

ATT TÄNKA PÅ INFÖR KÖP AV CRM!

Många gör det för första gången, andra har fått uppgiften eftersom man "kan det där med sälj" eller vår personliga favorit, "klart IT-chefen är den som ska köpa in ett CRM-system".

Undersökningar visar att upp emot en tredjedel av alla investeringar i CRM-system misslyckas, hur kan det egentligen vara så? Jo, förmodligen för att de flesta organisationer inte är vana att göra denna typ av investering, inte är vana att implementera denna typ av teknisk lösning. Sällan finns det en person som är dedikerad CRM som har budget, befogenhet och kunskap i hur man väljer ett CRM-system som passar verksamheten. Denna whitepaper syftar till att ge alla er som ska investera i bolagets viktigaste systemstöd en vägledning i de framgångsfaktorer vi identifierat under våra 13 år i branschen.

VARFÖR?

Vill du ge dig själv bra förutsättningar till en lyckad investering bör du börja med att fråga dig själv varför? Allt för ofta stöter vi tyvärr på kunder som ska köpa ett CRM-system, men som inte har kommit till insikt i varför man gör det och hur man vill använda systemet. Vårt tips är därför att göra hemläxan ordentligt och investera lite tid i tre frågeställningar:

- Varför ska vi ha ett CRM-system?
- Vilka ska använda systemet och hur?
- Vilken affärsnytta vill ni att systemet ska skapa?

Vi delar gärna med oss av vår checklista som innehåller de mest väsentliga delar man bör tänka på i arbetet inför ett köp av CRM-system.

CRM är en strategi

Genom att tänka igenom varför har ni nu gjort det många av era konkurrenter missar, ni har valt att se på CRM som en strategi snarare än ett system där ni lagrar er data. Detta tankesätt ger många fördelar, framförallt hjälper det er att komma till insikt med hur ni vill jobba och vad ni vill att systemet ska stötta er med i vardagen. Grunden är nu lagd, men det finns fortfarande en del saker som kan vara bra att tänka på.

Anledningen till att så stor andel av CRM-investeringarna misslyckas varierar. Dock finns det en del tendenser som är ständigt återkommande. Dessa är ofta ett resultat av bolagets ovana att göra denna typ av investering, samtidigt som det är lätt hänt att bli charmad av allt från säljare till systemets yttre. Det mesta går såklart att bygga i ett CRM-system, men vi rekommenderar dock att man noga ser på vilken kostnad som är förenad med den optimeringen. Vanliga fallgropar kan vara:

- Systemet är för dyrt att optimera.
- Organisationen har svårt att leda förändringsarbetet.
- Det är svårt att växa i systemet i takt med att bolaget växer.
- Otydlighet vid beställning, systemet matchar inte bolagets behov.

Har vi förmågan att driva frågan?

Det är en sak att investera i ett system, det är en helt annan att implementera det i verksamheten och få alla anställda att använda systemet som man vill. Många glömmer tyvärr denna viktiga del då det tydliga målet är att man hittar ett system.

Hur kan då en organisation förbereda sig för en lyckad implementering både rent tekniskt och för att få personalen engagerad? I grund och botten handlar det om att visa personalen hur systemet kommer underlätta deras vardag och göra dem mer effektiva så de kan fokusera på annat än administrativa uppgifter. Rent tekniskt är det viktigt att ha en dedikerad person internt som äger frågan, som tar emot leveranser och som hjälper personalen att komma igång med systemet.

Vi har i många år sett både framgångs-sagor och mindre lyckade projekt, inget är det andra likt. Vår rekommendation är dock att inte negligera vikten av att göra ett bra grundarbete, det är det som ger er förutsättningen att lyckas!
Lycka Till!

VI DELAR MED OSS!

Maila oss på contact@chessit.se så skickar vi vår Checklista till dig.