

# Introductie

## Bestemming CRM

Welkom bij de ActeeChange simulatie: Bestemming CRM. Dit is een simulatie over de veranderingen die gepaard gaan met de implementatie van een uitgebreid Customer Relation Management (CRM) systeem binnen 'The Sales Company'. U bent operationeel manager en verantwoordelijk voor de implementatie van het systeem binnen uw commercieel team.

### CRM Toepassing

Als manager van een ervaren commercieel team speelt u een belangrijke rol bij de systeemimplementatie. Het nieuwe systeem zal de dagelijkse activiteiten in tal van opzichten veranderen en beïnvloeden. Routinestructuren en werkprocedures zullen wijzigen en de financiële resultaten en de prestaties van de medewerker als individu zullen centraal komen te staan.

### The Sales Company

The Sales Company is een internationale speler op de markt en leider binnen de sector. Door de verre gaande veranderingen op de markt dreigt die positie nu in het gedrang te komen. De concurrentie is genadeloos en snoept voortdurend marktaandeel af; gekopieerde producten baren de onderneming steeds meer zorgen en bestaande klanten nemen gewoon minder af. Om bezuinigingen en personeel-sinkreringen te vermijden dringt een drastische ingreep zich op. The Sales Company heeft haar hoofdkantoor in land 'A' en dochterondernemingen in 35 andere landen. Tot dusver kon iedere onderneming behoorlijk autonoom werken. Nooit was er sprake van een gecentraliseerd beheer van de activiteiten, processen of segmentering van klanten. Globaal beschikt The Sales Company over een heel ervaren commercieel team dat naar goede gewoonte mooie prestaties neerzet. Van oudsher beschikken de commerciële vertegenwoordigers over een ruime bewegingsvrijheid om hun doelstellingen naar eigen goeddunken te verwezenlijken. Iedereen is er dan ook behoorlijk ondersteboven van dat The Sales Company de doelstellingen dit jaar niet haalde.

Als gevolg daarvan besliste The Sales Company om binnen alle dochterondernemingen een nieuw gedeeld CRM-systeem in te voeren. Aan de hand van deze simulatie volgen we de implementatie van het systeem binnen het commercieel team van land 'X'.

### Uw team

In de periode dat u binnen The Sales Company operationeel manager bent, hebben u en uw collega's altijd behoorlijk autonoom kunnen werken. Er bestond nagenoeg geen globale strategie om de klanten te benaderen. Als operationeel manager heeft u in ieder geval nooit

een klantenstrategie uitgewerkt. U en uw commercieel team laten zich overwegend door de verkoopdoelstellingen leiden en doen het onmogelijke om die te behalen.

De meeste van uw medewerkers zijn al jaren actief in de sector. Samen weten ze bijzonder goed wat er op de markt gaande is en zijn ze als geen ander vertrouwd met de wensen en noden van de klanten. Er werden echter nooit actieve stappen ondernomen om het klantenbestand uit te breiden - maar ook dat heeft nooit verhindert dat de verkoopcijfers werden gehaald.

### Het huidige systeem

Er wordt momenteel al een (eenvoudig) CRM systeem gebruikt door het bedrijf, maar enkel in je eigen land. Dit systeem werd ontwikkeld door het lokale ICT-team, en is geschreven op maat van jullie noden en van de lokale markt. Het is eenvoudig in gebruik, en laat toe om op een simpele manier enkele basisrapporten te genereren. Dat is ook waar het CRM-systeem vandaag hoofdzakelijk voor gebruikt wordt. Doordat het enkel de basisfuncties ondersteunt, is het echter niet geschikt om complexe klanten of internationale prospects mee op te volgen. Net daarom heeft het management besloten dat het tijd is voor een upgrade. Het internationale systeem dat men op het oog heeft zal toelaten om op globaal niveau gegevens te delen, om internationale klantenrelaties op te volgen, en om bestaande klanten uit één land ook gericht in andere landen te kunnen cibleren. De hoop is om via data mining inzichten te verwerven die onze omzet stevig kunnen verhogen.

Dat idee stoot sommige sales mensen echter tegen de borst. Bovendien vrezen ze dat het nieuwe systeem veel complexer zal zijn, en meer administratief werk zal vragen. En dat zonder dat het grote meerwaarde zal opleveren, aangezien de meerderheid van hun klanten lokale contacten zijn, en relaties die ze over een lange periode hebben opgebouwd. Sommigen zien er tegen op om de nieuwe technologie te moeten gaan gebruiken. Een van de dingen die ze aanhalen is dat het nieuwe systeem veel meer informatie verzamelt, die niet meteen relevant is. En dat elke taak daardoor langer zal duren. Dat is allemaal tijd die ze niet bij hun klant of prospect kunnen doorbrengen. Ze zeggen dat het nieuwe systeem uiteindelijk het zelfde zal doen als het oude, alleen trager.

Jouw taak is nu om het vertrouwen van je team te winnen, en hen te overtuigen van de voordelen van dit nieuwe CRM-systeem.

# MEDEWERKERSCATALOGUS

## Onderstaande personen vormen een steekproef van uw medewerkers binnen deze simulatie

---

### Adam

Adam werkt als commercieel ingenieur binnen The Sales Company. Door zijn gevoel voor detail kent Adam Is geen ander de technische bijzonderheden van de producten. Adam weet de meest vreemde dingen over uw klanten, vergeet geen enkele bijzondere gelegenheid en wordt door de klanten bijgevolg op handen gedragen. Als ouder van drie kinderen is Adam uiterst tevreden met zijn vrijheid als commercieel ingenieur; dat betekent immers dat hij zijn functie kan verenigen met het gezinsleven. Adam houdt van dagelijkse routine en voelt zich binnen een klassieke hiërarchie waar iedereen weet wie waarvoor verantwoordelijk is, als een vis in het water.

### Bert

Bert is een van de meest volleerde key account managers van The Sales Company. Deze persoon voert de opgelegde taken routinematig, efficiënt en vlotjes uit. Bert staat gekend om de extreme efficiëntie waarmee hij bijkomende goederen en diensten aan klanten verkoopt. Bert zal nooit vergeten wat een klant de vorige keer bestelde en slaagt er als geen ander in nieuwe relevante initiatieven op te volgen. Bert heeft helemaal geen bezwaar tegen het huidige CRM-systeem, maar organiseert zijn tijd en afspraken net zo graag via de oude en vertrouwde kalender op papier.

### Carl

Carl is een van de jongste key account managers binnen The Sales Company. Carl vindt het leven van verkoper echt het einde. Voor hem is vertegenwoordiger zijn geen job, maar een levensstijl - bovendien was het Carl die u bij The Sales Company binnenloodste. Sommige senior collega's vinden Carl net iets te 'ad rem', maar zijn geestdrift en de snelheid waarmee hij handelt als hij een klant aan de lijn heeft, werkt gewoon inspirerend. Carl houdt van pret maken en van spelletjes en kan dan ook stevast rekenen op een grote aanhang. Bij conflicten is het vaak Carl die erin slaagt om de samenwerking weer recht te trekken.

### Daniela

Daniela is account manager binnen The Sales Company en sprokkelde door de jaren heen een indrukwekkende ervaring bijeen. Zij is een expert in verkoop aan grote klanten; haar kijk op mogelijke oplossingen zorgt ervoor dat de klanten de meest duurzame oplossingen krijgen. Daniela is altijd heel loyaal geweest en zowel in goede als slechte tijden enorm flexibel. Ze wordt gedreven door een evenwichtige mix van creativiteit en idealisme en voert haar taak tot in de perfectie uit - althans zolang ze de indruk heeft dat zij de teugels in handen heeft.

### Edward

Edward is al vele jaren een senior key account manager binnen The Sales Company. Edward is vermaard voor de wijze waarop hij zijn contacten cultiveert met klanten van zijn portefeuille - en is voortdurend op zoek naar nieuwe producten die hij hen dan tracht te verkopen. Bovendien is Edward verantwoordelijk voor de implementatie van de verkoopstrategieën binnen het team. Edward maakt deel uit van het team dat de markt analyseert en de producten selecteert waarop moet worden ingezet; hij coacht de andere vertegenwoordigers bij het vinden van de juiste argumenten voor specifieke verkoopacties.

### Felix

Felix is een onderlegd commercieel technicus binnen The Sales Company. Zijn gespecialiseerde kennis van een indrukwekkend aantal domeinen is ronduit vermaard. Felix is altijd op de hoogte van nieuwe geavanceerde oplossingen of van oplossingen die in de nabije toekomst furore zullen maken. Felix neemt altijd de tijd om de klanten uit te leggen wat de mogelijkheden van nieuwe systemen zijn en in welke zin ze precies aan hun behoeften tegemoetkomen! Felix is bijzonder gesteld op flexibiliteit en stort zich op de interessante taken - van die dag...

### Hannah

Hannah is account manager binnen The Sales Company. Soms wordt Hannah heel vriendelijk gezegd dat iets meer agressiviteit in haar verkoopactiviteiten op prijs zou worden gesteld. Ze trekt heel veel tijd uit voor iedere klant; haar klanten zijn dan ook erg loyaal, maar aan het einde van de rit kopen ze niet meer of niet minder dan de klanten van haar collega's. Tot dusver is Hannah altijd gelukkig geweest met het eigen CRM-systeem van de onderneming, maar als loyale medewerkster is ze bereid haar schouders te zetten onder de invoering van het nieuwe CRM-systeem. Dat betekent echter niet dat Hannah blind is voor de mogelijke gevolgen van de verandering. Ze is heel specifiek begaan met de collega's die betrokken waren bij de ontwikkeling van het huidige systeem.

### Iris

Iris werkt als commercieel ingenieur binnen The Sales Company. Zij staat erom gekend dat ze bij het aantrekken van potentiële klanten bijzonder geconcentreerd en scherpzinnig te werk gaat. Iris heeft heel snel een kijk op de echte behoeften van de klant - en begrijpt onmiddellijk wat ze echt willen kopen. Iris is heel schrander en creatief; ze neemt iedere uitdaging met veel geestdrift aan, en gaat daarbij direct en doordacht tewerk. Ze doet niets liever dan de eigen grenzen te verleggen en gaat geen enkele gelegenheid uit de weg om de geldende normen binnen het beroep of vooroordelen over problemen en oplossingen in vraag te stellen.

### Mark

Mark is senior key account manager en is in de lange tijd dat hij voor The Sales Company werkt uitgegroeid tot een wandelende encyclopedie over allerhande aspecten van de organisatie. Mark voert zijn taken heel nauwgezet uit en gaat er prat op dat hij tradities hoog in het vaandel draagt. Mark stond aanvankelijk aan het hoofd van het team dat het huidige, eenvoudige CRM-systeem ontwikkelde en dat nu al enkele jaren wordt gebruikt. Hij is eigenlijk behoorlijk onder de indruk van de efficiëntie van het systeem en van de wijze waarop het aan de evoluerende behoeften kon worden aangepast. Mark is de persoon bij wie je terecht kan als er zich problemen met het systeem voordoen; je kan er altijd van op aan dat hij je problemen zal helpen oplossen.

### Petra

Petra is account manager binnen The Sales Company. Anders dan de meeste medewerkers kan Petra een boodschap overbrengen en slaagt ze erin anderen achter een zaak te scharen. Ze is met andere woorden niet gewoon een doorwinterde vertegenwoordigster, maar ook mentor voor de nieuwe medewerkers. Petra slaagt er heel vaak in het hele team voor iets warm te maken. Ze staat gekend als een hartelijk en betrokken persoon die bijzonder goed kan communiceren en anderen duidelijk kan maken wat de volgende stappen zijn.

