

Microsoft Outlook als CRM-applicatie een serieuze optie?

CRM-systemen in barre tijden

In tijden van een investeringsstop en teruglopende omzetten staat u voor de keuze of het invoeren van een CRM-applicatie binnen uw organisatie geld oplevert. Gebruikers van Microsoft Outlook en Exchange-server beschikken al over een aantal contactmanagementvoorzieningen die mogelijk zijn uit te breiden tot een 'mini-CRM-applicatie'. Maar functioneert Microsoft Outlook wel als CRM-systeem? De zin en onzin van noodgrepen in economisch spannende tijden.

Met de standaard Microsoft Outlook-applicatie kunt u e-mail, taken, contactpersonen en de agenda beheren. Deze taken vallen in een CRM-applicatie onder de noemer contactmanagement. In combinatie met een Exchange-server kunt u deze functies ook gezamenlijk met uw collega's op de server uitvoeren. Zo kunt u op de server een folder 'contacts' maken waarin de adreskaarten van alle contactpersonen zijn opgenomen, ingedeeld in categorieën, inclusief een korte beschrijving van het contact met deze personen in het 'memoveld'. De contactpersonen worden geordend op bedrijfsnaam, achternaam en voor-naam opgeslagen in de gedeelde folder en kunt u op een portable computer off-line beschikbaar stellen.

Samen met collega's maakt u op de Exchange-server folders aan voor klanten waarvan u de inkomende en uitgaande berichten wilt bewaren. Deze folders zijn gedeeld, rechten kunnen eenvoudig worden ingesteld. Na het bezoeken van de klant werken de verkopers hun taken bij op de Exchange-server, de verschillende beloften aan klanten moeten per per-

soon op datum geordend worden geregistreerd en zorgen ervoor dat de salesmanager een compleet overzicht heeft van de openstaande beloften van z'n team. In geval van ziekte kunt u deze taken eenvoudig verdelen onder de resterende collega's. Alle contactinformatie is beschikbaar, de historie van de klant zit in folders op de server en er is bovendien inzage in de dagelijkse werkzaamheden van de collega. Het is uiteraard ook mogelijk om contactpersonen te selecteren voor een mailing en een koppeling aan te brengen in de sjablonen waarmee correspondentie aan een contactpersoon automatisch kan worden aangemaakt. Het gebruiken van deze functies vereist een koppeling van Outlook aan de overige Microsoft Office-applicaties.

Wat MS Outlook niet kan

Microsoft Outlook is niet gemaakt om als CRM-applicatie te fungeren, maar wordt gebruikt als mailclient. Een uitputtende lijst geven van voorzieningen die ontbreken in Outlook om gebruikt te worden als CRM-applicatie is dan ook zinloos. Wanneer u momenteel gebruik maakt van Outlook voor de registratie van contactperso-

nen, dan zult u onderstaande nadelen hebben ervaren. De Outlook-contacts staan bijvoorbeeld niet in een relationele tabel. Een relatie leggen tussen een bedrijfsnaam en een contactpersoon of een verzameling contactpersonen is standaard dan ook niet mogelijk. Omdat de gegevens niet genormaliseerd worden geplaatst op de Exchange-server moet de gebruiker in geval van een verhuizing het adres bij alle contactpersonen aanpassen.

De velden die in een standaard Outlook-contactpersoonformulier worden gebruikt sluiten in veel gevallen niet aan bij de velden die wenselijk zijn voor een goede registratie van de contactgegevens. Het is ook niet mogelijk automatisch de uitgaande en inkomende e-mailberichten in de mappen van de klant op de Exchange-server te archiveren. Het bouwen van een bestand met klanthistorie moet handmatig of door middel van programmacode gebeuren.

Mailinglijsten op een publieke folder van de Exchange-server hebben tot slot een maximum grootte van 140 contactpersonen, het uitvoeren van een mailing vereist het op basis van een selectie exporteren van de geselecteerde bestanden en vervolgens het uitvoeren van de mailing. Het automatisch aanbrenge van een markering dat een bepaalde contactpersoon een mailing heeft ontvangen is helaas standaard niet mogelijk.

Met Outlook naar CRM

Wanneer u de voorzieningen van Microsoft Outlook wilt uitbreiden, dan kan dat op twee manieren: het uitbreiden binnen de applicatie of het gebruiken van extra applicaties.

U kunt op relatief eenvoudige wijze gebruik gaan maken van formulieren voor het routeren van offerteaanvragen of het begeleiden van een standaard verkoopproces. Het is uiteraard mogelijk om de standaardformulieren die men gebruikt voor de registratie van contactpersonen aan te passen zodat deze geschikt zijn voor uw organisatie. De contactpersonen kan een gebruiker in dat geval koppelen aan een bedrijfsadres, de notatie van de postgegevens en telefoonnummers volgen de conventies en eisen van uw bedrijf, en u maakt gebruik van zogenaamde maatwerkvelden om belangrijke classificaties van contactpersonen te registreren, bijvoorbeeld mailingvelden, kerstkaarten, kerstgeschenken, verkoper of branche. Opgemerkt moet worden dat het eenvoudig is om nieuwe formulieren te maken voor Microsoft Outlook in combinatie met een Exchange-server, maar dat de mogelijkheden om geautomatiseerde handelingen uit te laten voeren beperkt zijn. Dit komt doordat slechts een gering aantal events beschikbaar is voor de ontwikkelaar. Een tweede bezwaar is de slechte performance van de koppelingen tussen Outlook en andere applicaties. De mailserver is gemaakt om e-mail te routeren en niet per definitie geschikt om als databaseserver te fungeren.

Producenten van Microsoft Outlook CRM add-ins spelen in op deze beperkingen door aan de standaardvoorzieningen van Microsoft Outlook extra functies toe te voegen. Deze toepassingen zijn in veel gevallen gebaseerd op een extra Microsoft SQL-server waarop de contactgegevens worden opgeslagen en Outlook wordt gebruikt om deze gegevens te bekijken en aan te passen. Door een add-in te gebruiken kunt u op redelijk eenvoudige wijze verkoophistorie archiveren, brieven koppelen aan klanten, contactpersonen ordenen per organisatie en een geautomatiseerd verkoopproces uitrollen.

Omdat gebruik wordt gemaakt van een combinatie van technieken, zoals SQL Server, Exchange Server, Microsoft Outlook en de add-in, wordt de toepassing in de meeste gevallen niet de meest stabiele. De implementatietijd en de leertijd van de gebruiker is laag, de oplossingen zijn eenvoudig te installeren en de gebruiker is in veel gevallen al bekend met de werking van de op Microsoft Outlook gelijkende formulieren.

Wat nu te kiezen?

Wanneer uw verkoopteam bestaat uit tien personen die gemiddeld vijftigduizend euro per jaar kosten, dan bereikt u met een investering van tienduizend euro in een CRM-toepassing voor nog geen twee procent van uw loonkosten op jaarbasis een enorme verbetering van de productiviteit van uw verkooptaf. Klantgegevens worden consistent geregistreerd, klanthistorie is centraal beschikbaar, verkopers kunnen makkelijker worden vervangen door collega's en het dagelijks aanmaken van correspondentie en mailings kan worden geautomatiseerd.

Het lijkt verstandig om te investeren in hulpmiddelen voor de verkooptaf uit rendementsoverwegingen, het is niet verstandig om de keuze voor een CRM-toepassing te bepalen op basis van de technische mogelijkheden of onmogelijkheden van de applicatie Microsoft Outlook. Bij het zoeken naar de beste software als hulpmiddel in uw organisatie moet u uitgaan van de wensen en eisen van de gebruikers. Applicaties zoals ACT!, Commence, Goldmine en Maximiser zijn gemaakt voor het begeleiden van de werkzaamheden van een verkooptaf. De prijzen van deze applicaties liggen tussen de vierhonderd en duizend euro per werkplek. Een Outlook add-in kost minimaal honderd euro per werkplek (<http://www.opportunity.dk/>) en in sommige gevallen zelfs zo'n twaalfhonderd euro ([\[trak.com/\]\(http://www.world-trak.com/\)\). De kosten voor de implementatie van beide toepassingen zijn gelijk; koppelingen met huisstijlen, maatwerkvelden, installatie van client-software.](http://www.world-</p></div><div data-bbox=)

Een goede beslissing

Heeft u geen budget voor een CRM-toepassing in dit jaar, maak dan maximaal gebruik van de standaardvoorzieningen van Microsoft Outlook. Leer leven met de beperkingen van Outlook en investeer tijd in het inrichten van Outlook op de registratie van uw klantgegevens en de koppeling met andere office-applicaties. De Outlook add-ins leveren voor een lage prijs een aantal voorzieningen die Outlook uitbouwen tot een contactmanagementapplicatie en in sommige gevallen zelfs tot een volwaardige CRM-applicatie. De geringe stabiliteit van de geïntegreerde applicatie en de continuïteit van de leveranciers maken een investering in een add-in echter tot een risicovolle beslissing. Het is beter om te investeren in een volwaardige CRM-applicatie wanneer de wensen van uw organisatie zich uitbreiden. Accepteer in de huidige markt nooit zonder meer de standaardlicentieprijzen van deze software en spreek met de leverancier een vaste prijs af voor de implementatie, inclusief een geldteruggarantie wanneer niet aan uw wensen wordt voldaan. Wanneer u weet dat u met een CRM-applicatie meer geld kunt verdienen, en alle risico's van het project bij de leverancier zijn gelegd, dan is het investeren in CRM ook in de huidige markt een goede beslissing.



Bart van Wanroij

Bart van Wanroij is consultant bij Broekhuis Consultancy.