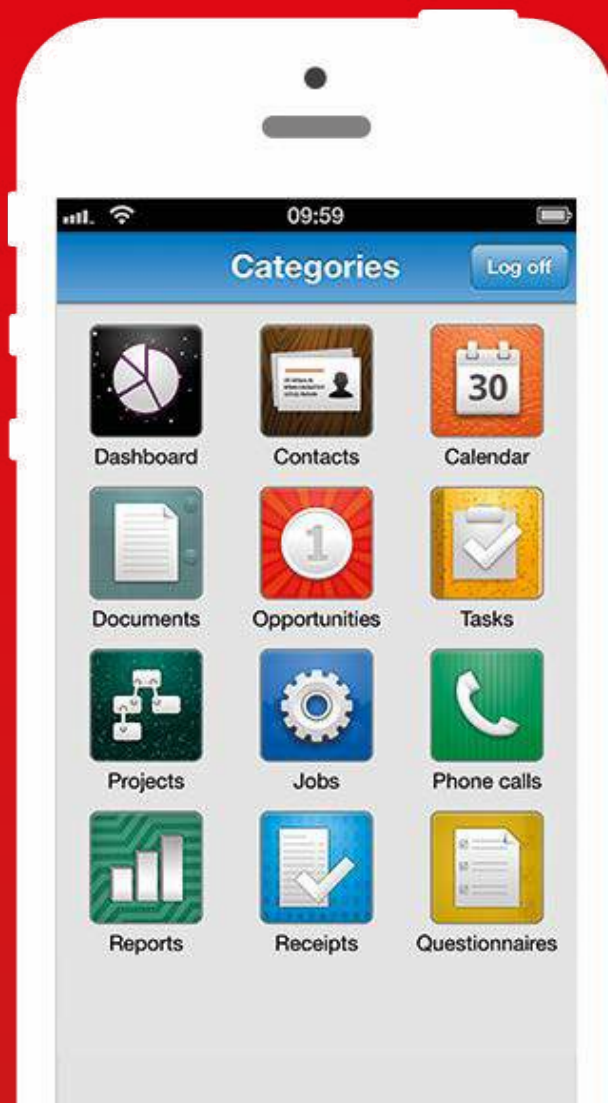


Whitepaper

Mobile CRM



Mobile Customer Relationship Management in de lift

Whitepaper - mobiele CRM

Overzicht

1. Introductie	3
2. Feiten en cijfers	4
3. Voordelen van mobiele CRM	5
4. Checklist vereisten	6/7
5. Toepassingsgebieden van mobiele CRM	8
6. Succesvolle CRM-implementatie	9/10
7. Experts over toekomstperspectief	11/12
8. Over CAS Software AG	13

1. Introductie

Efficiënt klantenbeheer is volop in beweging

Het moderne Customer Relationship Management (CRM) wordt steeds veeleisender. Bedrijven worden geconfronteerd met een stroom aan informatie om met klanten te kunnen communiceren en met hen in verbinding te komen. Dankzij de grote populariteit van mobiele apparaten en de ontwikkeling van breedbandnetwerken blijft de snelheid van communicatie toenemen. Zowel klanten als collegae verwachten steeds sneller een antwoord. Omdat de manier van werken in de afgelopen jaar fundamenteel veranderd is, hebben werknemers momenteel een flexibelere toegang tot belangrijke informatie nodig: voor afspraken bij klanten, het werken vanuit huis, zakenreizen of voor beurspresentaties.

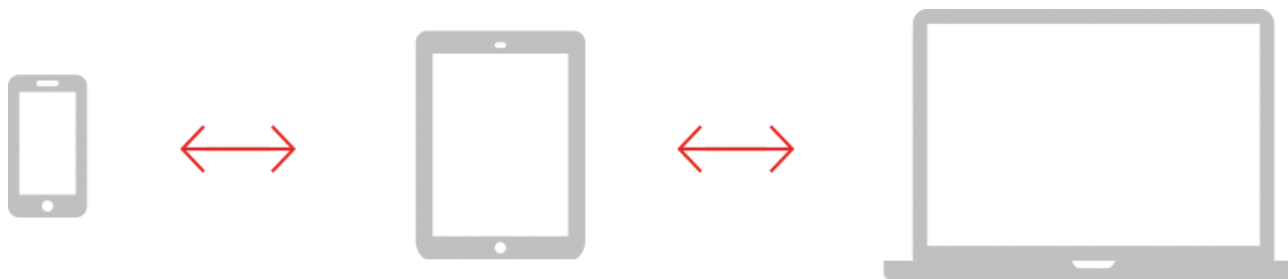
Met mobiele CRM kan men ook onderweg concurrerend blijven

Klanten en consumenten vragen om mobiele software-oplossingen (mobiele CRM), die men onderweg snel en intuïtief kan gebruiken en aanpassen aan de

individuele behoeften. Het mobiele beheer van contactgegevens en informatie, de weergave van processen en de communicatie met klanten en partners zijn voorbeelden van de uitbreiding van het klassieke CRM-systeem op de werkvloer.

Whitepaper als metgezel voor het succesvol inzetten van mobiele CRM

Dit whitepaper dient als introductie voor bedrijven op het thema van mobiele CRM. Het omvat de huidige statistieken en feiten, alsmede een overzicht van de belangrijke voordelen en tevens een checklist met de specifieke vereisten voor een mobiel CRM-systeem. Twee voorbeelden van bedrijven, die al gebruik maken van de CRM-oplossingen op de werkvloer, dienen hierbij als referentie. Daarnaast onthullen ervaren experts hoe u de implementatie van het mobiele CRM-systeem succesvol kunt laten verlopen. Drie geselecteerde mobiele CRM-specialisten geven u hierbij een kijk op de actuele trends en toekomstige ontwikkelingen.



2. Feiten en cijfers

Studies tonen aan: De mobiele CRM is in opmars

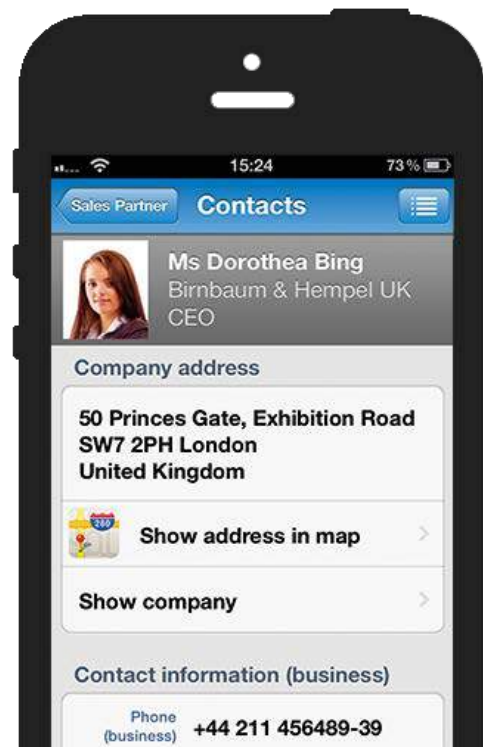
Het mobiele klantenrelatiebeheer wordt steeds belangrijker: Huidige studies tonen aan dat mobiele CRM steeds belangrijker wordt en daardoor een integraal onderdeel van modern, professioneel klantenrelatiebeheer is geworden. De interesse voor mobiele CRM-systemen is binnen een jaar verdubbeld volgens een vergelijkende analyse door ec4u expert consulting ag. Bovendien gaat 46% van de ondervraagde personen er vanuit dat mobiele CRM binnen 3 jaar voor Duitse bedrijven een vanzelfsprekendheid zal worden. Ook Zwitserse bedrijven hebben zich gefocust op de mobiele CRM. Volgens de Swiss CRM 2013 trendstudie vindt 39,6% van degenen die verantwoordelijk zijn voor CRM-oplossingen, de mobiele CRM de huidige trend. In 2012 was dat ongeveer 33%.

Mobiele ondersteuning als een belangrijke factor bij de keuze van een CRM-oplossing

Deze ontwikkelingen worden ook bevestigd door een representatief onderzoek van het onafhankelijke marketingbureau Pierre Audoin Consultants (PAC). 90% van de ondervraagde CRM-gebruikers hebben dit systeem op hun mobiele apparaten zoals laptops, smartphones en tablets geïnstalleerd. Bijna 70% gaf zelfs aan dat de mobiele ondersteuning een doorslaggevende factor is bij de keuze van de juiste CRM-software. Het is daarbij van belang dat de mobiele CRM-oplossing op verschillende apparaten kan worden gebruikt.

Focus op maatwerk en individuele ontwikkelingen

Slechts een tiende van de bedrijven maakt gebruik van standaardapplicaties want maatwerk wordt steeds belangrijker. In de komende twee jaar wil 38% van de ondervraagden in een mobiel CRM-systeem investeren. 65% is van plan om een standaardapplicatie van het CRM-systeem te implementeren, die zal worden uitgebreid met behulp van individuele aanpassingen om tegemoet te komen aan de wensen van het desbetreffende bedrijf.



¹ <http://www.ec4u.de/2013-06-23/studie-mobiles-crm>

² http://www.zhaw.ch/fileadmin/user_upload/management/medienmitteilungen/Studie_Swiss_CRM_2013.pdf

³ http://bit.ly/MultiClient_MobileCRM De creatie en distributie van de PAC-studie werd ondersteund door BSI Business Systems Integration AG, Fujitsu Technology Solutions GmbH, SAP Deutschland AG & Co. KG en update software AG.

3. Voordelen van mobiele CRM

De voordelen op een rij: Hoe bedrijven kunnen profiteren van mobiele CRM

Wat is de toegevoegde waarde van mobiele CRM-oplossingen voor een bedrijf?

De 6 belangrijkste voordelen op een rij:



1. Mobiliteit

Met mobiele CRM kan belangrijke klant en projectinformatie op ieder moment en iedere locatie worden geraadpleegd. Hierdoor zijn alle relevante documenten, brochures en gegevens bij iedere afspraak direct beschikbaar. Drukwerkkosten en papierstapels behoren dus tot het verleden.



2. Sneller kunnen reageren

Op klanten- en informatieverzoeken kan direct worden gereageerd. Met mobiele CRM kunnen heel snel contracten worden gesloten en aanbiedingen worden gedaan. Dit zal de klanttevredenheid op de lange termijn verhogen.



3. Flexibeler werken

Wacht- en reistijden kunnen met mobiele CRM zinvol worden opgevuld door bijvoorbeeld de afspraken met de klant direct na de ontmoeting te documenteren. Dit verhoogt de productiviteit en flexibiliteit van het werk.



4. Efficiënter organiseren

Zakelijke processen worden efficiënter, waardoor administratieve taken sneller kunnen worden afgewikkeld. Telefoonnotities kunnen direct na de afspraak in het klantenbestand worden opgeslagen, afspraken kunnen met verschillende kalenders worden afgestemd en nieuwe taken kunnen direct met het team worden gecoördineerd.



5. Transparanter communiceren

Gegevens kunnen eenvoudig worden opgeslagen en iedere medewerker heeft toegang tot deze gegevens. Iedereen blijft up-to-date omdat de klant – en projectgegevens voor alle teamleden beschikbaar zijn.



6. Meer tevredenheid

Een goed geïnformeerd team, dat goed samenwerkt, zorgt voor een positief ondernemingsklimaat en een positief uiterlijk. Het bedrijfsimago zal hierdoor worden verbeterd.

4. Checklist vereisten

Checklist: De belangrijkste eisen voor een mobiele CRM-oplossing



Het toenemende aantal mobiele CRM-oplossingen wordt steeds meer een uitdaging. Welke aspecten zijn voor bedrijven belangrijk bij de keuze van een geschikte oplossing? De volgende checklist bevat de belangrijkste eisen waaraan een mobiele CRM tegenwoordig dient te voldoen:



Ondersteuning voor alle populaire smartphones en tablets

Het moet mogelijk zijn om mobiele CRM-oplossingen flexibel af te stemmen op verschillende gebruikers en scenario's. De mobiele CRM-oplossing dient op alle mobiele apparaten te kunnen worden geïnstalleerd, ongeacht of het werk bestaat uit de voorbereiding van afspraken met klanten met een laptop vanuit huis, het opnemen van een verkoopvergadering op een beurs of het maken van een afspraak met behulp van de gegevens op een smartphone terwijl men onderweg is.



Individuele aanpassing

Een vertegenwoordiger stelt andere eisen aan een mobiel CRM dan een medewerker personeelszaken. En een marketeer heeft weer andere CRM-functies nodig dan een adviseur. Daarom is het noodzakelijk dat een mobiele CRM-oplossing kan worden afgestemd op de verschillende behoeften en gebruikerstypen.

Checklist: De belangrijkste eisen voor een mobiele CRM-oplossing



Uniformiteit van alle besturingssystemen

In bedrijven worden vaak verschillende apparaten en besturingssystemen gebruikt. Niet op de laatste plaats omdat steeds meer medewerkers hun privé-smartphones en tablets ook voor zakelijke doeleinden gebruiken. Of het nu gaat om iOS, Android, Windows 8 of een browser, de software interface dient er in ieder besturingssysteem hetzelfde uit te zien, ‘aan te voelen’ en zich automatisch aan te passen aan de verschillende display-formaten van de apparaten.



Eenvoudige en intuïtieve bediening

De structuur en interface van de software dienen gebruikersvriendelijk te zijn zodat gebruikers zonder een lange training direct aan de slag kunnen. Een goede mobiele CRM-oplossing onderscheidt zich door een intuïtieve bediening met het toetsenbord en de muis, alsmede door aanraking en multi-touch functies.



Hoge veiligheidsnormen

De mobiele CRM-oplossing dient aan hoge veiligheidsnormen te voldoen met bijvoorbeeld SSL-encryptietechnologie en een veilige gebruikersauthenticatie, zodat tijdens het gebruik van gevoelige klant- en projectinformatie of door verlies van een apparaat geen veiligheidsrisico ontstaat. Verder dienen gemeenschappelijke MDM-systemen beschikbaar te zijn.

5. Toepassingsgebieden van mobiele CRM

Beste praktijkervaringen: Mobiele CRM in het dagelijks gebruik

Betere focus op klanten en hun behoeften en een efficiëntere controle op marketingactiviteiten - dit zijn twee belangrijke voordelen van mobiele CRM. Bedrijven, die al een aantal jaren gebruik maken van mobiele CRM-software, doen verslag over hun praktijkervaringen.

Almdudler expandeert internationaal dankzij mobiele CRM

Het plannen van bezoekersronden, het flexibel voorbereiden en achteraf evalueren van afspraken en zelfs toegang tot alle gegevens m.b.t. de skihutten. “Met de CAS genesisWorld-app kunnen medewerkers nieuwe contracten direct op locatie bij de klant inboeken en de overeenkomsten vastleggen. De bestellingen worden dan direct naar de hoofdvestiging doorgestuurd. Deze attente service maakt indruk op onze zakelijke partners”, aldus Sabine Steindl, projectmanager financiën bij Almdudler, ter illustratie van de praktijk.

Modern en flexibel gegevens- en klantenbeheer bij Ebner Stolz Mönning Bachem

Ebner Stolz Mönning Bachem maakt al een aantal jaren succesvol gebruik van de mobiele CRM-software CAS genesisWorld. Dit belastingadvies- en accountantskantoor kan klanten hierdoor een flexibele ondersteuning geven en zelfs tegemoet komen aan hoge eisen. Vooral de gebruikersvriendelijkheid van de software, de naadloze interactie tussen alle systemen en de flexibiliteit door de mobiele toegang worden hier als de belangrijkste voordelen en mogelijkheden door deze klant genoemd. “Deze nieuwe manier van werken is efficiënter, transparanter en intelligenter dan tevoren”, aldus Daniel Gleichauf, die als systeembeheerder en CRM-projectmanager bij Ebner Stolz Mönning Bachem werkt.



6. Succesvolle CRM-implementatie

Praktische tips: Hoe implementeert u succesvol een mobiele CRM



Alexis Kälin (Artwin AG) en Marcus Bär (CAS Software AG) verlenen al vele jaren service aan bedrijven voor een succesvolle implementatie van CRM-systemen. Wat vooral belangrijk is bij de introductie van mobiele CRM-oplossingen leggen ze in het volgende interview uit.

Waar moeten bedrijven vooral op letten voor een succesvolle implementatie van een mobiele CRM?

Alexis Kälin: Ten eerste dienen de vereisten voor een mobiel CRM-systeem nauwkeurig te worden omschreven en achteraf dient te worden gecontroleerd of de software-oplossing hieraan voldoet. Daarnaast is het zeer belangrijk dat de medewerkers, die later met dit systeem moeten gaan werken, al in een vroeg stadium bij de implementatie worden betrokken. Hierbij dienen de effecten en voordelen openlijk te worden besproken, zodat alle betrokkenen beter kunnen worden betrokken bij de introductie van dit nieuwe werkinstrument. Mijn tip: Laat de werknemers indien mogelijk zelf bepalen welk apparaat ze willen gebruiken. Dit zal de acceptatie bevorderen.

Praktische tips: Hoe implementeert u succesvol een mobiele CRM



Marcus Bär

“De intuïtieve bediening is op elk apparaat heel gebruikersvriendelijk en men kan nu overal ter wereld efficiënter werken dan vroeger.”



Alexis Kälin

“Ter bevordering van de acceptatie van de mobiele CRM dienen medewerkers zo vroeg mogelijk bij de implementatie worden betrokken.”

Marcus Bär: Voor een succesvolle implementatie dienen geïntegreerde, gestroomlijnde processen tussen externe en interne diensten te worden vastgelegd. Hierbij is het belangrijk dat het mobiele CRM-systeem als compacte versie van de standaard-CRM op de belangrijkste facetten van het systeem is gefocust en dat medewerkers dus alleen toegang hebben tot de belangrijkste informatie van klanten en projecten.

Wat is de grootste uitdaging?

Marcus Bär: Wij zien het tegelijkertijd als een uitdaging en een kans om de voordelen van mobiele CRM aan de medewerkers over te brengen. De invoering en het dagelijks gebruik van mobiele CRM-systemen dienen op een zodanige manier plaats te vinden dat medewerkers de meerwaarde van het mobiele datagebruik zien en ervaren. Dat is eigenlijk de grootste uitdaging. De grootste technische uitdaging ligt in de infrastructuur en de beveiliging van gegevens. Om het risico bij verlies van een apparaat te beperken, adviseren we alleen online toegang tot belangrijke CRM-gegevens.

Alexis Kälin: De grootste uitdaging is natuurlijk de acceptatie door de medewerkers! Dit kan uiteraard alleen worden bereikt als de toegevoegde waarde van de mobiele CRM-software duidelijk wordt. Daarvoor dient de oplossing technisch volwassen en gebruikersvriendelijk zijn.

Wat zijn de verwachtingen van uw klant in de toekomst op het gebied van mobiele CRM en wat vindt u belangrijk voor het succes van toekomstige CRM-technologieën?

Alexis Kälin: Een mobiele CRM dient op dit moment ondersteuning en voordelen te bieden maar ook toekomstige technologieën van apparaten slim te kunnen ondersteunen. Daarbij speelt usability een zeer belangrijke rol. Een goede mobiele CRM dient men zonder training en inwerkingsperiode te kunnen begrijpen en gebruiken.

Marcus Bär: De mobiele CRM dient op ieder apparaat gelijk goed aan te voelen met dezelfde interface en bedieningsmogelijkheden.

7. Experts over toekomstperspectief

Toekomstperspectief: Trends in mobiele CRM



Aan welke eisen moet mobiele CRM-software in de toekomst het hoofd kunnen bieden? Welke impact heeft mobiele CRM op ons in- en verkoopgedrag? Hoe ziet de toekomst van de mobiele CRM-gebruiker eruit en welke standaardmedia zullen op de lange termijn nog worden gebruikt? Drie experts geven informatie over trends en ontwikkelingen op het gebied van de mobiele CRM.



“Het is niet meer de vraag voor wie mobiele CRM vooral interessant is maar wie eigenlijk nog zonder kan.”

Georg Blum

1A Relations GmbH, Ebersbach

De meerderheid van CRM-gebruikers zal in de toekomst mobiele CRM-oplossingen (moeten) gaan gebruiken en dat geldt voor bijna alle werksituaties en omstandigheden. Nu zijn al velen gewend om niet alleen onderweg of op locatie bij klanten maar ook tijdens een vergadering via de smartphone gemakkelijk en snel toegang te krijgen tot belangrijke CRM-informatie. De vraag is dus niet meer voor wie mobiele CRM belangrijk gaat worden maar veel eerder wie in er in de toekomst nog zonder dit systeem kan werken. De beslissende factor voor succes is dat de mobiele CRM-software in de toe-

komst de verschillende behoeften van de gebruiker zo goed mogelijk zal moeten vervullen. Bijvoorbeeld op het gebied van gebruikersvriendelijkheid: Hoe eenvoudiger en intuïtiever de toepassing is, des te groter is de acceptatie en efficiëntie in het dagelijks gebruik. Ook een snelle gegevensoverdracht en offline synchronisatie zijn belangrijke factoren. Bovendien moet ervoor worden gezorgd dat de software op zoveel mogelijk soorten platforms of besturingssystemen vrijwel identiek functioneert.



“Voor een buitendienst, die zich focust op een eigentijds klantenrelatiebeheer, zou een mobiele CRM op het moment al een vanzelfsprekendheid moeten zijn!”

Prof. Dr. Peter Winkelmann

Universiteit voor toegepaste wetenschappen Landshut

Het gaat bij een mobiele CRM vooral over hoe een buitendienst onafhankelijk van tijd en ruimte technische ondersteuning kan ontvangen. Iedereen in de buitendienst, die in de toekomst afhankelijk is van het hedendaagse klantenrelatiebeheer, vindt dat het gebruik van een mobiel CRM-systeem op een tablet onontbeerlijk zal zijn.

Er wordt momenteel nog weinig aandacht besteed aan de gevolgen van mobiele CRM op de aankoopmogelijkheden en het gedrag van particuliere, en deels commerciële, eindgebruikers. Vooral mobiele appara-

ten met geïntegreerde camera's en GPS-tracking geven veel mogelijkheden voor het initiëren van nieuwe relaties met klanten - vooral in bebouwde gebieden en steden. Locatiegerelateerde reclame kan al naar tablets en smartphones worden overgebracht en op deze manier een nieuwe vorm van aankoopgedrag en klantenbinding creëren. Maar een te grote informatiestroom kan natuurlijk tot verlies van aandacht of zelfs afkeer leiden. Als we erin slagen om klanten voorzichtig op de slimme mobiele Customer Touchpoints voor te bereiden, dan zal deze nieuwe vorm van mobiele CRM onze in- en verkoopwereld drastisch veranderen.



“Volgens het principe van ‘delen - niet verspreiden’ zal de mobiele CRM de gehele communicatie- en presentatiecultuur fundamenteel veranderen.”

Ludwig Neer

CTO CAS Software AG, Karlsruhe

De mobiele CRM-gebruiker van de toekomst zal het CRM op verschillende mobiele apparaten gebruiken en al de gegevens delen met zakelijke contacten en projectpartners op een gemeenschappelijk platform. De nieuwe vorm van samenwerkingscultuur is voor: ‘delen - niet verspreiden’ en zo zal de mobiele CRM de gehele communicatie- en presentatiecultuur fundamenteel veranderen.”

Hybride-apparaten, dus middelgrote tablets, zullen op de lange termijn de standaardmedia worden voor mobiele CRM. Smartphones zijn er dan natuurlijk ook nog maar die worden dan meer gebruikt voor telefoongesprekken, afspraken, adressen en andere ba-

sistoepassingen. Welke verdere ontwikkelingen er zich in de toekomst zullen voordoen hangt af van de veranderingen in de communicatiecultuur. Vroeger werd er in vergaderingen getelefoneerd en nu is dat niet meer aan de orde. Vroeger werd de laptop tijdens een gesprek met de klant gebruikt en nu gebruikt men hiervoor tablets.

Duidelijk is: Premiumoplossingen dienen in de toekomst op alle belangrijke mobiele platforms te blijven functioneren. Nativ-ontwikkelde apps en een consistent operationeel ontwerp zullen van cruciaal belang zijn voor succes en acceptatie van de gebruiker.

8. Over CAS Software AG

Als Duitse marktleider voor CRM voor het midden- en kleinbedrijf en xRM-pionier ontwikkelt CAS Software AG toonaangevende software-oplossingen voor (kanten)relatiebeheer bij bedrijven en organisaties. Dit bedrijf in Karlsruhe is in 1986 door de huidige bestuursleden Martin Hubschneider en Ludwig Neer opgericht en betrokken bij vele netwerken en onderzoeksprojecten. Wereldwijd gebruiken 200.000 mensen hun software-oplossingen, die verschillende prijzen hebben ontvangen. Doel van de softwarefabrikant is Europese marktleider voor CRM- en xRM-oplossingen in het midden- en kleinbedrijf te worden.

Gratis webinar over mobiele CRM

Wenst u meer informatie over het interessante thema mobiele CRM? CAS Software AG nodigt u uit voor een webinar rond het thema 'mobiele CRM'. Tijdens dit webinar krijgt u snel een overzicht inzake de functies en voordelen van CRM-software-oplossingen. Ervaar meer over mobiele CRM en over de webinar via: www.cas-crm.com/products/cas-genesisworld/mobile-crm

CAS Software AG
CAS-Weg 1 - 5
76131 Karlsruhe

Telefoon: +49 721 9638-188
E-Mail: crm@cas.de
www.cas-crm.nl



