sales forecasting, prognose omzet en aantal benodigde klantcontacten
4. Betere inschatting inzet fte's en bijsturing mogelijk
5. Goede salesforecast zorgt voor efficiënter voorraadbeheer
6. Centrale en continue vastleggen van markt- en klantinformatie
7. Pré-marketing (aanvraag beoordelingsexemplaar) en opvolgende sales-inspanningen in één omgeving
8. Andere afdelingen (marketing en uitgevers) hebben beter zicht op de marktwerking (samenwerking en hulp)

Voordelen voor sales- en marketingmedewerkers

1. Focus op activiteiten, overzichtelijke planning en voortgang werkzaamheden
2. Centraal en éénvoudig vastleggen marktinformatie
3. Klant (docententeam) en school + opleidingsgegevens overzichtelijk in één omgeving
4. Naadloze combinatie pré-marketing en opvolgende sales-inspanningen
5. Visueel overzicht status verkoopkansen daardoor eenvoudig bijsturen
6. "Verloren verkoopkansen" kunnen in het nieuwe salesseizoen eenvoudig weer geopend worden om als *new business* kans op te pakken.

Sales verkoopkans - Contactmoment muteren

Detailgegevens verkoopkans
HBO - Hanzehogeschool - Academie Sociale Studies - 9789046905470 - Relatiegerichte begeleiding

Naam relatie / contact: Oppakken door / wie:

Datum contact / verslag: Soort contact / type:

Betreft / omschrijving: Mail gestuurd om afspraak in te plannen

Kort verslag: Doorverwezen naar haar door Dr. M. A. M. Marloes is één van de cursuseigenaren van het onderwijsprogramma waar het boek wordt gebruikt.

Vervolgdatum: << Als nieuw contactmoment aanmaken (éerst vervolgdatum invullen!)

Bijzonderheden: Docent Academie voor Sociale Studies
Aanwezig op maandag, dinsdag, donderdag en vrijdag
Marie Kamphuisborg, L2.01A
Zernikeplein 23, Groningen
050 5953027

Gekoppelde items

Word-document:

Voorschrijving:

Email:

Gekozen: 100061 Creatie: 29-11-2019 FENKEND Mutatie: 27-12-2019 HAIAS

Detailgegevens per verkoopkans



5. Reflectie

De basis voor deze succesvolle Sales CRM toevoeging is de aanwezige klant-database en vastlegging van beoordelings-informatie. Door een kritische interne behoefteanalyse en goede afstemming met programmeur is de “add-on” snel, soepel en effectief geïntroduceerd.

Sales en marketing kijken nu naar het Sales CRM als: overzichtsbrenger, alle activiteiten worden geborgd, eenvoudig overdraagbaar en makkelijk te delen met collega's.

Sales CRM zorgt voor efficiency, effectiviteit en een betere marktwerking.

De succesfactoren aan kantzijde: daadkracht, visie, budget, capaciteit

Over de auteur:

[Hans Hoekstra](#) is interim sales- en business developmentmanager en gespecialiseerd in de sectoren Onderwijs en Zorg. Het bedrijf [Marktwijs Consultancy](#) ondersteunt bij sales en business development projecten.

www.marktwijs.nl

Hans.Hoekstra@marktwijs.nl

