

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

Uitgevoerd als interim opdracht vanuit Marktwijs Consultancy (2020).

1. Situatie

Deze case is uitgevoerd voor een landelijke educatieve uitgever uit de top drie van het Hoger Onderwijs (Pabo, Social Work en NT2). Ze informeert docenten en onderwijsinstellingen via diverse kanalen over haar uitgaven.

De sales- en marketingafdeling, bestaande uit 10 fulltime medewerkers, benadert proactief docenten, opleiding managers en curriculum-coördinatoren. Daarnaast is het voorzien van **beoordelingsexemplaren** van studieboeken een belangrijk marketing instrument.

Deze beoordelingsaanvragen worden geautomatiseerd afgehandeld. Zo is het inzichtelijk welke docent namens welke onderwijsinstelling/opleiding een beoordelingsexemplaar aanvraagt.

Een aantal weken nadat het beoordelingsexemplaar ontvangen is, wordt de docent gevraagd de titel te beoordelen aan de hand van een online vragenlijst bestaande uit vijf vragen.

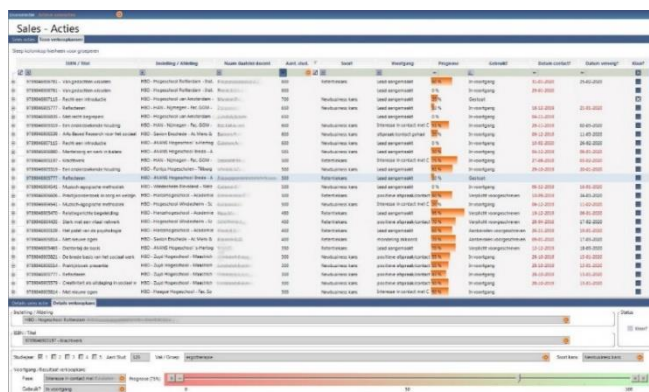
2. Taak

Als interim business manager is mij gevraagd om dit aanvraag-systeem uit te breiden met een sales CRM module.

De doelstelling is dat sales- en marketingafdelingen:

- Makkelijker, overzichtelijker en efficiënter klantinformatie eenduidig vastleggen;
- De voortgang in het salesproces monitoren;
- Salesactiviteiten plannen.

Het overzicht heeft als doel om duidelijk weer te geven of we ons richten op de juiste klanten en bezig zijn met de focus-producten. De voortgangsmeter per klanttraject geeft helder weer wat de voortgang is gedurende het educatieve jaar.



Dit dashboard geeft een overzicht van de voortgang en de lopende verkoopkansen.



3. Actie

Ik ben met de interne organisatie in gesprek gegaan. Voorafgaand aan dit gesprek heb ik het bedrijf geïnventariseerd en een analyse gemaakt van het systeem voor vastlegging van de beoordelingsexemplaren en de beoordelingen.

- Interne gesprekspartners en stakeholders bestaan uit:
 - Directie en marketingmanagement
 - Uitgevers
 - Sales en marketingmedewerkers
 - ICT
- Op basis van deze gesprekken en mijn ervaring heb ik een praktisch plan geschreven waar het CRM systeem aan moet voldoen.
- Na finetuning volgt leveranciersselectie en overleg met de ICT-afdeling.
- Ik heb een definitieve opdrachtomschrijving aan de leverancier gepitcht en de agile oplevering begeleid, intern getoetst en aangepast aan wensen en werkbaarheid voor optimale user-experience.

4. Resultaat

Binnen drie maanden is de complete sales- en marketingmodule ontwikkeld, getest en opgeleverd.

Er is voor gekozen om per HBO-instelling/Taleninstituut en educatief product 'verkoopkansen' te maken door sales- of marketingmedewerkers.

De '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);
- Voortgang van de verkoopkans;
- Kwalitatieve inschatting of de voorschrijving doorgaat;
- Klantcommunicatie en gespreksverslagen;
- Inplannen actiepunten met reminders en notificaties;
- Taken voor collega's aanmaken.

De verkoopkans in beeld gebracht.



Voordelen voor de uitgeverij (organisatieniveau)

- Centraal en actueel inzicht in alle lopende salestrajecten;
- Dit resulteert in betere sturing op activiteiten om de doelstellingen te behalen;
- Betere salesforecasting en omzet prognose;
- Goede salesforecast zorgt voor efficiënter voorraadbeheer;
- Verbeterde inschatting inzet fte's;
- Centraal en continue vastleggen van markt- en klantinformatie;
- Pré-marketing (aanvraag beoordelingsexemplaar) en opvolgende sales-inspanningen in één omgeving;
- Andere afdelingen (marketing en uitgevers) hebben beter zicht op de marktbewerking (samenwerking en hulp).

Voordelen voor sales- en marketingmedewerkers

- Focus op activiteiten, overzichtelijke planning en voortgang van de werkzaamheden;
- Het centraal en éénvoudig vastleggen van marktinformatie;
- Klant (de docent), school en opleidingsgegevens overzichtelijk in één omgeving;
- Naadloze combinatie pré-marketing en opvolgende sales-inspanningen;
- Door visueel overzicht zijn verkoopkansen eenvoudig bij te sturen;
- “Verloren verkoopkansen” kunnen in het nieuwe salesseizoen eenvoudig weer geopend worden om als *new business* op te pakken.

Sales verkoopkansen - Contactmoment muteren

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

Status: ☒ Klaar?

Naam relatie / contact: Oppakken door / wie:
 Datum contact / verslag: Soort contact / type:
 Betreft / omschrijving:
 Kort verslag:

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

Bijzonderheden:

Gekoppelde items

Word-document:

Voorschrijving:

Email:

Gekozen: 100061 Creatie: 29-11-2019 FENIXNUMMER: Mutatie: 27-12-2019 STATUS: Annuleren OK

Detailgegevens
per
verkoopkansen in
beeld gebracht.



5. Reflectie

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

De sales- en marketingafdeling van de opdrachtgever zegt het volgende over Sales CRM:

- Het geeft overzicht;
- Alle activiteiten worden geborgd;
- Eenvoudig overdraagbaar;
- Makkelijk te delen met collega's.

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

Over de auteur:

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

www.marktwijs.nl

Hans.Hoekstra@marktwijs.nl

