****“Consultancy leidend naar een CRM-tool,

voor gerichte communicatie / opvolging klantencontacten”

Narratief verslag

1. Algemeen

* Naam van de organisatie: Join For Water
* Contactpersoon binnen de organisatie: [dries.moorthamers@joinforwater.ngo](mailto:dries.moorthamers@joinforwater.ngo) - 09/235.25.15
* Datum van indiening van het project: 16-05-2019
* Thema van het project: communicatie

1. Doel van het project

De dienst Communicatie & Fondsenwerving van Join For Water had dringend nood aan een CRM-tool. Deze software zagen we als noodzakelijk voor o.a. een betere opvolging van onze communicatie- en fundraisingcampagnes (o.a. donor journey), voor een scherper inzicht in onze database, en om op termijn beter te kunnen segmenteren.

Het CRM-landschap is enorm uitgebreid. Er zijn heel veel verschillende tools, en het is niet evident om te weten welke tool precies aan je verwachtingen zal voldoen. Dankzij het budget verkregen via het Kwaliteitsfonds van de ngo-federatie konden we samenwerken met een gespecialiseerde consultant. Hij bracht mee onze noden in kaart en maakte ons wegwijs in het aanbod van tools.

Het Kwaliteitsfonds kon niet aangewend worden voor de aankoop van de tool zelf, dus de functionaliteiten van de gekozen tool worden in dit verslag niet behandeld. De implementatie van de tool moet bovendien nog gebeuren. Bijkomende info over de tool kan opgevraagd worden bij Dries Moorthamers, verantwoordelijke voor het project.

1. De dienstverlener

Olivier Caeymaex

+32 497 48 08 37

[olivier@egg3.be](mailto:olivier@egg3.be)

<https://www.egg3.eu/>

Consultant Olivier Caeymaex leerden we kennen via een vorming over CRM-tools, georganiseerd door Emolife. Tijdens deze vorming toonde mijnheer Caeymaex het ‘systemic canvas’, een uitgebreid Excel-document waarmee hij de behoeften in kaart brengt bij het kiezen van een CRM-tool. Het is dit systemic canvas – en de uitgebreide kennis van Caeymaex over het CRM-landschap – die ons overtuigde om met hem in zee te gaan voor dit project.

In een vijftal sessies werd het systemic canvas ingevuld. Dit document brengt het volgende in kaart:

* Centraal staat het tabblad ‘backlog’:
  + *welk departement/dienst/rol* binnen Join For Water wil *welke handeling/functionaliteit* realiseren met de tool, en met *welk doel*?
    - Bv: “de *dienst boekhouding/giftenadministratie* wil *bankuittreksels automatisch via CODA of API importeren* zodat *minder manuele verwerkingen nodig zijn”*
  + Wat is het *primary object* binnen deze handeling, welke *applicatie* gebruiken we hier vandaag voor?
    - Bv: primary object is in bovenstaand geval een *gift*, huidige applicatie is het *boekhoudpakket en een adresbestand in Excel*
  + Hoe *prioritair* is de functionaliteit met betrekking tot de keuze van de tool
    - Must have / nice to have?
  + *Level of effort*: hoe eenvoudig kan de verwachting opgevangen worden door de tool?
    - Dit veld werd ingediend door de gekozen CRM-leveranciers
    - Gaat het om een standaard feature, een custom veld, een custom object, een custom script, een plugin, of custom code (via API)? Hoe meer level of effort, hoe hoger de bijkomende implementatiekosten.
* De andere tabbladen koppelen terug over de bovenstaande backlog. Ze zijn een hulpmiddel om na te gaan of alle behoeften wel degelijk in kaart zijn gebracht, en of er niets ontbreekt:
  + De verschillende *departementen/diensten/rollen* binnen de organisatie: beschrijving + hoe vaak worden ze genoemd in de backlog (ifv prioriteitenstelling)?
  + Lexicon: verstaan we allemaal hetzelfde met betrekking tot de gebruikte terminologie voor de objecten? Hoe vaak wordt elk object genoemd (ifv prioriteitenstelling)?
  + Overzicht van de applicaties zoals genoemd in de backlog.
  + De verwachte ‘epics’: wat willen we bereiken dankzij de CRM-tool?

Olivier Caeymaex begeleidde ons bij het invullen van dit document. Als externe partij was hij goed geplaatst om bepaalde zaken in vraag te stellen. Hij daagde ons ook steeds uit om het project niet te eng op te vatten. Bij de keuze van een CRM-tool breng je best alle verwachtingen van de hele organisatie in kaart. Dergelijke tools kunnen (veel) meer dan je zou denken.

Na het in kaart brengen van onze behoeften via het systemic canvas, stelde Caeymaex een zestal CRM-tools voor die zouden voldoen aan onze verwachtingen. Hij gaf meteen ook informatie met betrekking tot jaarlijkse licentiekosten. We selecteerden 3 partijen (Salesforce, Dynamics 365, Odoo). Caeymaex sprak via LinkedIn zijn netwerk aan, een aantal implementatoren van deze tools contacteerden ons vervolgens. Van elke tool nodigden we 1 implementator uit voor een demo.

Onze ervaringen met de demo’s koppelden we nadien terug met Caeymaex.

1. Lessons learnt

* Het ‘systemic canvas’ was voor ons een heel goeie tool om onze behoeften in kaart te brengen. Het instrument laat toe om de behoeften vanuit verschillende invalshoeken in kaart te brengen.
* Hou steeds een open blik, en sta open voor verruiming van de scope van het project.
* Een externe partij (consultant) is zeker nuttig om het keuzeproces voor een CRM-tool te begeleiden: enerzijds stelt hij/zij pertinente vragen, anderzijds is hij/zij goed op de hoogte van nieuwe technologie en kent hij/zij de ins & outs van heel wat CRM-software
* Zeker voor uitgebreide CRM-software is ook de keuze van de implementator belangrijk. Voor tools als Salesforce of Dynamics 365 zijn er enorm veel freelancers of IT-bedrijven die de tool configureren.
* Check gebruikservaring van CRM-tools bij collega-ngo’s

1. De verbetering

Het project ingediend bij het Kwaliteitsfonds ging over de eerste fase in het verbeteringstraject: het in kaart brengen van onze behoeften, onder begeleiding van een consultant, om vervolgens uit te komen bij een concrete tool.

Intussen werd een tool gekozen, namelijk Salesforce. De implementatie van deze tool is de tweede fase van het verbetertraject (en wordt niet gefinancierd via het Kwaliteitsfonds). Zoals eerder vermeld zijn er verschillende implementatoren, met een verschillende aanpak en verschillende prijs. We hebben drie Salesforce-implementatoren gecontacteerd, voor we bij de (voor ons) juiste partij terechtkwamen. We kozen voor Salesforce omdat:

* Salesforce een sterke basisimplementatie (‘Converse Accelerate’) heeft voor de non-profitsector (onder meer voor communicatie, opvolging fondsenwerving, giftbeheer, vrijwilligersbeheer). Deze implementatie werd uitgedacht en geprogrammeerd door PWC (de implementator waarmee we in zee gaan). Rapportagetools zijn redelijk eenvoudig, en de interface kan beperkt worden tot wat je nodig hebt. Maken onder meer gebruik van de Converse Accelerate implementatie: Amnesty International, VUB, VIA Don Bosco…
* Salesforce redelijk eenvoudig uitgebreid kan worden, in functie van toekomstige bijkomende behoeften. Salesforce heeft een grote community van gebruikers, plugins, extensies etc. die allemaal makkelijk kunnen geënt worden op de lopende implementatie. Navraag bij gebruikers van Dynamics 365 gaf ons de indruk dat deze tool veel meer ‘op maat’ geprogrammeerd wordt, en uitbreiding nadien moeilijker/duurder is.
* Onze webdeveloper een betere ervaring heeft met het koppelen van Salesforce aan de webshop (in vergelijking met Dynamics 365).
* Salesforce 10 gratis licenties geeft.