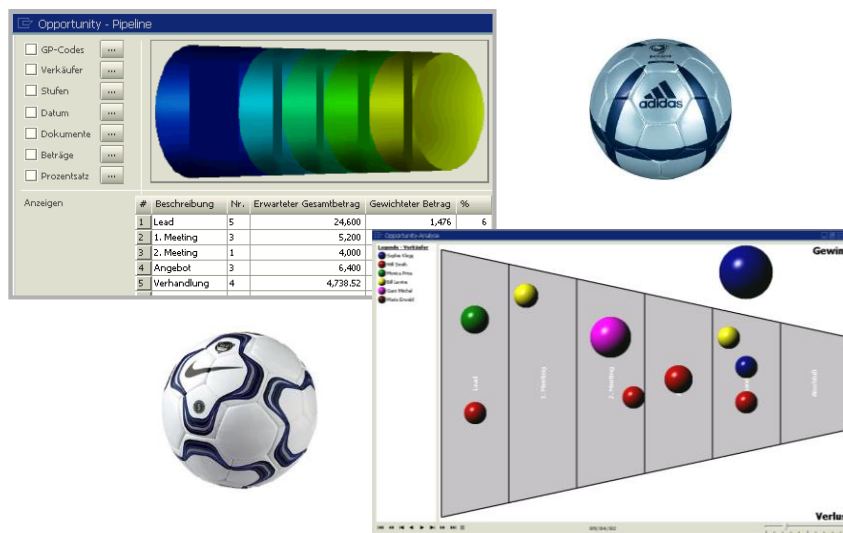


Reader CRM Semester 2

op basis van SAP Business One 2005



Customer Relationship Management(CRM):
***“Klantrelaties opbouwen, onderhouden en
uitbouwen om waarde te creëren voor zowel de
onderneming als de klant”***

Fontys Hogeschool Marketing Management
Propedeuse Commerciële economie/
Small Business & Retail Management
November 2010
Versie 2.2

Inhoudsopgave

| | |
|--|----------|
| Belangrijke begrippen die je vooraf moet kennen | 3 |
| Onderdeel 1 – Opportunites | 4 |
| 1.1 Inleiding opportunites..... | 4 |
| 1.2 Bedrijfsscenario van het bedrijf “World of sports” | 5 |
| 1.3 – Stappenplan opportunites | 5 |
| Stap 1 - Lead aanmaken in het systeem (n.a.v. contact met potentiële klant)..... | 5 |
| Stap 2 - Opportunity aanmaken – toevoegen van achtergrondinformatie in het systeem | 5 |
| Stap 3 - Status van de opportunity bijwerken – relevante gegevens toevoegen..... | 6 |
| Stap 4 - Offerte aanmaken voor de lead..... | 6 |
| Opdracht 1.5 – Offerte aanmaken | 6 |
| Stap 5 - Instellen van een herinnering om de klant na te bellen..... | 6 |
| Opdracht 1.6 – Herinnering instellen | 6 |
| Stap 6 - Voortgang van de opportunity monitoren (opportunitypijplijn) | 6 |
| Opdracht 1.7 – Voortgang van de opportunity monitoren..... | 7 |

De kern van CRM op niveau 1 is:

Ontwikkelen en onderhouden van zakelijke relaties ten behoeve van inkoop, verkoop en dienstverlening.

- Werken met CRM-systemen(CRM).
- Onderscheiden van consumentengroepen in termen van prospects en suspects(salesmanagement en CRM).

Belangrijke begrippen die je vooraf moet kennen

Lead

Leads zijn mogelijke nieuwe klanten voor een bedrijf en worden ook wel prospects genoemd.

Opportunity

Een verkoopkans die we door middel van het CRM systeem kunnen vastleggen, volgen en analyseren.

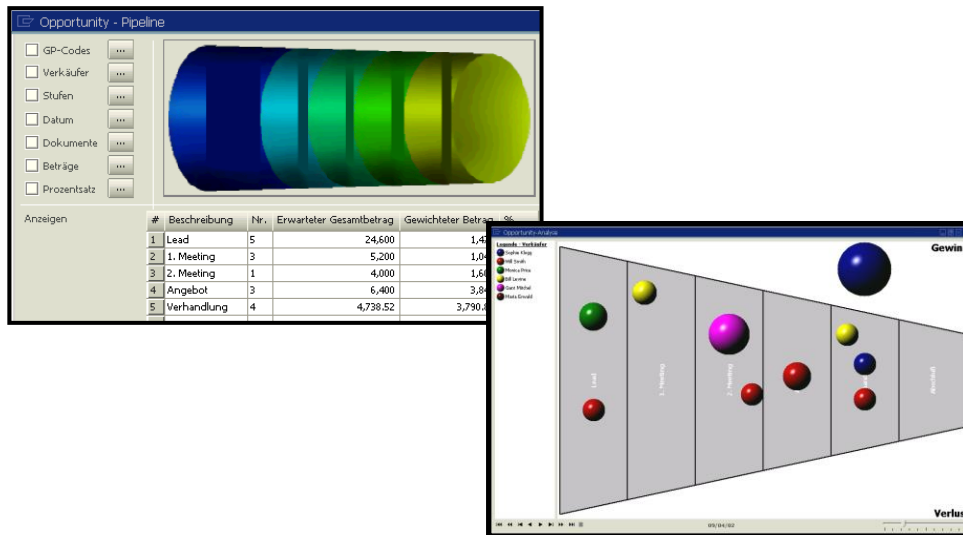
Zakenpartners

Alle zakelijke partijen waarmee een bedrijf kan samenwerken, zoals klanten en leveranciers.

Onderdeel 1 – Opportuniteiten

1.1 Inleiding opportuniteiten

Doel van opportuniteiten:
Zakelijke relaties vanaf het eerste contact tot en met de orderafsluiting volgen om met deze informatie plannen voor de toekomst te maken en het verleden te evalueren.



Figuur 1. Weergave van de 'opportuniteitspijplijn in SAP Business One

Tijdens dit onderdeel doorloopt u de volgende stappen:

| STAPPENPLAN OPPORTUNITIES | |
|---------------------------|--|
| Stap 1 | Lead aanmaken in het systeem (n.a.v. contact met potentiële klant) |
| Stap 2 | Opportunity aanmaken – toevoegen van achtergrondinformatie in het systeem |
| Stap 3 | Status van de opportunity bijwerken – relevante gegevens toevoegen |
| Stap 4 | Offerte aanmaken voor de lead |
| Stap 5 | Instellen van een herinnering om de klant na te bellen |
| Stap 6 | Voortgang van de opportunity monitoren (opportuniteitspijplijn) |
| Stap 7 | Opportunity verwijderen uit het systeem |
| Stap 8 | Stamgegevens van de zakenpartner verwijderen |

1.2 Bedrijfsscenario van het bedrijf "World of sports"

Tijdens een beurs voor sportartikelen is een mogelijke klant geïnteresseerd in uw producten en vraagt om een productcatalogus. Om deze verkoopkans (opportunity) te documenteren en systematisch te kunnen volgen, voert u de contactpersoon (inclusief de omzetverwachtingen) als opportunity in SAP Business One in.

Hierop volgt een eerste ontmoeting om de wensen van de prospect in overeenstemming te brengen met uw productaanbod. In een tweede bijeenkomst bespreekt u details als prijzen en betalingsmogelijkheden. In het vierde niveau van de omzetopportunity creëert u een offerte voor de prospect. De waarde van de offerte wordt in de omzetprognose meegenomen. Ten slotte volgen de concrete verkooponderhandelingen. Omdat de klant ons een kooporder stuurt, geldt de omzetopportunity als gesloten.

Opportunity: Een verkoopkans die we door middel van het CRM systeem kunnen vastleggen, volgen en analyseren.

1.3 – Stappenplan opportunities

Stap 1 - Lead aanmaken in het systeem (n.a.v. contact met potentiële klant)

UITLEG

Om een lead aan te maken moet eerst een zakenpartner worden aangemaakt.

Wat is een zakenpartner?

- Er bestaan in SAP Business One drie soorten zakenpartners: leveranciers, klanten en prospects.



Stap 2 - Opportunity aanmaken – toevoegen van achtergrondinformatie in het systeem

UITLEG

- Met behulp van opportunity's kunt u alle transactiemogelijkheden met een klant of prospect stapsgewijs vastleggen, volgen en analyseren.
- Opportunityactiviteiten vinden plaats voordat een verkoop wordt afgesloten, hetzij omdat deze is binnengehaald, hetzij omdat deze is misgelopen. In de module Opportunities kunnen de potentiële omzet en overige relevante gegevens worden gecontroleerd en geactualiseerd.

Stap 3 - Status van de opportunity bijwerken – relevante gegevens toevoegen

UITLEG

- U kunt gegevens in het venster Opportunities weergeven of onderhouden via *Opportunities -> Opportunity*.
- De opportunity kan worden bijgewerkt naarmate de verkooptransactie onderhandelingen vorderen.
Bij elke verkoopstap worden gegevens ingevoerd, om analyse mogelijk te maken gedurende het gehele verkoopproces, zelfs nadat de opportunity is gesloten.

Stap 4 - Offerte aanmaken voor de lead

OPDRACHT

Opdracht 1.5 – Offerte aanmaken

Tijdens een tweede bijeenkomst (huidige datum + 4 dagen) creëert u een offerte voor de aangemaakte lead voor de artikelen A1003 (100 eenheden) en A1004 (100 eenheden). Voeg het niveau Offerte toe en ken de gecreëerde offerte toe aan de bovenstaande opportunity (Koppeling). Merk op hoe de potentiële omzet verandert op basis van de totale waarde van de gekoppelde offerte.

Stap 5 - Instellen van een herinnering om de klant na te bellen

OPDRACHT

Opdracht 1.6 – Herinnering instellen

Eén week later wilt u de klant naar zijn beslissing over de offerte vragen. U wilt dat het systeem u eraan herinnert om de klant te bellen. Hoe stelt u deze herinnering in?

Stap 6 - Voortgang van de opportunity monitoren (opportunitypijplijn)

UITLEG

- U kunt opportunityverslagen weergeven. Selecteer *Opportunities -> Opportunityverslagen*, of geef deze weer vanuit de module *Verslagen*.

- U gebruikt het opportunityverslag voor analyse van omzetopportunities en voor de optimalisatie van uw verkoopproces.

OPDRACHT

Opdracht 1.7 – Voortgang van de opportunity monitoren

Bekijk de ontwikkeling van deze opportunity in de opportunitypijplijn. Definieer eventueel noodzakelijke beperkingen (bijvoorbeeld ten aanzien van de verkoper of createdatum). Ga naar de Dynamische opportunityanalyse. U kunt het venster Dynamische opportunityanalyse configureren via de knop Instellingen en u kunt de voortgang van de geselecteerde opportunities afspelen.

GEVRAAGDE OUTPUT

Geef in je uitwerkingen een weergave van de opportunity-pijplijn en de dynamische opportunityanalyse weer. Het is voldoende als alleen het einde van de dynamische opportunityanalyse wordt weergegeven.

→ Beschrijf tevens de ontwikkeling die je ziet in de dynamische opportunityanalyse.