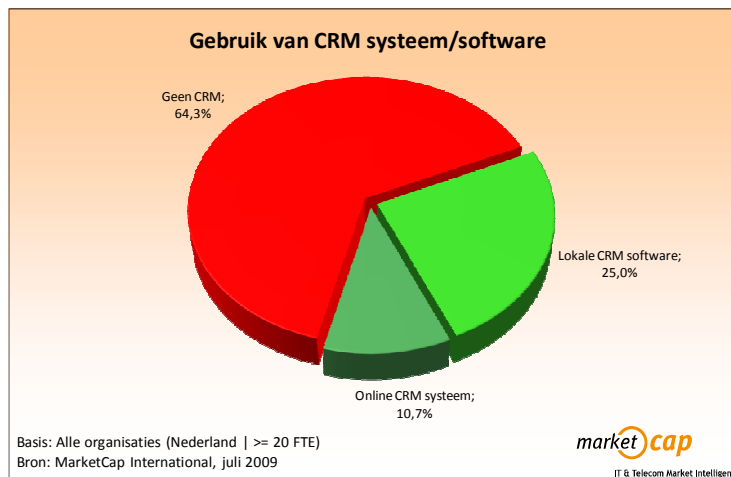


## CRM is, ondanks crisis, nog steeds hot

**Nederland kampt nog steeds met de economische crisis, die ontstaan is in het najaar van 2008 met de instabiele hypotheekmarkt van de VS, wat leidde tot een wereldwijde crisis. Organisaties in alle branches richten zich nu vooral op het besparen van kosten, zoals beperken van budgetten, het afvloeien van werknemers en beperken van investeringen. Toch blijkt CRM nog steeds hot te zijn, aldus het CRM onderzoek dat MarketCap International in samenwerking met CRM Association.nl onlangs uitvoerde.**

De crisis zorgt ervoor dat organisaties minder in staat zijn om orders uit te zetten, deels omdat het wordt opgelegd vanuit het organisatiebeleid, zoals bij Amerikaanse ondernemingen veel het geval is, maar deels ook omdat het momenteel niet op te brengen is. Klanten in financiële problemen kunnen vaak niet alles meer betalen. Wat men dan ziet, is dat leveranciers voorzichtiger zijn met het binnenhalen van een klant en wensen meer informatie over de kredietwaardigheid van klanten dan voor de crisis. Vooral in de zakelijke dienstverlening en in de bouw en industrie sector is men kritischer op welke klanten binnenkomen. Vooral voor de bouw en industriese sector is dit geen verrassing, aangezien in deze branche veel gebeurt op basis van voorfinanciering en voorschotten. De crisis heeft direct effect op hoe organisaties met klanten omgaan.

In de huidige Nederlandse markt houdt elke onderneming zich bezig met potentiële klanten (prospects), huidige klanten en relaties. Het onderhouden van deze relaties speelt in elke organisatie een rol. De wijze waarop organisaties hier invulling aangeven verschilt onderling. In



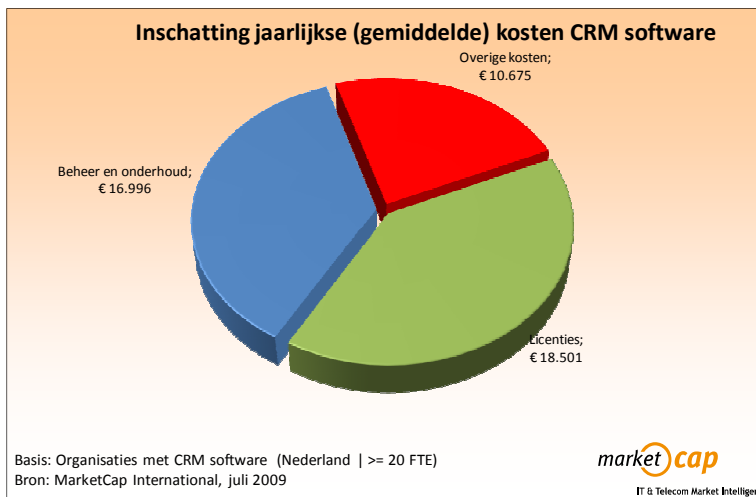
deze tijd waarin automatisering niet meer is weg te denken en vergaande internet oplossingen mogelijk zijn, wordt ook voor CRM veelal gekozen voor een softwarematige oplossing. Dit kunnen maatwerk oplossingen zijn, of standaardoplossingen die door een grote diversiteit aan leveranciers geboden worden.

Van de organisaties in Nederland met ten minste 20 werknemers geeft bijna driekwart aan dat met zich bezig houdt met CRM met vaak als belangrijkste doelstelling dat de klanttevredenheid verhoogd wordt

en dat klanten behouden (retentie) worden. Toch maken niet alle organisaties momenteel gebruik van een softwarematige oplossing, slechts bij circa 36 procent is sprake van CRM software, voornamelijk een "traditioneel" CRM pakket, dat wil zeggen een CRM pakket dat op eigen locatie is geïnstalleerd. Circa 64 procent van de organisaties geeft op een andere wijze invulling aan CRM of doet er zelfs helemaal niets aan.

Toch ziet het ernaar uit dat de CRM binnen nu en twee jaar zal groeien, de CRM markt lijkt weinig last te hebben van de economische crisis. Zelfs midden in de crisis geeft nog altijd één op de tien organisaties aan dat er in 2009 investeringsplannen zijn voor CRM systemen. Dat is met een halfjaar van 2009 achter de rug nog een aanzienlijk percentage. Maar ook verder kijkend blijkt dat een vergelijkbaar deel van alle organisaties in 2010 plannen heeft om te gaan

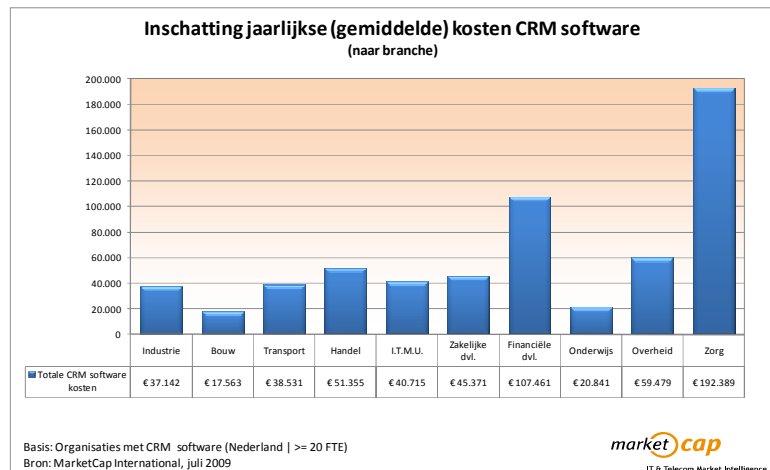
investeren in CRM en nog eens 16 procent wilt dat daarna gaan doen. Hierdoor kan gesteld worden dat CRM leeft bij de organisaties en dat men ondanks moeilijke financiële tijden toch prioriteit geeft en budget wil vrijmaken voor een CRM oplossing.



De investeringen in CRM software zijn verdeeld in een drietal categorieën, de kosten voor licenties, de kosten aan beheer en onderhoud, en de overige kosten. De grootste kostenpost blijken de licenties te zijn. De gemiddelde jaarlijkse

kosten voor licenties bedragen circa 18,5 duizend euro per jaar, voor onderhoud en beheer wordt gerekend op een gemiddelde kostenpost van circa 17 duizend euro per jaar. De overige kosten komen op gemiddelde kosten van circa 10 duizend euro per jaar.

De zorgsector en de financiële dienstverlening geven aanzienlijk meer uit aan software voor CRM dan de andere branches, de bouwsector en de onderwijssector daarentegen investeren in veel mindere mate dan de andere branches als het gaat om CRM. Hier wordt de samenhang met de hoeveelheid klanten duidelijk. In de gezondheidszorg en financiële dienstverlening is het aantal klanten vele malen hoger dan in de onderwijssector en de bouw.



## Over MarketCap International BV

MarketCap International is een gerenommeerd bureau gespecialiseerd op gebied van market intelligence, strategies, marketingadvies en marktonderzoekbureau voor de IT en Telecom sector in West Europa. De diensten kennen een breed spectrum variërend van strategisch advies tot het leveren van multi-client surveys. MarketCap voert continu research uit binnen de IT en Telecom sector (producten, diensten, services, bestedingen en trends) en is gespecialiseerd in het ontdekken van trends en het vinden van marktinformatie.

## Informatie

MarketCap International BV  
Beekveld 51  
5258 SH Berlicum (NB)  
The Netherlands

Tel.: +31(0)73 – 503 06 68

Fax: +31(0)73 – 503 06 69

## Contactpersoon

Alfred den Besten  
Managing Partner

Tel.: +31(0)6.53.57.44.93

Mail: [adenbesten@marketcap.eu](mailto:adenbesten@marketcap.eu)