



CRM VASKEANVISNING

Slik tar du best vare på systemet.

Simplifying business.

HVORDAN TAR DU EGENTLIG VARE PÅ DITT CRM-SYSTEM?

Det er ikke alltid lett å vite hvordan man best vedlikeholder et CRM-system. Faktisk kan det sammenlignes med noe så hverdagslig som klesvask: Hvis du tar godt vare på det, holder det seg pent og fungerer som det skal i lang tid.

Derfor har vi laget en CRM "vaskeanvisning": en enkel og praktisk "bruksanvisning" for å holde CRM-systemet ditt oppdatert, rent og funksjonelt. Dette gjør ikke bare hverdagen enklere, men sikrer også at systemet fortsetter å gi verdi over tid.

"VASKEANVISNING" FOR DITT CRM-SYSTEM

- Bruk klærne daglig: Bruk CRM-systemet hver dag
- Velg en vaskeansvarlig: Gi systemet en eier
- Bruk felles vaskesymboler: Legg til rette for at alle jobber likt
- Studer vaskelappen: Segmenter deretter
- Ikke bland fargene: Gå i samme retning
- Vask klærne skikkelig: Hold dataene rene
- Ikke la vaska ligge for lenge: Håndter persondata
- Ikke strekk klærne for hardt: Følg prosessen
- Heng klærne på snora: Del aktivt

1. Bruk klærne daglig: Bruk CRM-systemet hver dag

Klær du aldri bruker, støver ned i skapet.

Logg møtene, telefonene og avtalene dine i CRM når de skjer. Sett gjerne opp automatisk logging fra e-post og kalender, så slipper du unødvendig klikking.

Da ligger kunnskapen lett tilgjengelig for hele teamet, og er ikke gjemt i notatbøker, excel-ark og innbokser. Dere blir mindre sårbare ved fravær og turnover, og prognosene begynner faktisk å stemme.

2. Velg en vaskeansvarlig: Gi systemet en eier

Hvis ingen tar ansvar for vasken, blir alt liggende i skittentøyskurven.

Utnevnt en intern systemansvarlig eller superbruker som har ansvar for at CRM-systemet holdes levende, oppdatert og relevant. Denne personen skal være kontaktpunktet for spørsmål, forbedringsforslag og opplæring.

Når brukerne vet hvem de kan henvende seg til, øker tryggheten og bruken. CRM blir et aktivt verktøy som faktisk vedlikeholdes, og ikke bare et system som ligger der.

3. Bruk felles vaskesymboler: Legg til rette for at alle jobber likt

Vaskesymboler skal sikre at klærne vaskes riktig og likt. Det samme gjør standardiserte felter for CRM.

Bruk nedtrekkslister for bransje, segment, kilde og status i stedet for fritekst. Avklar og dokumenter et felles språk: hva betyr "lead", "aktiv kunde" og "tapt" hos dere?

Når du og kollegene dine snakker samme språk og har felles definisjoner, kan dere rapportere, sammenligne og analysere på tvers av team, tid og marked.

4. Studer vaskeetiketten: Segmenter deretter

Ikke alle plagg skal vaskes likt, og ikke alle kunder trenger samme behandling.

Segmenter kundene dine: A-kunder får tett oppfølging med faste møter og KAM-eierskap, standardkunder følger definerte cadences (telefon, e-post, kampanjer), og akutte saker får raske "flekkefjerningsprosesser" med eskalering.

Riktig innsats til riktig kunde gir deg høyere lojalitet, bedre inntekter og smartere ressursbruk.

5. Ikke bland fargene: Gå i samme retning

Hiver du en rød sokk i hvitvasken, blir hele vasken rosa.

Bli enige om en felles minimumsstandard. Dette kan for eksempel være hvilke felter dere alltid fyller ut, hvordan dere tolker prosess-steg, og hva som regnes som en "ferdig" sak. Ledelsen må gå foran som gode eksempler og bruke CRM-tall i møter. Dette signaliserer at systemet og arbeidet som gjøres i det, tas på alvor.

Når alle følger samme praksis og får jevnlig opplæring, blir rapportene sammenlignbare, og CRM blir et reelt styringsverktøy i stedet for bare et arkiv.

6. Vask klærne skikkelig: Hold dataene rene

Skitne klær tar seg ikke bra ut – det gjør ikke skitne data heller.

Rydd jevnlig i CRM-systemet. Slå sammen duplikater, "kast" diskvalifiserte leads og oppdater nøkkelfelter som bransje, størrelse og kontaktpersoner. Definer hva som er "må-felter" hos dere, og følg opp at de faktisk fylles ut.

Rene data gir deg treffsikre rapporter og kampanjer. CRM går fra å være et adresseregister til å bli et verktøy du stoler på og som fungerer optimalt.

6. Ikke la vaska ligge for lenge: Håndter persondata

Du lar ikke våte klær ligge i maskinen for lenge.

Lag klare regler for hva du lagrer hvor, hva som er sensitivt, hvor lenge du beholder det, og hvordan du håndterer innsyn og sletting etter GDPR. Sensitiv informasjon skal ikke ligge i fritekstnotater, men i kontrollerte felter der du har full oversikt.

God personvernpraksis i CRM styrker tilliten hos kundene dine og holder deg unna bøter.

8. Ikke strekk klærne for hardt: Følg prosessen

Strekker du ut plagget for hardt når det er vått, kan det miste formen.

Definer noen få, tydelige steg fra lead til kunde og fra sak til løsning, og bruk CRM som eneste sannhetsskilde for hvor kunden faktisk står. Beskriv hva som må være oppfylt for å flytte en sak videre. Følger alle den samme prosessen, holder du det enkelt for alle.

Da kan du stole på pipeline og rapportene, og du ser hvor kundene forsvinner eller hvor prosessen henger. Hopper folk over steg, blir alt upålitelig.

9. Heng klærne på snora: Del aktivt

Når klærne henger på snora, får alle full innsikt i garderoben.

Legg kundesammendrag, oppgaver, tilbud og saker i CRM, ikke i private Excel-ark, e-poster og notatbøker som ingen andre kan finne.

Felles dashboard gir alle samme oppdaterte bilde. Salg, marked og kundeservice ser det samme, overleveringer blir bedre, kampanjer treffer, og dobbeltarbeid forsvinner.

SNAKK MED OSS OM CRM

Våre eksperter innen CRM hjelper deg gjerne med alt du måtte lure på innen fagområdet, enten du har noen kjappe spørsmål, eller dersom du ønsker å starte en prosess for å bytte eller optimalisere ditt CRM-system.



Robert Halse

Senior CRM-konsulent
robert.halse@amesto.no