

UITGEVERIJ ZWIJSEN STELT KLANT CENTRAAL OP BASIS VAN 360 GRADEN KLANTBEELD

THE FULL STORY

Dit artikel verscheen ook in 'The full story'. Een luchtig boek waarmee managers, ondernemers en professionals drie vliegen in één klap slaan. Je leest bij over nieuwe ontwikkelingen, krijgt inzicht in de laatste technologieën en kunt je voordeel doen met 'lessons learned' bij IT- en veranderprojecten.

Het gehele boek kosteloos ontvangen?
Mail ons, wij sturen het je graag toe.



UITGEVERIJ ZWIJSEN STELT KLANT CENTRAAL OP BASIS VAN 360 GRADEN KLANTBEELD

Uitgeverij Zwijsen is gespecialiseerd in educatieve uitgaven, lesmethodes en media voor basisscholen en kinderen van 0 tot 12 jaar. Met een breed scala aan educatieve producten, boeken, spellen en tijdschriften stimuleert en enthousiasmeert de uitgeverij kinderen bij hun ontdekking van de wereld. Op school en thuis. "Met onze nieuwe - op Microsoft Dynamics gebaseerde - bedrijfsoplossing kunnen we de klant centraal stellen bij alles wat we ondernemen."

"Naast de schooldirecties communiceren we intensief met de leerkrachten die onze materialen gebruiken. Onze ambitie is om al deze circa 150.000 contactpersonen toegevoegde waarde te bieden op basis van hun profielen en wensen. Het stroomlijnen van deze activiteiten vraagt om slimme automatisering", vertelt business analist Christa Hage. Ze startte in 2006 bij Uitgeverij Zwijsen en vervult haar huidige rol sinds 2014. Dit met ontzettend veel plezier. "Het is te vergelijken met werken in de zorg, alleen help ik mensen met informatie die uit complexe data te halen valt. Proactief en zoveel mogelijk op maat. Ook ben ik betrokken geweest bij het opzetten van de klantcontactstrategie en was ik lead bij de inrichting van het nieuwe CRM-systeem."

DE KLANT CENTRAAL

Aanleiding tot vervanging van het CRM-systeem was de wens om te kunnen beschikken over een omgeving waarin alle beschikbare informatie samenkomt in een 360 graden klantbeeld. "Het mooie is dat dit traject samenviel met de selectie van een uitgeefspecifieke ERP-oplossing. Zo kwamen we terecht bij Abecon en bij Microsoft Dynamics NAV, aangevuld met de door Abecon geleverde uitgeefoplossing van knkPublishing en Microsoft Dynamics CRM. Deze combinatie voldeed het best aan de door Zwijsen gedefinieerde voorwaarden en criteria. Het Microsoft-platform voorziet in een moderne applicatie voor uitgeverijen. Abecon levert hier een volledig geïntegreerde koppeling met het Centraal Boekhuis

bij. Bovendien sluit deze omgeving aan op de ontwikkelingen die we voorzien in onze markt en op CRM-gebied.”

“Met een Microsoft-omgeving kies je voor efficiëntie en krachtige integratie. Andere belangrijke voordelen zijn gebruiksvriendelijkheid, flexibiliteit en toekomstbestendigheid. Daardoor worden de bedrijfsprocessen en -activiteiten optimaal op elkaar afgestemd. Voor sales en marketing betekent dit dat we efficiënt, persoonlijk en klantgericht kunnen communiceren over alle gebruikte kanalen. Onze mensen maakten voorheen veel gebruik van losse Excel-sheets, bellijsten en printjes. In het nieuwe systeem worden alle klantgegevens in één overzichtelijke omgeving bijgehouden. Je ziet het klantcontact, de verkoopkansen en de methode die ze gebruiken in een overzicht. Daardoor kun je meteen een passend antwoord op een vraag geven.”

SCHOOLJAAR-JOURNEY

“Dankzij Microsoft Dynamics CRM kunnen we onze klanten benaderen met communicatie aanbiedingen waar ze echt iets aan hebben. Ook kunnen we veel gemakkelijker invulling geven aan de klantcontactstrategie, ofwel alle contactmomenten die er door het jaar heen met een school zijn. Deze klantreis strekt van de reguliere afspraken van de buitendienst tot nieuwsbrieven en mailings. Het uitgangspunt is dat de juiste persoon de juiste informatie krijgt, op het juiste moment. Daarbij presenteren we ons als één organisatie, en zal het niet snel gebeuren dat een klant meerdere malen dezelfde vraag krijgt of dat een leerkracht een niet-relevante mailing ontvangt.”

Ook de methodevervangings-journey wordt nu beter ondersteund, vervolgt Christa. “Als een methode na verloop van tijd aan vervanging toe is, zorgt de workflow-functionaliteit dat de juiste contactmomenten aangestuurd worden. Activiteiten als verzending van nieuwsbrieven en ‘ter inzagepakketten’ en organisatie van trainingen worden automatisch aangestuurd, evenals de telefonische opvolging. Dit maakt het werk van onze medewerkers een stuk efficiënter.”

VERTROUWEN EN DRAAGVALK

De implementatie van de systemen is stapsgewijs aangepakt. Hierbij is gestart met de invoering van

Microsoft Dynamics CRM. “We waren toe aan vernieuwing, dat scheelt natuurlijk in de acceptatie van een nieuw systeem. Bovendien hadden mijn collega’s veel vertrouwen in de geselecteerde oplossing en het projectteam. We hebben achtereenvolgens de hoofdprocessen en de sub-processen vormgegeven, en deze regelmatig afgestemd met de key users. Die waren over het algemeen zeer positief. De live-gang van het systeem kort voor de kerstvakantie verliep soepel; de scholen hebben er niets van gemerkt.”

RAPPORTEN EN DASHBOARDS

Alle sales- en marketing-medewerkers in de binnen- en buitendienst werken inmiddels met het CRM-systeem. “Ze konden er gemakkelijk mee aan de slag. Natuurlijk is een nieuw systeem altijd wennen, en leer je pas van het systeem als je het in gebruik hebt. Geleidelijk krijgen we steeds meer tijd om vooruit te denken en de informatievoorziening naar de verschillende functiegroepen te versterken met rapporten en dashboards. Zelf kan ik me nu weer focussen op mijn business-analysetaken en daarbij profiteren van het nieuwe systeem. Een van de voordelen is dat ik business rules nu zelf

**VOOR SALES EN
MARKETING BETEKENT
DIT DAT WE EFFICIËNT,
PERSOONLIJK EN
KLANTGERICHT
KUNNEN
COMMUNICEREN
OVER ALLE GEBRUIKTE
KANALEN**

kan aanpassen. Daardoor hebben we behalve meer inzicht ook meer controle. Ook kunnen we meer tijd besteden aan ontwikkeling en verbetering. Zo gaan we bijvoorbeeld de koppeling met het campagnemanagement onder de loep nemen en kijken hoe we informatie kunnen visualiseren.”

MAKKELIJKER EN OVERZICHTELIJKER

"Het onderwijs beweegt zich van klassikaal onderwijs naar bijna individueel onderwijs. Elk kind is anders en dat nog eens op meer dan tien vakken.

**WE WILLEN EEN
PARTNER VOOR DE
LEERKRACHT ZIJN.
DIT BETEKENT DAT JE
NIET TE VEEL MOET
ZEGGEN, MAAR WEL
HET JUISTE OP HET
JUISTE MOMENT**

Bovendien komt er voor de leerkrachten steeds meer administratie bij. Wij willen hen de middelen geven om het beste uit elke leerling te halen. Om die middelen zo goed mogelijk op hun behoeften

aan te laten sluiten, moeten we weten wat hun wensen zijn. En doordat de ontwikkelingen steeds sneller gaan, krijgen we ook meer informatie die gestructureerd moet worden", concludeert Christa.

"De uitdaging zit niet in het verzamelen van data, maar in het juiste gebruik ervan. We willen een partner voor de leerkracht zijn. Dit betekent dat je niet te veel moet zeggen, maar wel het juiste op het juiste moment. Via de nieuwe IT-omgeving hebben onze medewerkers alle klantinformatie binnen handbereik. Zo kunnen we voor de verschillende behoeften de juiste oplossingen aanreiken en onze doelgroepen helpen om het lesgeven makkelijker en overzichtelijker te maken." ■

