

BSAE-dossier:
Leden kennen om leden te
bedienen
CRM voor ledenorganisaties

© BSAE vzw

Kortrijksesteenweg 1007 – 9000 Gent – Tel. 09 233 48 66 – info@bsae.be –
<http://www.bsae.be>

Editie v1 (12 mei 2014) – Coördinatie: Marc Mestdagh – Josefien D’Haene

Disclaimer en copyright:

De inhoud van deze publicatie werd met de grootste zorg samengesteld. BSAE kan niet aansprakelijk gesteld worden voor eventuele tekortkomingen of fouten. Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt of worden gereproduceerd door middel van druk, fotokopie, film, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Inhoudstafel

Inhoud

• Inleiding ‘Leden kennen om leden te bedienen	p. 4
• Korte voorstelling technische partners	p. 5
• CRM voor ledenorganisaties (Marc Mestdag)	p. 6
• Toegevoegde waarde voor ledenorganisaties: Uitdagingen en valkuilen (Patrick De Sutter)	p. 8
• Technische partners: voorstelling applicatie + case ledenorganisatie	
- The CRM Warehouse	p. 14
- Evora	p. 16
- Infront	p. 18
- Livits	p. 20
- Procurios	p. 22
- Norriq	p. 24
- RealDolmen	p. 26
- WindexCC	p. 28
• Bronnenlijst	p. 30

Leden kennen om leden te bedienen – technologie helpt ledenorganisaties

Kunnen ledenorganisaties met gevestigde structuren, processen en personeel blijven concurreren tegen de kracht van het internet en de informele netwerken die erop ontstaan? Is het mogelijk om het internet in het voordeel van deze organisaties te keren zodat ze geen concurrentie hoeven te vrezen, meer nog, dat ze er sterker uit komen dan toen het internet er niet was en het 'verenigen van mensen' het voorrecht van degelijke organisaties was?

Dat kan natuurlijk. Maar ledenorganisaties moeten hun leden door en door kennen, willen ze de werking van hun organisatie optimaliseren en hun diensten afstemmen op wat voor hun leden noodzakelijk en relevant is. Ook voor het aantrekken van nieuwe leden is je doelgroep kennen een basisvereiste. BSAE, de Belgische vereniging van verenigingsmanagers en – directeurs van beroepsverenigingen, sectororganisaties en andere ledenverenigingen, merkt op dat in vele gevallen een performante software voor ledenbeheer ontbreekt. Door het gebrek aan kennis van de leden loopt de communicatie, de werving en de dagelijkse interactie met leden niet van een leien dakje en leiden acties niet altijd tot het verhoopte succes.

Wat veel ledenorganisaties nodig hebben is een vernieuwde kijk op het 'lid' als een dynamisch, evoluerend gegeven. Internet en gespecialiseerde tools (member relationship management applicaties (CRM/MRM), of Association Management Software) bieden efficiënte oplossingen om van uw 'platte', ledenexcel een waardevolle kennisdatabank te maken die u op de eerste plaats kan inzetten voor ledenbinding, maar evenzeer als ledendienst.

De bewegingen binnen zo'n systeem creëren inzicht in de sector die dan opnieuw vertaald kan worden naar de leden onder de vorm van 'business intelligence', benchmarks of barometers.

In dit dossier geven we verenigingsmanagers inspiratie om een duurzame transitie te maken naar een 'technology driven', sociale organisatie. 8 CRM-aanbieders stellen hun systeem voor en brengen stellen een case voor waarin ze specifiek voor een ledenorganisatie gewerkt hebben.

De technische partners zijn de volgende:

CRM Warehouse



Evora



Infront



Livits



Norriq



Procurios



RealDolmen



WindexCC



CRM voor ledenorganisaties

CRM (Customer Relationship Management) houdt in dat de organisatie ervoor zorgt dat de relatie met de klant optimaal verloopt (customer intimacy). CRM is op de eerste plaats een business strategie, een manier om de werking van de organisatie te optimaliseren. Centraal hierbij staat de aandacht voor de klant, of in het geval van ledenorganisaties het lid.

Dat betekent ook dat er niet zoiets bestaat als dé CRM, maar elke organisatie zal in functie van de eigen strategie en doelstellingen moeten bepalen welke resultaten men wil bereiken. Belangrijke randvoorwaarden zijn hierbij dat het gedachtegoed door de hele organisatie gedragen wordt en dat er een organisatiecultuur is die zich wil toeleggen op het definiëren, registreren, analyseren en aanwenden van de veelheid aan data die ontstaat ten gevolge van het vormgeven van een CRM-strategie. Om echt succesvol te zijn is een open, sociale en collaboratieve houding binnen de organisatie en bij de leden wenselijk. CRM is een collectieve inspanning, die bovendien niet beperkt blijft tot een éénmalige uitrol, maar een permanente inzet vergt van alle betrokkenen. Gelukkig kan technologie een handje toesteken.

CRM en technologie

Het klassieke beeld dat men heeft bij een CRM-systeem is dat technologie perfect in staat is om dankzij registratie van gegevens over en interactie met de klant die customer intimacy tot stand te brengen. Een grondige kennis van wat de klant bezighoudt, leidt tot een betere dienstverlening en opvolging met als bijkomend voordeel dat de klant ook betere en nieuwe proposities mag verwachten van zijn leverancier.

Door de grote diversiteit van producten, diensten en business modellen werden er inmiddels heel wat verschillende CRM-systemen ontwikkeld met specifieke kenmerken en features.

Het is dus zeker niet verwonderlijk dat ook voor ledenverenigingen, waar de interactie met het lid de 'core-business' is van de organisatie, toepassingen werden ontwikkeld. Veelal vertrekt men echter van concepten die eerder van toepassing zijn op klant-leverancier-relaties dan op ledenbinding. Hierbij wordt jammer genoeg soms ten onrechte voorbijgegaan aan de specifieke dynamiek en behoeften van ledenverenigingen. Jammer vooral omdat CRM en CRM-toepassingen een krachtige omkadering kunnen bieden aan ledenorganisaties. Meer dan traditionele beheerstoepassingen waar de transactie en de workflows centraal staan (bv. het opmaken van de lidmaatschapsfactuur vanuit een boekhoudpakket), plaatsen CRM-toepassingen de mens (de leden) centraal.

Om verenigingsdirecteurs en –managers een beter begrip te geven over de voordelen en de mogelijkheden hebben we samen met 8 gerenommeerde technische partners een dossier samengesteld waarbij we conceptuele uitdagingen vertalen naar technische features, geïllustreerd met reële cases.

Member Relationship Management

In de wereld van verenigingsmanagement heeft men de term CRM wijselijk aangepast naar MRM (Member Relationship Management) of het ruimere AMS (Association Management Software).

En zelfs de term MRM is misschien niet helemaal de beste term. Als we naar de basiswerking van een ledenvereniging kijken, nl. de combinatie van ledenwerking en belangenbehartiging, zien we dat er niet enkel contact en interactie is met leden, maar ook met een hele reeks stakeholders. Traditioneel zijn dat contacten bij de overheid, de politieke wereld en de media, maar op vandaag komen daar in toenemende mate ook andere actoren aan te pas: academische wereld, zusterorganisaties, belangenorganisaties in het algemeen enzovoort.

Hoewel heel wat MRM-toepassingen ook in staat zijn om deze contacten te beheren, zullen we ons vooral focussen op de toegevoegde waarde voor de ledenwerking. Voor veel organisaties is en blijft ledenbinding het fundament van de organisatie. Belangenbehartiging heeft geen of weinig zin als dat niet vanuit de ledenachterban gedragen en aangestuurd wordt.

Marc Mestdagh, gedelegeerd bestuurder BSAE

Toegevoegde waarde voor ledenorganisaties: uitdagingen en valkuilen!

Om van een CRM-applicatie voor ledenorganisaties een succes te maken moet veel verder gekeken worden dan de registratie van relevante data. De actieve inbreng van de leden en contacten in combinatie met zinvolle analyses zorgen ervoor dat een dergelijke applicatie het kloppend hart van de organisatie kan worden. Zowel als centraal operationeel beheerssysteem, maar ook als aansturing van de strategie van de organisatie.

Hierna gaat Patrick De Sutter, verenigingsadviseur bij verenigingsmanagementbureau 2Mpact, dieper in op volgende 10 aandachtspunten die rekening houden met specifieke kenmerken van ledenorganisaties:

1. Leden hebben een complex profiel
2. Leden evolueren
3. De kwaliteit van data is key to succes
4. Weten wat het lid echt 'consumeert'
5. Membersourcing
6. Organisaties zijn geen eiland
7. Stakeholdersmanagement
8. Rapportering
9. Datadriven aansturing
10. Integratie

10 aandachtspunten die rekening houden met specifieke kenmerken van ledenorganisaties:

1. Leden hebben een complex profiel

Een lid is geen klant die een product 'afneemt' en dit hopelijk herhaalt in de nabije toekomst, al of niet door hetzelfde product opnieuw dan wel andere producten te kopen. In vele gevallen verwerft een lid een stukje 'ownership' bij het aangaan van het lidmaatschap – dit vertaalt zich dan in het feit dat het lid stemrecht heeft in de algemene ledenvergadering. Op die manier kan hij mee beslissen welk soort 'diensten/producten' ontwikkeld (zullen) worden en ter beschikking gesteld worden van de leden. Een ontevreden lid heeft dus een grotere impact op de organisatie dan een ontevreden klant. Dit is cruciaal voor het definiëren van de 'relatie' tussen het lid en de organisatie en zal dus ook als dusdanig in de applicatie meegenomen moeten worden.

2. Leden evolueren

Behoeften van klanten veranderen uiteraard ook. Dat zal leiden tot een andere 'verkoopsrelatie', desgevallend tot een breuk. Commerciële organisaties zullen zich wellicht minder bezighouden met die veranderende behoeften. In het geval van leden is het behoud van het lid cruciaal en moet er dus sterk proactief nagedacht worden over wat het lid vandaag, morgen en overmorgen nodig zal hebben. Een starter heeft andere behoeften dan een meer matuur bedrijf.

Een shift binnen de sector kan leiden tot nieuwe behoeften, waar voorheen geen ledenvoordelen voor werden ontwikkeld. Maar ook voor leden is loyaliteit belangrijk – zij willen erkend worden in wat ze al betekend hebben voor de organisatie. Een lid is geen opsomming van 'aankopen' maar eerder een organisch groeiende cluster waarbij interne en extern factoren de levenscyclus bepalen. De applicatie zal dit moeten proberen in kaart te brengen en te ondervangen.

3. De kwaliteit van data is key to succes

Het verzamelen van 'touchpoints' (gebruik van een voordeel, contact met de organisatie) is onvoldoende voor een ledenapplicatie. Dit levert kwantitatieve grafieken op van individueel 'gebruik'. Leden genieten ook van de minder directe of zelfs niet-tastbare return van de organisatie (bv. ten gevolge van belangenbehartiging bij de overheid).

Naast de 'what's in it for me' moet de organisatie (lees: de applicatie) ook de 'what's in it for us' proberen in kaart te brengen. Dit is bepalend bij de kosten-baten evaluatie om het lidmaatschap al dan niet te verlengen. Er is overigens nog een bijkomende kwalitatieve beoordeling van de 'receptie' van de tastbare ledenvoordelen nodig. Het is niet omdat een lid een opleiding volgt (bv. ingegeven door de wetgeving) dat hij die waardevol acht. Indien de wetgeving verandert, zou dit lid wel eens de vereniging de rug kunnen toekeren.

4. Weten wat het lid echt 'consumeert'

Het is niet genoeg te weten welke ledenvoordelen het lid opneemt, maar er moet ook permanent gepeild worden naar wat het lid denkt nodig te hebben (bv. via bevestigingen) en tegelijk moet de organisatie openstaan voor opportuniteiten die via externe signalen (bv. wijzigende wetgeving, sectorale verschuivingen) duidelijk worden. De organisatie (lees: de applicatie) moet via permanente benchmarking en evaluatie in staat zijn om vraag en aanbod te matchen en kennis over successen, zwakke elementen en blindspots op een zinvolle manier te verwerken. Hierbij moet verder gekeken worden dan 'harde' indicatoren zoals opening-rate, omzet, aanwezigheid op een event.

5. Membersourcing

Leden zijn onder de juiste omstandigheden bereid om zich te engageren boven hun persoonlijk profijt. Communicatie en interactie met leden moet veel verder gaan dan eenrichtingsverkeer en registratie. De organisatie (lees: de applicatie) moet via intelligente 'dialoog' het beste uit leden halen (membersourcing). Een diepgaand inzicht in hun profiel en 'consumptiegedrag', in combinatie met gebruik van social rewarding zijn een garantie voor beter engagement (en bijgevolg betere ledenbinding). Tegelijk wordt het hierdoor mogelijk om minder interessante pistes en echt 'doodhout' bij de leden te detecteren: niet alle leden hebben baat bij alle ledenvoordelen – een efficiënte communicatie moet de organisatie hiervan bewust maken.

6. Organisaties zijn geen eiland

Het is opvallend hoe de scherpe aflijning van beroepen en sectoren vervaagt en er verbreding en zelfs regelrechte concurrentie ontstaat. Dit heeft te maken met complexere 'value chains' waarbinnen producten ontwikkeld worden, maar ook met de uitgesproken aansturing door de klanten (bv. online iets kopen bij een producent in plaats van via groothandel en kleinhandel te gaan). De organisatie (lees: de applicatie) moet dus ook deze nuances van het lidmaatschap in kaart brengen die kunnen zorgen voor interne spanning of conflicten met niet-leden. Veel organisaties zien immers in de verbreding van de ledenbasis een mogelijkheid om hun externe relevantie (bv. onder de vorm van representativiteit) te behouden: naar interne werking betekent dit werken met complexere profielen, met overlappende interesses, enzovoort.

7. Stakeholdersmanagement

Stakeholders zijn er niet langer om buiten te houden door barricades op te bouwen. Stakeholders hebben hun eigen belang en dat weegt door op de organisatie en op de leden. Een permanente monitoring (ook wel environmental scanning genoemd) van externe trends en gebeurtenissen die een impact kunnen hebben op de organisatie is meer dan wenselijk. Het creëert tegelijk nuttige 'business intelligence' (sectorinformatie) voor de organisatie. De applicatie moet bij voorkeur ook deze contentmonitoring kunnen koppelen aan de complexiteit van ledenprofielen en de strategische doelstellingen van de organisatie. Op die manier kan een goede kruisbestuiving teweeg gebracht worden tussen wat binnen de organisatie gebeurt en wat er buiten gebeurt. Dit is cruciaal voor een efficiënte aanpak van stakeholders en belangenbehartiging in het algemeen.

8. Rapportering

Het verzamelen van data is één ding, de analyse een ander, maar de vorm van rapportering en presentatie is des te kritieker. Veel applicaties hebben de mogelijkheid om rapporten, statistieken en rapporten te genereren. Hierbij dient evenwel de kanttekening gemaakt te worden dat het essentieel is om de rapportage as such te kaderen en ook te modelleren aan de bestaande governance-cultuur en organisatie-maturiteit zodat de betrokkenen (zij het staff, zij het bestuurders) de juiste interpretaties maken van de voorhanden zijnde data. Het spreekt voor zich dat een dashboard niet enkel de voor de hand liggende indicatoren mag weergeven.

9. Datadriven aansturing

Als de applicatie in staat is om de data zoals hierboven (onder 1 t.e.m. 8) te definiëren, verzamelen en rapporteren, moet het mogelijk zijn voor de organisatie om 'intelligente' beslissingen te nemen voor de aansturing van activiteiten, de ontwikkeling van ledenvoordelen, de stopzetting van bepaalde programma's, enzovoort.

Bijzondere aandacht moet gaan naar bijzondere functionaliteiten zoals de berekening van de effectieve membercost van ledenvoordelen en services (bv. voor extreme customization van diensten). Omgekeerd kunnen nieuwe initiatieven ontwikkeld worden door een intelligente ontsluiting van 'blindspots', gedetecteerde behoeften, enzovoort.

10 . Integratie

Tot slot is de koppeling van een CRM of MRM-applicatie aan andere tools (bv. boekhouding, CMS) een meer dan noodzakelijke vereiste. De applicatie mag geen stand alone tool zijn voor een stafmedewerker, het moet bij voorkeur het technische hart uitmaken dat alle andere tools aanstuurt, zij het op het vlak van communicatie, administratie, eventbeheer of strategische planning. Flexibiliteit, schaalbaarheid en integreerbaarheid zijn dus onweerlegbaar de basis voor een succesvolle applicatie. Dit is een evidentie op papier, maar in de praktijk blijkt het koppelen van applicaties al te dikwijls meer op dingen aan mekaar plakken dan op het effectief en dus ook efficiënt integreren.

Dit dossier was niet mogelijk geweest zonder deze **technische partners**. Op de volgende pagina's beschrijven zij hun product/dienst en presenteren ze een case van een ledenorganisatie voor wie ze gewerkt hebben.

CRM Warehouse



Evora



Infront



Livits



Norriq



Procurios



RealDolmen

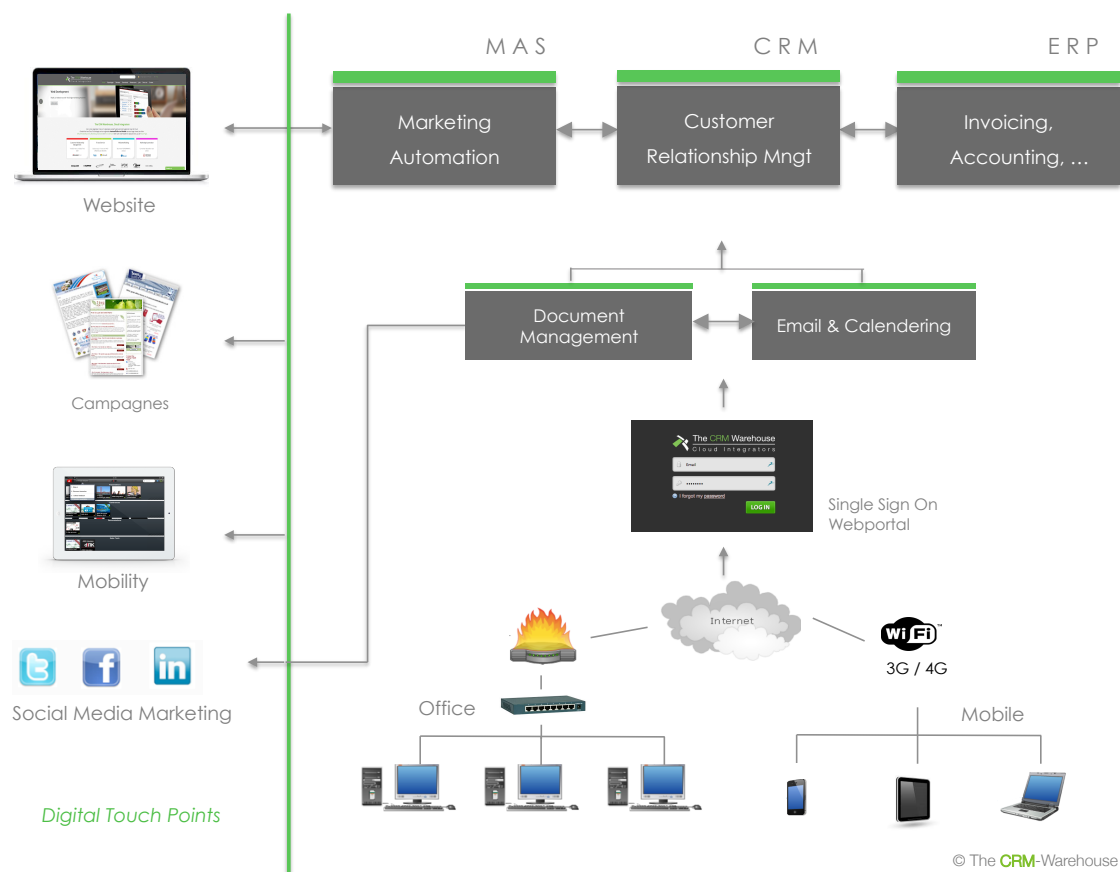


WindexCC



The CRM Warehouse is een innovatieve IT Service Provider uit Mechelen. Op basis van IT 3.0 (Software-as-a-Service, Cloud Technologie) implementeren en integreren we een volledig ICT platform op maat van de klant.

We geloven sterk in een holistische visie op IT: alle componenten dienen in verbinding te staan met elkaar zodat er één geïntegreerd geheel ontstaat.



Dit platform heeft volgende karakteristieken

- 100% Cloud – dus geen investeringen in servers en dergelijke
- 100% Mobile – al uw gegevens beschikbaar vanop elke locatie en elk toestel
- 100% Worry Free – één aanspreekpunt voor alle IT vragen
- 100% Future Proof – steeds de meest moderne software, groeit met uw bedrijf
- 100% Custom Made – maatwerk op basis van toonaangevend CRM Platform

We voorzien graag in 'One Stop Shopping', dit wil zeggen een compleet dienstenpakket van A tot Z (software, hardware, network, consulting, support en training)

Elk project is uniek en start met een Business Analyse. Hieruit volgt een gedetailleerde projectbeschrijving, budget en implementatieplan.



Member Relationship Management

Powered by  **SUGARCRM**

Specifiek voor ledenorganisaties heeft The CRM Warehouse een volledig geïntegreerd, cloud gebaseerd, IT platform ontwikkeld. Dit platform kan geheel of gedeeltelijk worden geïmplementeerd en wordt 100% aangepast aan de individuele vereisten van elke organisatie.

De verschillende activiteiten van een ledenorganisatie worden naar wens geautomatiseerd. Het gaat typisch over de volgende 4 key processen:

1. Account & Contactbeheer
Voorziet in het voortdurend capteren van alle statische en dynamische informatie met betrekking tot leden en hun organisaties. Mogelijkheden zijn onbeperkt.
2. Opportuniteiten
Hier gaat het over alle activiteiten die omzet genereren: lidgelden, sponsors, advertenties, donoren, etc
3. Ledenvoordelen
Events, kennis, ledengroepen, advertenties, directories, informatie
4. Marketing & Communicatie
Organiseren van events, website, email campagnes, wervingscampagnes, donoren,



De componenten van het platform zijn als volgt:

- **Website:** moderne en volledig geïntegreerde websites op basis van Drupal
- **CRM:** op maat ontwikkeld op basis van het innovatieve Sugar 7 platform
- **Marketing Automation:** webtracking, email campagnes, events, sociale media...
- **Documentenbeheer:** samenwerken rond en delen van documenten in de cloud
- **Email en Calendaring:** op basis van Microsoft Office365
- **Facturatie en Boekhouding:** geïntegreerd in het volledige platform

Elk van bovenstaande componenten beschikt over **mobiele apps** voor iOS en Android.

Als case verwijzen we naar twee ledenorganisaties – met een zéér verschillende activiteit – waar we bovenstaand platform in haar geheel hebben geïmplementeerd. Uiteraard kan ook enkel de CRM component binnen de bestaande structuur worden ingepast.

- Ledenorganisatie die de belangen behartigt van alle bedrijven uit een bepaald land
- Organisator van jeugdvakanties voor haar leden

In samenspraak met de betreffende ledenorganisaties kan dit platform op individuele basis worden gedemonstreerd.



NECTAR (CRM + ERP)

Focus: “Goed beheer van de ledenadministratie en periodieke taken”

In tegenstelling tot andere CRM-toepassingen, focust Nectar zich niet specifiek op het massaal vinden van nieuwe klanten, maar op het afhandelen van de repetitieve taken en het onderhouden van de relatie met uw leden, en de verbanden tussen uw leden onderling (regionaal, sectoren).

Naast standaard CRM (klantenwerving door seriële proceduregestuurde afhandeling van de prospecten) is Nectar ook uitermate geschikt om alle relevante gegevens van personen, organisaties en hun relaties te stockeren. Ook de historische gegevens worden behouden. Alle info in Excel-bestandjes die circuleren kan opgenomen worden in Nectar.

Wanneer bijv. leden met familiale band gefactureerd worden, kan Nectar zelf de voorziene korting toekennen.

Met Nectar halen alle medewerkers onmiddellijk voordeel uit uw georganiseerd samenwerken. En u moet steeds minder informatie toevoegen om steeds meer resultaten te boeken.

NECTAR is een administratief beheersysteem voor ledenorganisaties. Vanaf het moment van de inschrijving tot de periodieke activiteiten en facturen (en Europese domiciliëringen): met Nectar handelt u alle repetitieve taken af.

Maar ook specifieke of éénmalige uitzonderingen beheert Nectar zonder omwegen.

Verder voorziet Nectar een paswoordafhankelijk beveiligd (leden)intranet, helpdesk-afhandeling met optionele facturatie, ISO-like gestuurde procedureafhandeling (bijvoorbeeld klachtenafhandeling binnen de sector), kennisdatabank, dossierbeheer en nog veel meer, waaronder synchronisering met mail en agenda en een analytische boekhouding (Belgische wetgeving) of een koppeling met een ander boekhoudsysteem.

Uw leden kunnen desgewenst zelf eigen adressen wijzigen of documenten downloaden, bestellingen plaatsen of met u communiceren via het intranet. Mails kunnen worden overgenomen door Nectar voor een procedurematige opvolging of dossierbeheer.

Modules

Ledenbeheer

Ledenservice

Administratie

Opleiding

Economaat

Bestuurders

Overheid

Personen, organisaties, verbanden, posities, adressen, historiek, classificaties, certificaties. Selectie en beheer van events, helpdeskorganisatie, (fiscale) attesten, opleidingen. Automatische periodieke afhandelingen, facturatie, boekhouding (of koppeling). Organiseren van cursussen: uitnodigen, factureren, aanwezigheidsattesten en certificaten. Bestellingen, documenten, werkmiddelen binnen de sector. Ereloonnota's, belangenverdediging, verwantschappen, comités. Contacten, networking, lobbying

Kenmerken

Look and feel

Multilanguage

Multiplatform

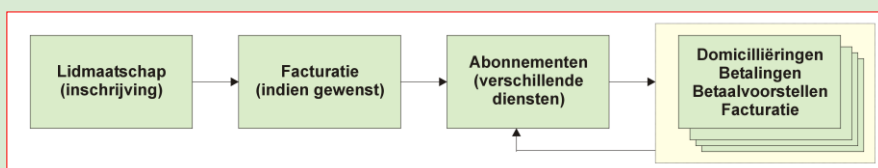
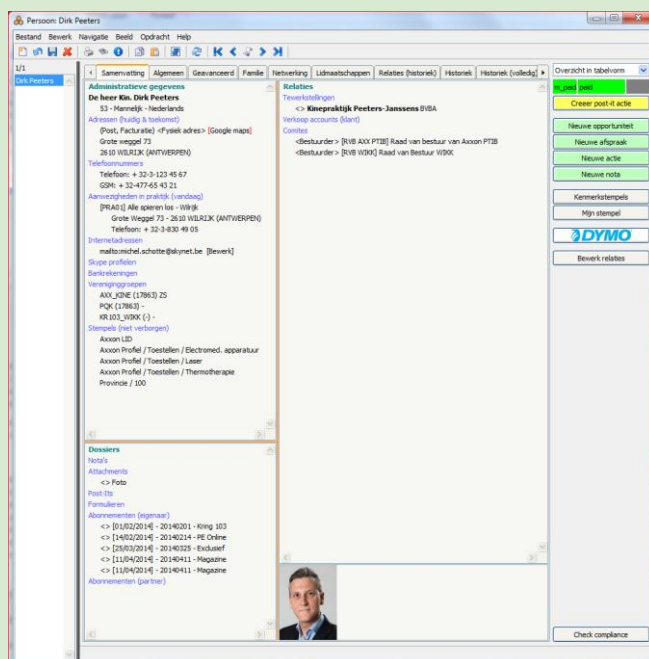
Integratie

Internet and web based click through model / Object Oriented.

De informatie zelf is ook meertalig, vraag meer info!

Windows, Apple, Linux

Met Google Apps en/of Microsoft Outlook



NECTAR CRM

Contacteer Walter Vits
0475-25 50 30
walter.vits@evora.be



EVORA nv
Oudestraat 111 - 2630 Aartselaar
www.evora.be

NECTAR CASE: AXXON

Focus: “Goed ledenbeheer voor Belgische kinesitherapeuten”

Johan Heselmans
Algemeen directeur AXXON

AXXON
PHYSICAL THERAPY IN BELGIUM

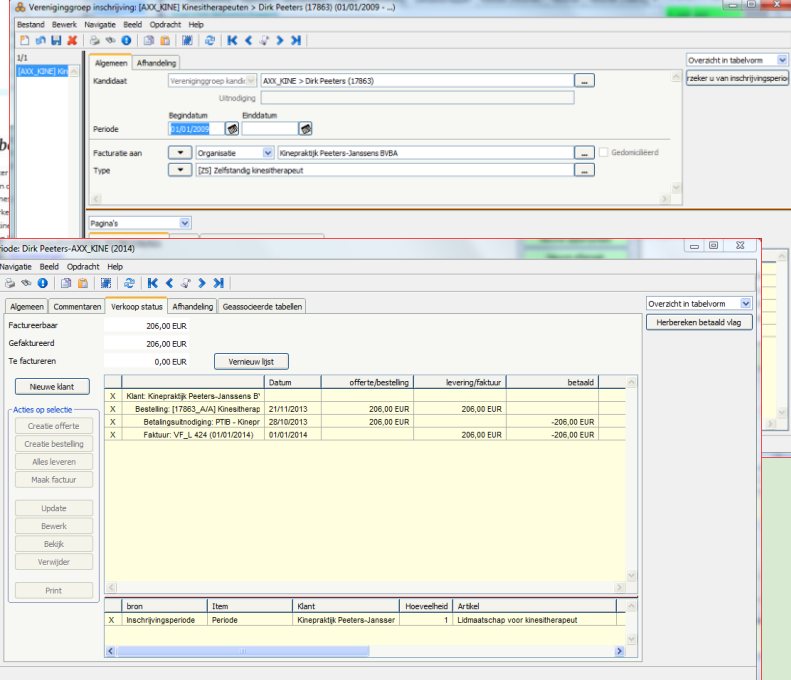
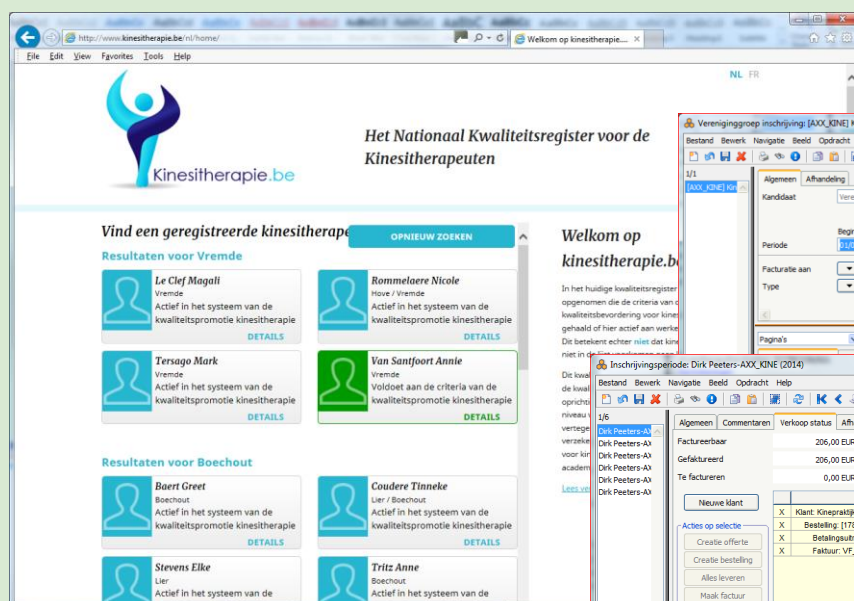
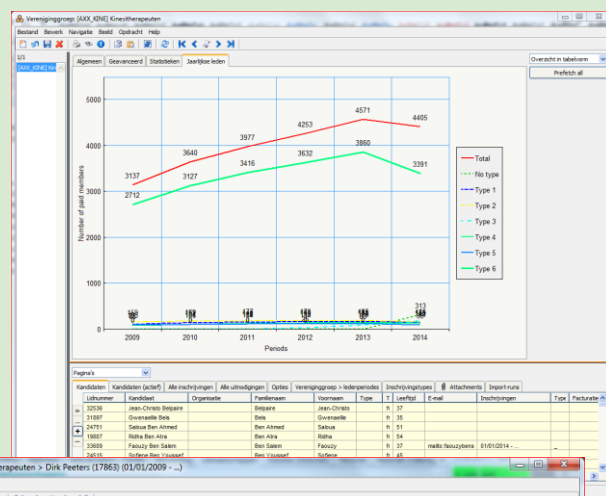


“AXXON was op zoek naar een geïntegreerd pakket. Na contact met een aantal partijen, bood Nectar me de beste garantie op deze integratie bij wijze van een soort op maat geconfigureerd standaardpakket. Door deze specifieke aanpak door de firma EVORA zijn we ook zeker dat toekomstige aanpassingen in ons business model door Nectar ondersteund kunnen blijven.”

“EVORA toonde aan dat ze meedenken vanuit de structuren en noden van AXXON, veeleer dan vanuit het pakket.”

“Dankzij Nectar hebben wij op een snelle en efficiënte manier onze wederkerende taken onder controle kunnen krijgen. Andere CRM software focust zich eerder als marketingtool om nieuwe klanten te werven. Als ledenorganisatie willen wij ook graag alle prospects voor ons winnen zodat wij voor onze sector een maximale ondersteuning kunnen garanderen maar de nadruk ligt in de eerste plaats op het goede beheer van onze bestaande leden.”

1. Niet alle informatiemodules moeten meteen in gebruik genomen worden: gradueel worden ze oppervlakkig of uitgediept geactiveerd.
2. Bestaande tabellen, door derden (te koop) aangeboden informatie en uw oude vertrouwde excelsheets worden geïmporteerd in Nectar.
3. Via de website kunnen leden documenten downloaden en eigen informatie aanpassen.



Een ledenorganisatie biedt aan haar leden in de eerste plaats diensten en producten aan. Naast deze ledenwerking heeft een ledenorganisatie vaak ook de belangrijke taak om de belangen van de sector die ze verdedigt te behartigen via netwerking. Om deze taak terdege te kunnen uitvoeren is een goed beheer van organisaties, personen, contacten, mandaten en functies onontbeerlijk. Met Microsoft Dynamics CRM kunnen deze belangrijke concepten eenvoudig beheerd worden. Enerzijds zijn er organisaties: leden, politieke partijen, vakbonden, zusterorganisaties,... Er zijn verschillende soorten organisaties die onderling relaties kunnen hebben. Anderzijds dienen ook personen beheerd te worden. Personen nemen functies waar en zijn de contacten van organisaties. Personen kunnen ook mandaten waarnemen in organisaties. Tot slot kunnen alle lidmaatschappen, producten en diensten aan deze organisaties en contactpersonen gekoppeld worden, evenals alle marketing- en communicatieacties, het beheer van abonnementen, eventuele adviesvragen en klachten,....

Met Microsoft Dynamics CRM zorgt u ervoor dat u beschikt over een helder overkoepelend totaalbeeld van uw leden. De ervaring heeft ons geleerd dat elke ledenorganisatie vaak haar eigen specifieke werking heeft. De kracht van Microsoft Dynamics CRM schuilt nu net in het feit dat deze toepassing zo configureerbaar is dat uw processen perfect ondersteund kunnen worden zonder enig maatwerk.



Anders dan bij vele commerciële organisaties doen ledenorganisaties vaak beroep op vrijwilligers. De naadloze integratie met MS Office biedt gebruikers een intuïtieve en vertrouwde gebruikersinterface, zodat zij met een minimale opleiding aan de slag kunnen. Daardoor wordt Microsoft Dynamics CRM door de hele organisatie omarmd. En dat is cruciaal voor een succesvolle CRM-strategie. Daarenboven hebt u met de Online-versie van Microsoft Dynamics CRM geen behoefte aan een eigen serveromgeving of IT-dienst.

Als één van de voortrekkers van Microsoft Dynamics CRM in België, is Infront uw ideale partner om u bij te staan bij de implementatie van deze krachtige CRM-toepassing. Het team van Infront beschikt over meer dan 10 jaar praktijkervaring met de invoering van Microsoft Dynamics CRM bij diverse organisaties. Daarenboven mogen we onder onze meer dan 200 CRM-klanten verscheidene leden- en sector-organisaties rekenen, zoals o.a. VOKA, Pharma.be, Markant, Euro Banking Association, Port of Antwerp, Constructiv,...

Door onze diepgaande kennis over de specifieke werking van ledenorganisaties, mag u erop vertrouwen dat we samen met uw actieve participatie ook van uw CRM-implementatie een succes kunnen maken!

Infront nv • Business Park King Square

Veldkant 31 • 2550 Kontich

Tel. +32 (0)3 451 23 91 • info@infront.be

www.infront.be



Vlaams netwerk van ondernemingen

Voka is het Vlaams netwerk van ondernemingen. Het vertegenwoordigt meer dan 18.000 bedrijven in Vlaanderen en Brussel, goed voor 65% van de private werkgelegenheid in Vlaanderen. Voka ontstond in januari 2004, toen het Vlaams Economisch Verbond en de acht regionale Kamers van Koophandel in Vlaanderen besloten om in een

alliantie intensief samen te werken. Sinds 2008 werkt Voka nauw samen met 29 sectororganisaties, wat het werkgeverslandschap nog verder versterkt.

Zeven jaar geleden maakte Voka de keuze voor een volledige Microsoft omgeving, omwille van de integratie tussen de diverse applicaties zoals Microsoft Office, SharePoint en Dynamics CRM.

Microsoft Dynamics CRM is de centrale toepassing voor onder andere de volledige ledenadministratie en dienstverlening en voor de organisatie van alle Voka-evenementen. Het voordeel voor de leden is een meer uniforme werking van de Voka-backoffice, waardoor zij een betere, snellere en juistere dienstverlening kunnen geven aan de 18.000 leden.

Voka koos voor Microsoft Dynamics CRM in een cloud-model aangezien lokale IT-installaties dan overbodig zijn. Ook de kostenaspecten zijn op deze manier beter beheersbaar, omdat ze vooraf gekend zijn

Erwin Nagels, IT Service Manager Voka :

“We hebben de implementatie van Microsoft Dynamics CRM opgesplitst over verschillende deelprocessen, zoals ledenadministratie, campagnes, facturatie, om alles zo vlot mogelijk te laten verlopen. Via wekelijkse projectmeetings hadden we een nauwe opvolging. Daarnaast kwam onze stuurgroep met het Voka management maandelijks samen om te waken over een oplevering binnen budget en planning.”

Microsoft Partner Infront heeft VOKA begeleid bij de implementatie van Microsoft Dynamics CRM.

Roeland Goossens, Managing Partner Infront :

“De 350 eindgebruikers hebben een uitgebreid opleidingstraject gevolgd. Via verschillende rapporten en dashboards krijgen ze bijvoorbeeld inzicht over hoe succesvol events zijn of welke communicatiemiddelen het best scoren. Een uniform gebruik van de toepassing maakt een goede beleidsrapportering mogelijk en zorgt bijgevolg voor een nog beter en proactiever beleid.”





OVER LIVITS

Uitsluitend voor ledenorganisaties, gemaakt door ledenorganisaties, meedenkend met ledenorganisaties en dat alles binnen één en dezelfde applicatie, dat is LIVITS.

LIVITS is naast de naam van ons product ook de naam van onze Belgische business unit die ontstaan is uit een samenwerking tussen onszelf, Synergics cvba, en het Nederlandse CCI IT Groep.

Synergics werd in 2006 opgericht met als doel ICT infrastructuur te beheren met een nadruk op het aanbieden van managed services. Naast LIVITS bieden we alle ICT diensten aan die een ledenorganisatie nodig heeft.

CCI ITgroep bestaat al meer dan 15 jaar en werkt voor meer dan 40 ledenorganisaties in Nederland, zowel klein als groot.

Met onze equipe van meer dan 25 geëngageerde en professionele collega's vormen wij het kloppend hart van een strategische partner voor ledenorganisaties, federaties en branche- of beroepsverenigingen. Wij adviseren op basis van visie, kennis en ervaring op het vlak van communicatie, managementinformatie, toegevoegde waarde voor leden en automatisering.

Zo is alles wat wij realiseren gemaakt voor en door ledenorganisaties en dat houden we zo. Ons centraal platform in onze eigen cloudomgeving integreert met Microsoft Office® en vormt uw communicatiemiddel, websites, intranet, ledennet (extranet), CRM, CMS (content management) en DMS (document management).

Kortom: alles wat u als organisatie nodig heeft zit vervat in ons platform.

Wij zijn echter veel meer dan een software platform. Wij denken mee met onze klanten en helpen hen om hun ledentevredenheid te verbeteren, hun toegevoegde waarde zichtbaar te maken, extra leden aan te trekken en ze te behouden, alsook interactie tussen de klanten op te wekken.

Door regelmatig met onze klantorganisaties af te stemmen op individuele basis of door meerdere organisaties samen te brengen op een event dat speciaal voor ledenorganisaties werd uitgestippeld, zijn we in staat om alle wensen en opmerkingen te bundelen wat ons dan weer voer geeft voor de verdere ontwikkelingen binnen ons software platform.

De basis is en blijft het platform dat een aantal troeven heeft die ons anders maken dan andere pakketten:

- All-in-one platform (CRM, CMS, DMS)
- Volledig clientless (geen software installatie nodig)
- Webbased cloud omgeving (werkt overal waar internet is)
- Meer dan 50 mogelijke modules
- Aparte CRM app, aangepast aan mobiel gebruik
- Een management dashboard op uw maat
- Geautomatiseerde nieuwsbrieven op basis van persoonlijke interesse en kenmerken
- Vergader app voor mobiel digitaal vergaderen
- Integratie met Microsoft Office® producten
- Integratie met uw business producten
- Geautomatiseerd bijeenkomsten organiseren
- Online community op het ledennet
- Self Service Portal (ledenbeheer door uw leden zelf)
- Profiel gestuurde communicatie
- Websitebeheer rechtstreeks vanuit het platform
- User based kostenmodel

Contactgegevens:

80 Bd. A. Reyerslaan
B-1030 Brussel
+32 (0)2 706 80 40
info@livits.be
<http://www.livits.be>





REFERENTIE CASE



Over Nefarma

Vereniging Nefarma behartigt de belangen van de research georiënteerde farmaceutische industrie.

Tijd voor vernieuwing

Nefarma wil op servicegebied richting de leden een grote stap vooruit maken. Communicatie is daarin speerpunt. De keuze viel op Livits, onder meer omdat deze partij binnen 1 systeem zowel een ledenet, een website als de kantoorautomatisering (CRM / DMS) kan realiseren.

Leden dagelijks informeren

"We verzenden nu elke dag vroeg in de ochtend het laatste nieuws vanuit onze vereniging, de politiek en de media. Hier vallen ook maatschappelijk georiënteerde stukken onder. We bieden onze leden nu de meest recente kennis die we in huis hebben. De leden zijn dan ook erg enthousiast. We krijgen uitsluitend positieve reacties. Het nieuws maakt ondertussen onderdeel uit van hun dagelijkse werkzaamheden. We hebben die meerwaarde dus duidelijk kunnen bieden. Dit naast natuurlijk de overige belangrijke informatie die de leden op het ledenet kunnen vinden zoals werkgroep-vergaderingen, bijhorende stukken en dossiers."

Moderne backoffice

Met Livits richten wij onze backoffice geheel in voor het leden- en documentenbeheer. Hierin slaan wij alle gegevens op van onze relaties, die te maken hebben met personen, bedrijven, werkgroepen, communicatie, bijeenkomsten, kenmerken, documenten, contactregistratie, debiteurgegevens, lidmaatschappen en contributie en vele andere relevante zaken voor verenigingsmanagement. Dit alles gekoppeld met het ledenet. Zo zijn bijvoorbeeld eenvoudig de documenten online beschikbaar te stellen voor de juiste werkgroep.

Website sessies

"We hadden ondertussen een goede band met Livits opgebouwd, zodat we met het volste vertrouwen het website-traject zijn ingegaan. Het is ook prettig in deze nieuwe situatie dat we 1 leverancier hebben voor alle onderdelen." Om die reden zijn er uitgebreide inhoudelijke sessies met Livits georganiseerd om de doelstellingen en de uitwerking boven water te halen. "Ik wil een leverancier die niet met mij meepraat, maar met mij meedenkt. In Livits vonden we daarin een goede partner. Samen kijken we hoe we ICT als strategisch middel in kunnen zetten en daarbij onze doelstellingen halen. De gezamenlijke expertises maken het tot een leuk project." De uitwerking van deze sessies is te zien in de nieuwe site (www.nefarma.nl) die gelanceerd werd.

"Ik wil een leverancier die niet met mij meepraat, maar met mij meedenkt! In Livits hebben wij die partij gevonden."

*- Paul Wouters, communicatiemanager
belangenvereniging Nefarma-*

Langdurige relatie

Wouters gelooft in langdurige relaties. "Alleen dan kun je optimaal met elkaar werken, je kent elkaar, je weet wat je aan elkaar hebt en je kan elkaar scherp houden. Daarnaast geloof ik natuurlijk ook in het persoonlijke aspect. Het moet ook klikken."

Nefarma heeft met deze trajecten een inhaalslag gemaakt, maar zal continue met Livits blijven samenwerken om de mogelijkheden van ICT steeds optimaal te blijven benutten, mee te gaan met de tijd en de leden nog beter van dienst te zijn, want de tijden veranderen, en als vereniging moet je mee veranderen.



Geef uw leden een gezicht met ons centraal gegevensbeheer



Uw bedrijfsprocessen vereenvoudigd met Microsoft-technologie

NORRIQ legt zich toe op de implementatie en ondersteuning van bedrijfsprocessen op basis van Microsoft-technologie. Vanuit het hoofdkantoor in Tremelo en een satellietkantoor in Hasselt implementeert NORRIQ ERP, CRM en BI oplossingen bij zowel nationale als internationale klanten.



www.norriq.be
+32 (0) 16 498 115
info@norriq.be

NORRIQ CRM helpt ledenorganisaties specifieke uitdagingen aanpakken

De problematiek waarmee ledenorganisaties geconfronteerd worden is vaak dezelfde. NORRIQ heeft deze kennis gebundeld in één oplossing: NORRIQ CRM voor ledenorganisaties. Deze oplossing wordt intussen gebruikt door een diverse groep van ledenorganisaties.



Overzicht

- ✓ Centraal overzicht hebben op de data
- ✓ Automatisatie/Efficiënter werken via o.a. workflows
- ✓ Vanuit CRM data beheren en segmenteren om gerichtere marketing te doen
- ✓ Communicatie naar de leden vereenvoudigen/capteren feedback
- ✓ Data generatie via o.a. een website/portal waarbij de leden hun eigen gegevens kunnen beheren
- ✓ Inlezen van Coda-bestanden en automatisch kunnen laten afpunten
- ✓ Via website kunnen laten inschrijven voor events
- ✓ Ledenhernieuwing via website door lid laten uitvoeren
- ✓ Member products
- ✓ Uitnodiging tot betaling
- ✓ Synchronisatie Dynamics NAV – Dynamics CRM
- ✓ Registratie nieuw lid via website
- ✓ Abonnementen
- ✓ Beheer potentiële leden
- ✓ Adrescontrole
- ✓ Lidkaarten
- ✓ Datamigratie

Voor meer informatie

De mooie namen die we tot onze referenties mogen rekenen spreken voor zich. NORRIQ heeft de kennis en ervaring in huis om ook van het ledenbeheer van uw organisatie een goed geoliede machine te maken.

Voor meer informatie over NORRIQ, over onze oplossing, onze referenties of andere vragen, bezoek de website www.norriq.be of bel naar +32 (0)16 498 115.

Enkele van onze klanten



Het Procurios Webplatform

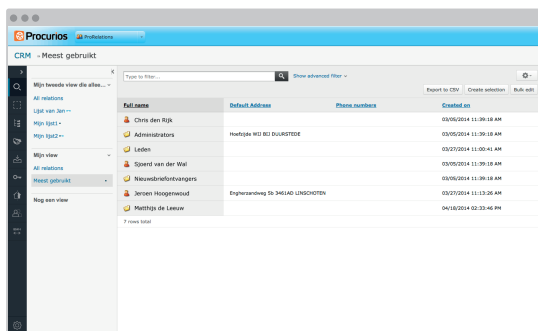
Procurios

Sinds 2001 bouwt Procurios met ruim 30 mensen aan innovatieve oplossingen. Dit doen zij vanuit hun vestigingen in Antwerpen en Wijk bij Duurstede (NL). Procurios bedenkt, bouwt, implementeert, onderhoudt en ondersteunt haar oplossingen zelf. Procurios ontwikkelt de webapplicaties van morgen.

CRM voor verenigingen

Ledenbeheer (CRM) en websitebeheer (CMS) vormen de basis van uw oplossing. U beheert uw website(s) en onderhoudt uw leden. Zij kunnen informatie raadplegen, afgestemd op hun individuele behoeften. Leden zijn in staat zelf hun gegevens te beheren dankzij profiel- en inlogfunctionaliteit. Zo is uw CRM altijd up-to-date. U kunt eenvoudig persoonlijke nieuwsbrieven versturen op basis van de profielen en interesses van uw leden.

Het CRM in het
Procurios
webplatform



Full name	Default Address	Phone numbers	Created on
Chris den Rijk			03/05/2014 11:39:18 AM
Administrators			03/05/2014 11:39:18 AM
Leden			03/07/2014 11:39:18 AM
Speler van der Wal			03/05/2014 11:39:18 AM
Nieuwdeffenschevangers			03/05/2014 11:39:18 AM
Meest gebruikt			03/07/2014 11:39:18 AM
Jeroen Hoogmoed	Engeneweg 50-3416AD LINGCHOTEN		04/10/2014 02:33:46 PM
Matthijs de Lencoe			

Ook het proces rondom het organiseren van een activiteit of evenement is volledig ondersteund én geïntegreerd. Zo publiceert u het programma, nodigt u uw leden uit, schrijven zij zich (online) in en hebt u altijd overzicht van wie naar welke activiteit komt.

Leden (met hun abonnementen en facturatie) beheert u in dezelfde omgeving, zo maakt u altijd gebruik van de meest actuele gegevens. Importeren en exporteren tussen verschillende systemen wordt overbodig.

Specialisatie

Procurios heeft zich gespecialiseerd in generieke, geïntegreerde webapplicaties. Zij hebben reeds tal van verenigingen en ledenorganisaties als klant, waaronder de Vereniging van Keurslagers, Platform voor Klantgericht Ondernemen (voorheen CRM association), RECRON (+2000 leden), Verenigde Opel Dealers Nederland en VTDV.

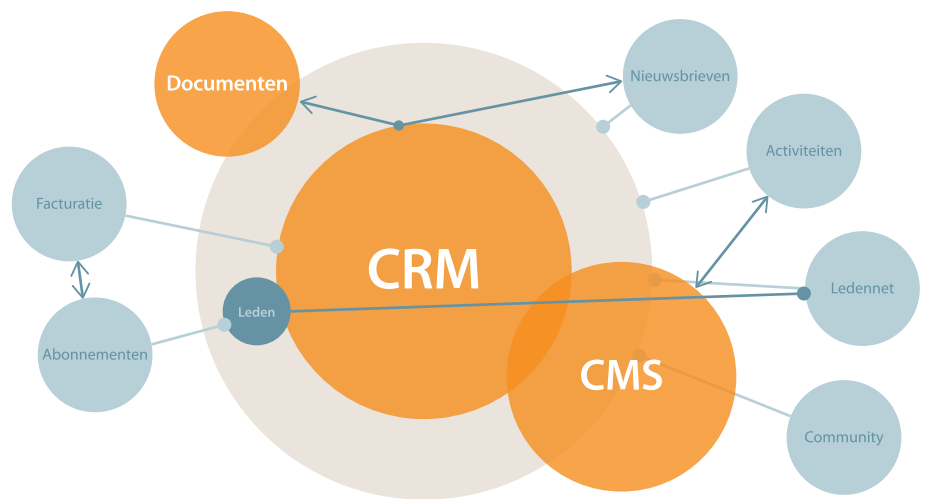
Het enthousiaste en klantgerichte team van Procurios dat denkt in oplossingen, heeft ons tot dusver bevestigd dat wij de juiste keuze hebben gemaakt.

Marickx Hengeveld, Directeur a.i.
Platform voor Klantgericht Ondernemen

Naast ledenorganisaties hebben zij ook klanten in sectoren als retail, onderwijs, non-profit, recreatie & toerisme en reclame & communicatie

De klanten van Procurios werken slimmer met internet. Alles vanuit één geïntegreerd platform kunnen doen, maakt werken plezierig en gemakkelijk. U bespaart tijd door alle informatie bij de hand te hebben.





Klantcase: Logeion

Logeion is de beroepsvereniging voor communicatie-professionals. Zij hebben zo'n 3500 leden. Ze droomden van een online community in de vorm van een nieuwe website. Deze website moest volledig en naadloos geïntegreerd zijn in het CRM systeem.

Volledige integratie

De integratie heeft als voordeel dat leden zelf bepaalde CRM-eigenschappen kunnen aanpassen vanuit hun profiel. CRM-gegevens worden direct op de website ontsloten en verrijkt, zonder tussenkomst van het verenigingsbureau.

Alle bijeenkomsten van Logeion, zowel de organisatie als de financiële afhandeling, worden vanuit hun oplossing georganiseerd. Er is gemakkelijk een doelgroep te selecteren die wordt uitgenodigd en op de website wordt alle informatie rondom het event gepubliceerd en mensen kunnen zich meteen inschrijven.

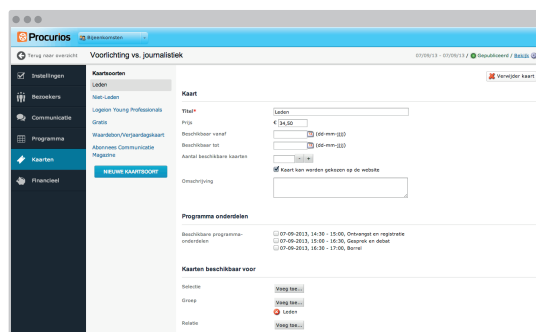
Er zijn diverse themagroepen, gebaseerd op CRM-informatie en voorkeuren die leden zelf hebben doorgegeven. Er wordt gebruik gemaakt van afgeschermd informatie, die alleen voor leden toegankelijk is. De administratie en het beheer van leden, hun abonnementen en de facturatie wordt ook vanuit de oplossing gedaan.

Gepersonaliseerde content

Omdat de verschillende soorten functionaliteit zijn geïntegreerd, kan de website zich gedragen naar de wensen en voorkeuren van leden. Afhankelijk van iemands rol of profiel (CRM) is bepaalde content (CMS) al dan niet toegankelijk.

Logeion verstuurt verschillende nieuwsbrieven die met het Procurios webplatform niet alleen te personaliseren zijn op relatie-eigenschappen (velden

zoals naam), maar de daadwerkelijke content is ook afhankelijk van de individuele ontvanger. Per soort inhoud is aan te geven welk lid welke stukken inhoud gemaïld krijgt. Zo is bijvoorbeeld regionaal nieuws of zijn updates voor VIP-leden te sturen in de algemene nieuwsbrief. Ieder lid krijgt zijn eigen unieke bericht. Dit is mogelijk dankzij de integratie van CRM met Mailings. Hiermee is Procurios uniek in de markt.



Bijeenkomsten in het Procurios webplatform

Waarom Procurios

Logeion heeft voor Procurios gekozen omdat zij als enige in de markt de nauwe integratie tussen CRM en CMS kunnen realiseren. Hun CRM dient als basis voor alle communicatie, het bijhouden van lidmaatschappen, lidgelden, de online community, de nieuwsbrief, de werving en het ledenbehoud. CRM-informatie is te gebruiken in alle omliggende processen. CRM is belangrijk voor persoonlijke communicatie en een persoonlijke binding met leden. Logeion vindt dat zij in moeten kunnen gaan op persoonlijke behoeften van individuele leden, qua informatievoorziening, communicatie, bijeenkomsten, producten, etcetera. Logeion werkt met haar Procurios oplossing volledig online.

Contactinformatie

Procurios
Frankrijklei 33/11
2000 Antwerpen
03 / 237 41 45
info@procurios.be
procurios.com/bsae



REALDOLMEN
CRM FOR MEMBERS



RealDolmen CRM for Members is een CRM-oplossing die beantwoordt aan de specifieke behoeften van **ledenorganisaties**. Ze is gebaseerd op Microsoft Dynamics CRM en wordt zowel on-premises als in the Cloud aangeboden.

REALDOLMEN CRM FOR MEMBERS

360° Member View

Met onze “Single view” krijgt u in één enkel scherm een volledig overzicht van de relevante informatie over uw leden.

Ledenadministratie

Dankzij volledige en geactualiseerde ledenprofielen vindt u alle informatie over uw leden makkelijk terug: contactgegevens, lidmaatschap, jaarlijkse bijdragen, ...

Event management

Efficiënte organisatie van evenementen, registratie en opvolging van inschrijvingen en aanwezigen, analyse van voorbije evenementen (deelnamegraad, evaluaties, ...)

Email campagnes

Efficiënt beheer van de contactinformatie, prospecten en distributielijsten; opzetten campagnes; opmaak en verzending van mailings; analyse van lees- en doorklikgedrag; bijsturen van lopende campagnes,

Portaal: integratie met website en/of SharePoint

Profielen bekijken en aanpassen via portaal, online registraties voor evenementen automatisch in CRM invoeren, online collaboratieplatform om op specifieke projecten samen te werken, bestellen van publicaties, ...

CONTACT

REALDOLMEN NV/SA
Industriezone Zenneveld
A. Vaucampsaan 42
B-1654 Huizingen
+32 2 801 52 50
infocrm@realdolmen.com
www.REALDOLMEN.com/crmbytraviata



<http://twitter.com/RealDolmenCRM>

VOORDELEN OP EEN RIJTJE

- Oplossing op maat voor ledenorganisaties
- Gecentraliseerd en goed gestructureerd ledenbeheer
- Betere dienstverlening door meer efficiëntie
- Multi-language
- Vertrouwde Microsoft “look & feel” die de aanvaarding door de eindgebruikers verhoogt
- Integratie met Outlook
- Beveiligde gecentraliseerde database met toegangsrechten per gebruiker
- Flexibel en makkelijk aan te passen aan de behoeftes van uw organisatie
- Mogelijke integratie met callcenter
- Mogelijke integratie met boekhoudpakket
- Hosting mogelijk in de RealDolmen Cloud, het eigen datacenter van RealDolmen
- Eenvoudig op te zetten testomgeving in de RealDolmen Cloud

OVER REALDOLMEN

RealDolmen valt niet onder de standaardnoemer van een ICT bedrijf. ICT bedrijven focussen en vertrekken bijna altijd eerst vanuit de technologie, RealDolmen focust in de 1ste plaats op het resultaat dat haar klanten ermee kunnen bereiken en werkt zo naar het technologische gegeven. ICT perfect doen werken voor de business van onze klanten doen we door dicht bij hen te staan, hen goed te leren kennen en te begrijpen waar zij mee bezig zijn.

De CRM divisie van RealDolmen biedt Microsoft Dynamics CRM oplossingen aan. Ze telt honderden klanten uit verschillende sectoren, en heeft zich o.a. gespecialiseerd in CRM for Members, met klanten als Beltug, European Wind Energy Association (EWEA), GS1, European Foundation Center (EFC), Open Bedrijvendag en International Wool Textile Organisation (IWTO).



Microsoft Dynamics CRM

REALDOLMEN



EFC gebruikt Microsoft Dynamics CRM voor efficiënt leden- en evenementenbeheer



Het European Foundation Centre (EFC) is een ledenorganisatie die andere federaties en stichtingen ondersteunt bij hun internationale ontwikkelingsactiviteiten. Daarvoor is een uitgebreid profiel van ieder lid onontbeerlijk. Doorheen de jaren geraakte de ledeninformatie echter verspreid over tientallen verschillende databestanden.

EFC besliste om te migreren naar Microsoft Dynamics CRM. Het resultaat is **één gecentraliseerde en gebruiksvriendelijke CRM omgeving voor leden- en evenementenadministratie**. Bovendien opent het de weg voor allerlei self service toepassingen via de EFC website, zoals automatische inschrijvingen voor events gekoppeld aan een online payment systeem.

UITDAGING

Als federatie wilde EFC een zo gedetailleerd mogelijk profiel bijhouden van haar leden en belangrijke evenementen efficiënter opvolgen. Deze informatie was in het verleden echter verspreid over tientallen geïsoleerde databases en Excel bestanden.

OPLOSSING

EFC opteerde voor een gecentraliseerd CRM-systeem voor ledenadministratie en evenementenbeheer op basis van Microsoft Dynamics CRM. RealDolmen integreerde ook de CRM toepassing met de EFC website.

VOORDELEN

- Beveiligde gecentraliseerde database met toegangsrechten per gebruiker
- Volledige en geactualiseerde ledenprofielen
- Efficiëntie bij organisatie van evenementen
- Self service toepassingen via web site, geïntegreerd met Microsoft Dynamics CRM en online payments
- Proactieve projectopvolging en kennisoverdracht door RealDolmen

"RealDolmen was vertrouwd met de specifieke problematiek van ledenorganisaties en had al heel wat CRM implementaties in de sector tot een goed einde gebracht. Het Microsoft Dynamics CRM platform kon dan weer bekoren door haar gebruiksvriendelijkheid - voor ons belangrijk omdat we met veel tijdelijk personeel werken." Gonzague Huybrechts, ICT Officer bij EFC.

Microsoft Dynamics CRM doet een nieuwe wind waaien doorheen de European Wind Energy Association (EWEA) en haar leden



De European Wind Energy Association (EWEA) is de spreekbuis van de windindustrie in Europa en op wereld-niveau. De vereniging beheert leden uit bijna 60 landen en voert een intensief marketingprogramma uit. Zo worden er o.a. jaarlijks miljoenen (e-)mailings verzonden en een aantal belangrijke evenementen georganiseerd. Voorheen maakte EWEA gebruik van afzonderlijke systemen en applicaties om haar leden en marketingactiviteiten te beheren, en dat resulteerde in wel 30 verschillende gegevensbronnen.

De organisatie besliste om de activiteiten op vlak van CRM en verenigingenbeheer te centraliseren op het Microsoft Dynamics CRM-platform, en steunde daarbij op Microsoft Dynamics CRM Gold Partner RealDolmen om het volledige proces van analyse tot implementatie in goede banen te leiden. Het project heeft aangetoond dat een professionele benadering met actieve betrokkenheid van de eindgebruikers de sleutel is voor het succes van elk CRM-project.

UITDAGING

Door de jaren heen kreeg EWEA een alsmaar groter aantal afzonderlijke gegevensbronnen, ter ondersteuning van commerciële activiteiten en marketingprojecten, zoals prospect- en contactbeheer, lidmaatschapsbeheer, direct mailing en ondersteuning van evenementen.

OPLOSSING

Na een grondig marktonderzoek besliste EWEA om al haar activiteiten op het vlak van CRM en verenigingenbeheer te centraliseren rond het Microsoft Dynamics CRM-platform. RealDolmen kreeg de leiding over het implementatieproces, met inbegrip van het configureren van een oplossing voor verenigingen- en evenementenbeheer.

VOORDELEN

- Een oplossing op maat voor verenigingenbeheer
- Een doeltreffende oplossing voor evenementenbeheer
- Aanvaarding vanwege de eindgebruikers dankzij hun actieve betrokkenheid bij de implementatie
- Betrouwbaarheid en toekomstige integratiemogelijkheden van het geïntegreerd Microsoft Dynamics CRM-platform
- De professionele houding en partnershipgeest van RealDolmen
- Een enkele gegevensbron.
- Een efficiëntere en nauwkeurigere dienstverlening aan de leden
- Meetbare en meer doelgerichte campagnes

"We werden aangetrokken door de vertrouwde "look and feel" van Microsoft Dynamics CRM, en door de hoge mate van gebruiksvriendelijkheid, in vergelijking met de andere producten die we hebben geëvalueerd. We hadden meteen een goede relatie met onze CRM-partner RealDolmen, die de analyse en implementatie in goede banen leidde. We waren onder de indruk van hun professionele houding. Ze konden ook zonder enig probleem al onze vragen beantwoorden".

WindexCC



Windex Communications Centre is standaardprogrammatuur die volledig klantspecifiek wordt ingericht en die gebruik maakt van SharePoint van Microsoft voor alle informatievraagstukken van verenigingen:

- Relatie- en ledenbeheer en digitale communicatie (CRM)
- Eventbeheer en werking vereniging (ERP)
- Beheren en selectief beschikbaar stellen van beleids- en vergaderdossiers (DMS)
- Verstrekken van informatie en berichten via besloten en openbare websites (CMS)

WindexCC kent een volledig integratie met MS-Office en MS-Outlook zodat in bijvoorbeeld MS-Outlook gegevens uit WindexCC kunnen worden gebruikt voor het versturen van e-mailberichten en ontvangen berichten en bijbehorende documenten in WindexCC kunnen worden gearchiveerd.

Gebruikers van WindexCC

In Nederland maken zo'n veertig verenigingen gebruik van WindexCC. Voor de verkoop en ondersteuning in België is in 2012 een vestiging in Maasmechelen geopend. De eerste klant in België is vanaf begin 2014 operationeel en met andere verenigingen worden gesprekken gevoerd.

Iedere doelgroep een eigen webportaal

Iedere vereniging kent eigen problematiek en ook ledengroepen, besturen en medewerkers van de vereniging hebben een eigen kijk op de informatievoorziening. In WindexCC krijgt iedere doelgroep zijn eigen webportaal waarop alleen relevante functies worden gepresenteerd die qua vormgeving en functionaliteit volledig op de wensen van de doelgroep kunnen worden afgestemd.

Technologie

Windex Software heeft de 'webpart'-technologie van SharePoint gebruikt voor de vervaardiging van specifieke toepassingen voor verenigingen op het terrein CRM en ERP. Bovendien zijn de standaardmogelijkheden van SharePoint op het terrein van DMS en CMS voorzien van specifieke functies voor verenigingen.

Het gebruik van basistechnologie van Microsoft biedt grote voordelen:

- Voor algemene functies kan gebruik worden gemaakt van de ontwikkelingen bij Microsoft.
- De continuïteit van de applicatie is ook op langere termijn verzekerd.
- Het installeren van (gratis) webparts van derden voor bijvoorbeeld specifieke CMS- of DMS-functies is mogelijk.
- SharePoint wordt door vele andere verenigingen gebruikt zodat externe gebruikers gewend zijn aan de gebruikersinterface en met instellingsmogelijkheden kunnen omgaan.

Meer informatie of afspraak voor oriënterend gesprek met Windex CC ?

Frank Adriaenssen

frankadriaenssen@windex.nl

www.windex.nl

Inkomstraat 27 bus 1 3630 Maasmechelen

089/25 33 85

Landelijke vereniging van Artsen in Dienstverband (LAD)

De LAD heeft 26 medewerkers en behartigt de sociaal-economische belangen van artsen en co-assistenten die geheel of gedeeltelijk in dienstverband werken. Naast bijna 13.000 individuele leden, zijn ook zo'n 25 (landelijke) artsenorganisaties vertegenwoordigd.



Waarom koos LAD WindexCC?

- Een softwareproduct voor zowel CRM, ERP, DMS en CMS.
- Eenmalige opslag en multifunctioneel gebruik van gegevens en volledige integratie van gegevens, informatie en documenten.
- Iedere interne doelgroep krijgt een eigen webportaal met uitsluitend functies en informatie die van belang zijn en zijn afgestemd op de specifieke behoeften.
- De praktijkervaring die Windex Software bij vergelijkbare organisaties heeft opgedaan.

Het primaire proces van een vereniging is communicatie in twee richtingen in zeer uiteenlopende vormen en frequenties. Hoe moet worden gecommuniceerd is afhankelijk van opvattingen en meningen die zich mede door steeds nieuwe technologische mogelijkheden in de tijd ontwikkelen.

Als implementatiestrategie is gehanteerd :

- Kies voor een gefaseerde invoering en formuleer heldere en haalbare projectdoelen.
- Denk goed na over de uitvoering maar durf ook op basis van expliciet vermelde argumenten beslissingen nemen.
- Besef dat de vereniging maar ook de wereld er over twee jaar qua ambities, opvattingen, smaak en technologie weer anders uitziet.
- Evalueer als vereniging het gebruik eens in de twee jaar en ontwikkel initiatieven voor kleine en incidenteel ook voor grotere aanpassingen.

Onderdelen van de implementatie bij de LAD waren:

- In iedere fase een voorbeeldinrichting op basis van een conversie van gegevens van de LAD en de ervaring van Windex Software.
- Een goed opgeleide groep kerngebruikers heeft intensief overlegd gevoerd over de uitvoering en noodzakelijke aanpassingen vastgesteld, die gebruikt zijn voor het aanpassen van de standaarddocumentatie en als leidraad voor de acceptatietest.
- De opleidingen van de overige gebruikers zijn bij de LAD enkele dagen voor de daadwerkelijke ingebruikname op basis van een kopie van de productie verzorgd.

De volgende afspraken zijn over de exploitatie gemaakt:

- Zelf beheer voor taken door de LAD geselecteerd en waarvoor medewerkers zijn opgeleid.
- Een abonnement voor incidentele werkzaamheden en begeleiding van afdeling klantenservice van Windex Software.
- Een onderhoudsovereenkomst die ieder kwartaal een verbeterde versie verzekerd van WindexCC, waarin bugs zijn opgelost en gebruiksgemak en functionaliteit verbeterd zijn.
- Partnership via periodiek bilateraal over toekomstige informatievraagstukken.

De stichting Gebruikers WindexCC, waarvan het bestuur samengesteld is uit vertegenwoordigers van gebruikers, beheert de broncode van WindexCC en bepaalt in belangrijke mate de toekomstige functionaliteit van de standaard. Voor de realisatie ervan, zijn een deel van de gelden van onderhoudsovereenkomsten beschikbaar.

Dit dossier werd geschreven op basis van volgende bronnenlijst:

- Association Trends live (september 2013)
 - Technology as strategy – Technology trends and insight – Tom Lehmans
- Aiim – The Global Community of Information Professionals:
 - Increase Your Organization's Productivity through Customer Relationship Management (Matthew Bretzius, 2013)
- ASAE (American Society of Association Executives):
 - Tech Toolkit (2014)
 - Association Marketing Trendswatch 2013
- Associations now:
 - Membership engagement & spending data, all-in one place (2013)
 - Making the most of engagement data (2013)
 - Checking in with AMS and online community providers (2013)
- NTEN (Nonprofit Technology Network)
 - 5 keys to preparing for your CRM system implementation (2012)
 - The 2013 Nonprofit Engagement Data Management Study: A Graphic Report (2013)
 - Product spotlight: beyond Excel and Access: A buyer's guide to choosing a nonprofit CRM (2013)
 - Selecting a Nonprofit CRM System? Start with the Strategy (2012)
- Associations Network:
 - Introduction to CRM for Associations (2014)
 - Why is a CRM system important for associations? (Louise Clarke)
- IAB Belgium:
 - E-mail marketing cookbook
- ASi : Advanced Solutions International:
 - Secrets of Highly Successful Non-Profits
 - Not-for-Profit Executive Guide: 4 Keys to an Engaging Website
- SocialFish:
 - The Social CRM: The Next Generation of Fundraising (2013)
 - Social CRM is part of culture change (2012)

- 6 steps for getting started with social CRM for membership organisations (2012)
- CRMpartners.nl:
 - Onderzoeksrapport 'Wat willen leden van hun vereniging?' (2013)
 - Futureproof Membership met CRM (2013)
- Ashridge Business School UK en Logical:
 - Exploiting Technology for Better Member Relationships (2002)
- Spark Consulting:
 - Member Relations: An association-centric Approach to customer Relationship management (april 2013)
- Bogazici University, Prof. Dr. Aysegul Toker:
 - Member Relationship Management in Nonprofit Organizations: The Case of an Alumni Organization (2008)

BSAE vzw – Kortrijksesteenweg 1007 – 9000 Gent
Tel. 09 233 48 66 – info@bsae.be – <http://www.bsae.be>