

# Op weg naar een soepele **data-** **migratie** voor je CRM.

[info@procurios.nl](mailto:info@procurios.nl) | [www.procurios.com](http://www.procurios.com)



# Introductie

---

Stel je voor: je werkt al een aantal jaar met een CRM-systeem en hebt het je helemaal eigen gemaakt. Mede door dit CRM is je vereniging flink gegroeid: de laatste drie jaar groeide het ledenaantal met gemiddeld 6% per jaar en ook de omzet nam toe. Daardoor konden nieuwe projecten in gang worden gezet en ook het aantal medewerkers op het bureau is uitgebreid. Het gaat de vereniging kortom voor de wind. Maar het CRM begint te knellen. Om leden te kunnen blijven binden is meer functionaliteit nodig. Iets wat de huidige leverancier niet kan bieden. Maar ja, het overzetten (migratie) van al je data naar een nieuwe CRM is niet eenvoudig en foutgevoelig. Misschien is het huidige systeem toch zo gek nog niet.

Herkenbaar? Sommige verenigingen of stichtingen hebben last van koudwatervrees bij de overstap naar een nieuw CRM-systeem. En negen van de tien keer wordt datamigratie genoemd als één van de grootste hindernissen. Maar dat is helemaal niet nodig als je weet hoe je je moet voorbereiden. Daarom nemen we je in 5 stappen mee op weg naar een soepele datamigratie voor je CRM.

# Stap 1

## Maak een plan en een back-up.



---

Het overzetten van alle oude data naar een nieuw CRM-systeem hoeft geen slapeloze nachten op te leveren als je doordacht te werk gaat. Beschik je niet over een IT-afdeling die dit kan verzorgen? Geen nood: de leverancier van je CRM-systeem zal je er graag bij willen helpen. Als het goed is, heeft deze je al uitgebreid ondersteund bij je zoektocht naar het systeem dat voor jou het meest geschikt is: een klantrelatiebeheersysteem dat naast gestandaardiseerde functies ook aan verschillende individuele vereisten voldoet.

### **Maak een plan**

Voordat je begint met een datamigratie zul je dus een plan moeten hebben. Informeer zowel bij je IT-afdeling als je softwareleverancier welke ideeën zij hierover hebben en hoe zij je hierbij kunnen ondersteunen. Stel jezelf de nodige vragen: welke beslissingen moet je nemen voordat je kunt beginnen? Wat heb je nodig? Welke voorbereidingen moet je treffen? En vooral: wat is het beste moment? Niet als er topdrukke is vanwege allerlei evenementen en dergelijke natuurlijk. Een vakantieperiode waarin het vrij rustig is en niet of nauwelijks activiteiten zijn gepland, is ideaal.

### **Maak een back-up van je data**

Stap één van het plan is het maken van een back-up. Sowieso zul je altijd een back-up moeten hebben van alle gegevens van al je leden en/of donateurs. Zij zijn immers de kern van je vereniging of stichting. Zorg ervoor dat je een zo actueel mogelijke back-up maakt. Controleer ook of deze back-up is geslaagd. Test of het daadwerkelijk lukt om de back-up terug te zetten in het oude systeem dat je nu nog in gebruik hebt. Zo garandeer je de continuïteit van je organisatie.



# Stap **2**

## Check de kwaliteit van je data.



---

De juistheid van al je gegevens, je data-integriteit, hangt nauw samen met de betrouwbaarheid van je organisatie. Brieven die naar het verkeerde adres worden verzonden, foutief geschreven namen, nieuwsbrieven die bij de verkeerde doelgroep belanden: het zijn allemaal factoren die tot irritatie leiden. Er bestaat zelfs het risico op een datalek - en daarmee een overtreding van de [privacywetgeving](#) - als gegevens bij de verkeerde persoon terechtkomen.

### **Interne en externe oorzaken**

Zelfs als je gegevens uiterst zorgvuldig verwerkt, bestaat er altijd het risico dat een deel van je gegevens in de loop van de jaren niet meer actueel is. Dat kan een interne oorzaak hebben, bijvoorbeeld doordat iemand per ongeluk een typfout heeft gemaakt tijdens het invoeren. Het kan ook een externe oorzaak hebben: hoe vaak vergeten leden niet om een adreswijziging of een wijziging van hun e-mailadres aan je door te geven?

### **Evalueer je huidige data**

De belangrijkste factor voor een succesvolle datamigratie is dus de kwaliteit van de oude gegevens die je gaat overzetten. Deze gegevens dienen correct, consistent, en volledig te zijn. Bekijk de data die je hebt opgeslagen in je CRM nog eens goed.

### **Haal de bezem door je database**

Het overzetten van data van je oude systeem naar een nieuw systeem, is eigenlijk net een beetje als verhuizen. Oude, afgedankte rommel neem je ook niet mee naar een nieuwe woning. Mogelijk heb je contacten dubbel in je database staan. Dat is niet alleen overbodig, het vormt ook een risico als zo'n contact bijgewerkt moet worden. Er bestaat dan een kans dat je maar één contact bijwerkt en het andere incorrect erin komt te staan. Haal dus de bezem door je database!





### **Relaties ontdebellen met artificiële intelligentie**

Moderne professionele CRM-systemen kunnen relaties automatisch ontdebellen met artificiële intelligentie (AI). Deze AI herkent op een slimme manier dubbele relaties en geeft suggesties voor het samenvoegen ervan. Dit is een makkelijke manier om je database op te schonen, waarbij het risico op fouten tot een absoluut minimum is beperkt.

### **Archiveer oude en inactieve relaties**

Behalve contacten ontdebellen, dien je te controleren welke contacten onvolledig zijn opgeslagen en welke eenvoudigweg onbruikbaar zijn. Heb je nog steeds de juiste contactpersonen? Ex-relaties hoef je niet in je database te houden. Archiveer deze (tijdelijk) inactieve relaties ergens anders of verwijder ze desnoods permanent.

### **Organiseer je relaties**

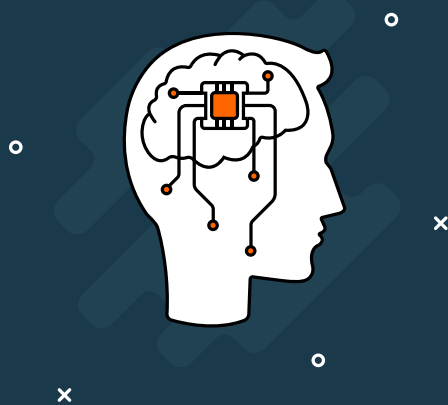
Deze fase is ook een goede kans om te analyseren welke soorten relaties er eigenlijk zijn binnen je huidige CRM. Ben je nog tevreden met de groepen of lijsten die er zijn gemaakt? Klop hiervoor bijvoorbeeld aan bij de mensen die veel aan externe communicatie doen, zoals degene binnen je vereniging die zich met marketing bezig houdt. Zij hebben namelijk altijd de meest actuele contactpersonen nodig en benaderen mensen vaak op basis van categorisatie: zijn het leden, potentiële leden of andere relaties?

### **Maak nogmaals een back-up: maar nu van je opgeschoonde data**

Nadat je alle data hebt opgeschoond, is het ten zeerste aan te raden om een tweede back-up te maken. De gegevensset die je nu hebt, is immers de meest actuele en meest correcte. Je hebt er veel werk in gestopt om tot deze versie te komen en die wil je niet kwijtraken.

# Stap 3

# Laat je collega's zo vroeg mogelijk kennismaken met het nieuwe systeem.



---

Ook voor je collega's gaat een nieuw systeem impact hebben. Ze zullen eraan moeten wennen om ermee te werken. Creëer dus in een zo vroeg mogelijk stadium zoveel mogelijk draagvlak binnen je vereniging of stichting. Je kunt overwegen om hier een klankbordgroep voor op te zetten.



**1**

Betrek je collega's bij het selectieproces voor een nieuw CRM-systeem. Laat de nieuwe softwareleveranciers bijvoorbeeld een extra demo geven, zodra je (bijna) zeker weet dat iedereen in je organisatie met hen in zee wil.

**2**

Houd je collega's regelmatig op de hoogte van de gang van zaken en wanneer de nieuwe leverancier aan de slag gaat met het bouwen van jullie nieuwe systeem. Laat ze weten welke overwegingen een rol speelden en waarom er voor een bepaalde stap is gekozen.

**3**

Zorg dat de leverancier trainingen geeft om de implementatie van het nieuwe CRM-systeem soepel binnen je vereniging te laten verlopen. Zo worden voor ingebruikname al zoveel mogelijk vragen beantwoord.

**4**

Bespreek ook met de beheerder(s) van je website, je collega('s) van de ledenadministratie en je leverancier welke aspecten van het CRM misschien extra aandacht nodig hebben bij de migratie van data naar een nieuw systeem.



# Stap 4

## Kies het ideale moment voor je migratie.



---

Je hebt een plan, hebt inzicht gekregen in de kwaliteit van je data en je collega's zijn voorbereid op de overstap. Het is nu tijd om het juiste moment voor de migratie te bepalen. Denk hier goed over na, want als onverhoopt iets mis gaat, moet de impact daarvan minimaal zijn. Het ligt daarom voor de hand om een relatief rustige periode te kiezen.

### **Een vakantieperiode is ideaal**

Een vakantieperiode kan een ideaal moment zijn om een datamigratie plaats te laten vinden. In dat soort periodes lopen meestal geen belangrijke projecten die zwaar op je data in het CRM leunen. Mocht je niet de luxe hebben om in een vakantieperiode te kunnen migreren, dan is het noodzakelijk om andere voorzorgsmaatregelen te nemen. Daar heb je gelukkig bij stap 1 al over nagedacht. Zorg dus dat je ook echt die back-up maakt voordat je gaat migreren.

**‘Zorg dat je ook echt een back-up maakt voordat je gaat migreren’**



# Stap 5

## Data overzetten naar je nieuwe systeem.



---

De migratie zelf bestaat uit verschillende sets van data die moeten worden gemigreerd. Denk aan relaties zoals klanten, donateurs, leveranciers, abonnementen, facturen, et cetera. Als we het hebben over één van die onderdelen, dan spreken we van data-import. Dat houdt in dat je gegevens vanuit een bestand of een ander systeem toevoegt aan de database van je nieuwe CRM-systeem.

### **Mapstructuren**

Hoe de migratie in de praktijk werkt, kan verschillen. Bevinden je gegevens zich al in mapstructuren? Zijn deze structuren hetzelfde als die van je nieuwe CRM-systeem? Zo niet, dan zul je deze mapstructuren moeten vervangen. In dat geval is het nodig om een geschikte koppeling tussen je oude en toekomstige CRM-systeem te creëren zodat een naadloze overdracht van je relatiegegevens mogelijk is.

### **Importeren via CSV-bestanden**

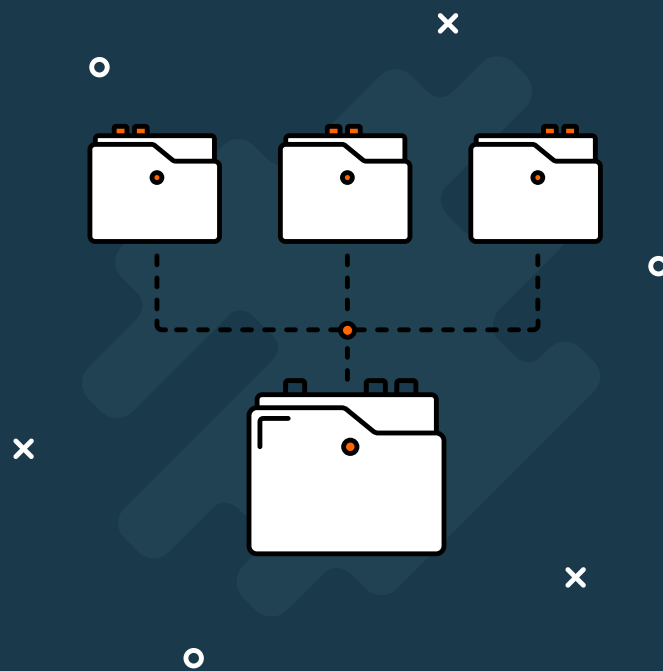
Het in kaart brengen van data binnen een organisatie om gegevens te identificeren en te verwerken, heet mapping. Het maakt deel uit van een geautomatiseerde datamigratie. In de meeste gevallen gebeurt dit export-importproces via comma-separated values (CSV)-bestanden. Zo'n CSV-bestand is een tabelbestand voor databases. Het kenmerk ervan is dat de gegevens door komma's zijn gescheiden, of door puntkomma's.

Vandaar dat dit type databaseformaat ook wel een komma-gescheiden bestand wordt genoemd. Je kunt er eenvoudig relaties mee importeren in je nieuwe CRM. Dit doe je door een CSV-bestand met bepaalde kolommen te importeren. Vervolgens geeft je aan in welke groep in het nieuwe CRM-systeem deze relaties moeten komen.

### **Kies een CRM-leverancier die je begeleid**

Is dit bovenstaande allemaal wat te technisch voor jou en je vereniging of stichting? Kies dan voor een CRM-leverancier die je hierin zorgvuldig begeleidt. Zowel bij de implementatie van je nieuwe CRM-software, het opschonen van je data, de migratie en het exporteren en importeren van al je waardevolle gegevens. Een ander voordeel van een professionele CRM-leverancier is, dat je bij deze ook na de migratie terecht kunt voor support.

# Samenvatting



Het overzetten van al je gegevens van je oude naar je nieuwe CRM-systeem, is een cruciale stap. Alle relevante klantgegevens zullen foutloos gemigreerd moeten worden, zodat iedereen optimaal kan profiteren van alle functionaliteiten van het systeem. Mocht er niet genoeg kennis en ervaring aanwezig zijn in je organisatie, dan kan je CRM-leverancier je hierbij ondersteunen. De implementatie van je nieuwe systeem is ook een erg geschikt moment om al je data nog eens onder de loep te nemen: welke data is nog nodig en welke niet? Welke is nog up-to-date en welke niet? Neem daar rustig de tijd voor, bijvoorbeeld in een vakantieperiode. Hoe zorgvuldiger je de implementatie en datamigratie uitvoert, hoe meer plezier en profijt jij en je collega's ervan zullen hebben.

## OVER PROCURIOS

# Een totaaloplossing voor verenigingen en goede doelen

Met ruim 40 medewerkers en meer dan 20 jaar ervaring is Procurios dé softwarespecialist voor verenigingen, goede doelen en andere non-profits. Wij zijn een tegendraadse club die liever afwijkt van de gebaande paden en geen genoegen neemt met de status quo. Daarom wordt al sinds 2001 ontwikkeld en verbeterd aan het volledig eigen Procurios Platform, dat speciaal is ontwikkeld voor verenigingen en goede doelen.

Wij denken graag mee over hoe jouw organisatie digitaal wegwijs blijft zodat jij je kan focussen op de behoeftes van je leden of donateurs.

Misschien heb je vragen naar aanleiding van deze gids en wil je meer weten. Of misschien heb je een ander vraagstuk. Geef ons gerust een belletje, **stuur ons een e-mail met je vraag of verzoek of plan een demo**: we helpen je graag verder, of op weg.



### Kantoor Nederland

Hoefzijde 3  
3961 MX Wijk bij Duurstede  
+31 343 59 60 40 (NL)  
info@procurios.nl  
www.procurios.com

### Kantoor België

Wupstraat 45  
2812 Mechelen  
+32 3 237 41 45 (BE)  
info@procurios.be  
www.procurios.com