

# De visie van Metrics & More op CRM

**Metrics & More** B.V.  
Move to Improve

## Nieuw: Sales Metrics met i-Snapshot!

In het eerste kwartaal 2007 introduceert Metrics & More instrumentarium voor het meten en verbeteren van Sales Metrics. In Engeland hebben reeds enkele tientallen bedrijven met gezamenlijk enkele duizenden accountmanagers hier positieve ervaringen mee opgedaan. Het gebruik van de methodiek heeft geleid tot een gemiddelde stijging van de verkoop-productiviteit van 20%.

### Contactpersonen

Maurice Bakker

Wil Wurtz

Metrics & More b.v.

+31(0)204917736 | [www.MetricsAndMore.nl](http://www.MetricsAndMore.nl)



### Een andere manier van werken

CRM is een moderne manier van bedrijfsvoering waarbij de (individuele) klant centraal staat. Dat betekent een andere manier van werken voor medewerkers van marketing, sales en klantenservice, maar eigenlijk ook voor alle andere afdelingen binnen organisaties.

### Vragen en antwoorden

CRM begint met het vinden van antwoorden op de volgende vragen:

- ◆ Wie is eigenlijk mijn klant?
- ◆ Welke toegevoegde waarde lever ik mijn klant?
- ◆ Welke waarde heeft een klant voor mij?
- ◆ Hoe kan ik meer waarde leveren aan mijn klant?
- ◆ Hoe kan ik meer verdienen aan mijn klant?

Deze simpele vragen blijken bijzonder lastig beantwoorden in de praktijk. Het veronderstelt meer kennis over (individuele) klanten dan meestal voorhanden is. Het vraagt om andere manieren van informatie verzamelen en rangschikken zodat een volledig klantbeeld ontstaat. Het vereist meer samenwerking en informatie-uitwisseling tussen marketing, sales, klantenservice, maar ook boekhouding en productie.

### Klantbewustzijn en het wenkend perspectief van CRM

Antwoorden op de gestelde vragen resulteert in meer klantbewustzijn bij medewerkers. Daarmee kan het volgende worden bereikt:

- ◆ Marketing gebruikt klantkennis voor communicatie die meer is toegesneden op individuele klantbehoeften, waarbij het internetkanaal een steeds belangrijker rol speelt.
- ◆ Verkopers kiezen in samenwerking met marketing en klantenservice de juiste momenten om aanbiedingen aan klanten te doen en vooral die klanten te volgen die zelf hebben aangegeven behoefte te hebben aan persoonlijk verkoopcontact.
- ◆ Klantenservice helpt klanten daadwerkelijk problemen op te lossen en in het verlengde daarvan doen zij klanten passende aanbiedingen die bijdragen aan de omzet- en winstdoelstellingen van de organisatie.

Het resultaat is meer tevreden klanten die meer rendement opleveren waardoor de onderneming uiteindelijk duurzaam winstgevend zal zijn. Dat is de essentie van CRM.

Metrics & More levert de volgende diensten waarmee we onze visie op CRM concretiseren:

- ◆ CRM Training: open inschrijving workshops, in-house training en coaching
- ◆ CRM Tools: instrumentarium voor productiviteitsverbetering van sales, marketing
- ◆ CRM Talent: projectmanagement en bemiddeling bij interim functies

## Praktijkcase Kempen & Co.



**KEMPEN & CO**  
Merchant Bank

**Succesvolle start met CRM voor “de whizzkids van de Amsterdamse Zuidas”.**

In de recente berichten rondom de overname van merchant bank Kempen & Co. door Van Lanschot Bankiers werd in De Volkskrant bovenstaande omschrijving gehanteerd om het speciale karakter van het bedrijf aan te duiden. Kempen & Co omvat de volgende bedrijfsonderdelen: Asset Management, Corporate Finance, Securities.

Kempen Securities richt zich op effectenbemiddeling, met name in Nederlandse aandelen en derivaten en Europese vastgoed aandelen, ten behoeve van institutionele beleggers in Europa en de VS. Kempen Securities streeft er naar cliënten research en executie van hoge kwaliteit en hoog serviceniveau te bieden.

De business-unit staat onder leiding van Joof Verhees en Remco Lenterman die sinds hun aantreden enkele jaren geleden een forse winststijging hebben weten te realiseren.

Verhees is een gedreven ondernemer die zichzelf en zijn medewerkers tot steeds betere prestaties aanspoort. Hij vroeg **Metrics & More** het commerciële proces van Kempen Securities onder de loep te nemen. En te adviseren over de mogelijkheden de productiviteit van de accountmanagers verder te verhogen door de inzet van een CRM systeem.

Joof Verhees: *“Ik heb verstand van aandelen en niet van CRM. De CRM adviseurs van Metrics & More zijn een essentiële schakel gebleken in de keten van succes. Zij legden de basis voor een voorspoedig CRM traject en vormden een sterke combinatie met de software-leverancier.”*

In de eerste plaats gaf **Metrics & More** inzicht in de opbouw en dynamiek van het klantenbestand. Op die manier ontstond een beeld van het verbeterpotentieel dat aanwezig was als het verkoopproces verder zou worden geprofessionaliseerd.

Vervolgens werd op basis van intensieve samenspraak met de medewerkers van Kempen & Co. een plan van aanpak geformuleerd. Een belangrijk onderdeel daarin was het

beschrijven en vervolgens herontwerpen van de primaire processen, te weten contactmanagement en roadshow management. Ook werd veel aandacht gegeven aan het opwaarderen van de kwaliteit van de bestaande klantgegevens.

Vanuit die achtergrond werd de selectie van een bestpassende CRM systeemleverancier ter hand genomen. Het keuzeproces werd strak geregisseerd met maximale inbreng van de beoogde gebruikers. **Metrics & More** nam daarna de functionele implementatie voor zijn rekening, terwijl de geselecteerde softwarepartner CRM Resultants de technische implementatie, inclusief het maatwerk verzorgde.

In nauwe samenwerking met de medewerkers van Kempen & Co werd de inrichting van het CRM systeem ter hand genomen, zodat de basisprocessen (contactmanagement en roadshow management) optimale ondersteuning kregen. Door die zorgvuldige afstemming werd de trainingstijd tot een minimum beperkt. Reeds bestaande management-informatie werd ontsloten zodat accountmanagers daar gebruik van kunnen maken tijdens hun klantcontacten.

In de volgende fase zal de informatie, die uit de dagelijkse klantcontacten naar voren komt, gebruikt worden voor een nog nauwkeuriger afstemming van de inzet van middelen. Dat zal zowel de klanttevredenheid als de winstgevendheid op een nog hoger plan brengen.

Joof Verhees: *“De mensen van Metrics & More hebben in korte tijd de essentie van onze business zich eigen gemaakt, waardoor wij in een zeer beperkte tijd een succesvolle start met CRM konden realiseren.”*

