

CRM is zelden het probleem

Waarom systemen niet falen, maar gedrag en keuzes wel



Moore
& Partners

Introductie

Het gesprek begint vaak hetzelfde.

"Ons CRM werkt niet."

Er zijn dashboards.

Er zijn rapportages.

Er zijn processen.

En toch:

- blijft opvolging liggen
- is inzicht fragmentarisch
- voelt het systeem als last in plaats van steun

Deze download gaat over waarom CRM zelden het echte probleem is.

En waar de werkelijke hefboom voor verbetering zit.

Systemen doen precies wat ze zijn ingericht om te doen

CRM-systemen falen zelden technisch.
Ze doen wat is gevraagd.

Wat vaak ontbreekt, is niet functionaliteit
maar bedoeling.

Zonder heldere keuzes wordt CRM:

- een archief
- een controlemiddel
- een verplicht nummer

Niet omdat het systeem tekortschiet,
maar omdat het geen richting heeft gekregen.

Wanneer CRM gedrag probeert af te dwingen

Veel CRM-implementaties proberen gedrag te forceren:

- verplichte velden
- vaste stappen
- strakke workflows

Dat levert data op.
Maar zelden betrokkenheid.

Gedrag dat wordt afgedwongen,
wordt vaak minimaal ingevuld.

Niet omdat mensen niet willen,
maar omdat het nut niet wordt ervaren.

CRM als symptoom van onderliggende keuzes

Wanneer CRM niet werkt,
is dat vaak een symptoom van iets anders.

Bijvoorbeeld:

- onduidelijke prioriteiten
- gebrek aan eigenaarschap
- spanningen tussen sales en management
- tegenstrijdige verwachtingen

CRM legt bloot wat al speelt.
Het veroorzaakt het niet.

Daarom lost een nieuw systeem
zelden het probleem op.

De echte hefboom zit in keuzes, niet in tools

Effectief CRM begint met keuzes:

- wat willen we sturen?
- wat laten we los?
- wat moet het systeem ondersteunen en wat niet?

Zonder deze keuzes wordt CRM een optelsom.
Met deze keuzes wordt CRM een navigatiesysteem.

Niet alles hoeft vastgelegd.
Wat wél wordt vastgelegd, moet helpen beslissen.

Leiderschap bepaalt of CRM helpt of hindert

CRM is geen IT-project.
Het is een leiderschapsvraagstuk.

Leiders bepalen:

- welk gedrag wordt beloond

- welke informatie ertoe doet
- hoe het systeem wordt gebruikt in gesprekken

Wanneer leiders CRM negeren,
doet het team dat ook.

Wanneer leiders het inzetten als gespreksinstrument,
verandert de betekenis.

Minder vastleggen, meer richting

Meer data leidt niet automatisch tot betere besluiten.
Vaak juist tot ruis.

Sterke CRM-inrichting kenmerkt zich door:

- eenvoud
- focus
- consistent gebruik

Niet om alles te weten,
maar om niets essentieels te missen.

Dat vraagt durf om te schrappen.

Wanneer CRM ondersteunend wordt

CRM ondersteunt wanneer:

- opvolging vanzelfsprekend wordt
- inzicht helpt prioriteren
- gesprekken gaan over keuzes, niet over cijfers

Je merkt het doordat:

- het systeem rust geeft
- sales minder hoeft te compenseren
- en management beter kan sturen

CRM wordt dan geen verplichting,
maar een verlengstuk van commercieel vakmanschap.

CRM binnen de visie van Moore & Partners

Bij Moore & Partners kijken we naar CRM in samenhang met gedrag, leiderschap en performance.

Niet:

- welk systeem gebruik je?

Maar:

- welk gedrag wil je versterken?
- waar wil je focus aanbrengen?
- en wat moet technologie ondersteunen of juist niet?

Daar ligt de hefboom.

Slot

CRM is zelden het probleem.
Het laat het probleem zien.

Wie blijft sleutelen aan systemen
zonder naar gedrag en keuzes te kijken,
blijft repareren aan de buitenkant.

Wie CRM benadert als leiderschapsinstrument,
maakt het verschil aan de binnenkant.

Niet door meer vast te leggen.
Maar door beter te kiezen.

Moore & Partners

Waar sales, leiderschap en performance tot hun recht komen

www.moore-partners.nl