




Hvordan man vælger et CRM- system.

2024

Af **ZRM**.

En guide til, hvordan du
vælger og implementerer
et CRM-system med
succes.



Indholdsfortegnelse.

01. Om ZRM.	03
02. ZRM's services.	04
03. Opsummering.	06
04. Hvorfor Zoho?	08
05. Hvad er et godt CRM-system?	10
06. Hvilke fordele er der i et CRM-system?	12
07. Hvilke funktioner er vigtigst i et CRM-system?	14
08. Checkliste til valg af CRM-system.	17
09. Hvad er et godt CRM-system?	18
10. Processen ved at vælge et CRM-system.	20
11. ZRM's proces.	21
12. Forbered din virksomhed til et nyt CRM-system.	22
13. Forandringsledelse.	24
14. ZRM's team.	26

O1. Om ZRM.



ZRM er stiftet af Frederik Samberg, Anton G. Herborg og Frederik Linderberg med formålet om at skabe de mest værdifulde software løsninger for virksomheder.

Efter selv at have bygget og drevet virksomheder i ind- og udland, så var det tydeligt for os, hvor vigtig en god infrastruktur ift. software er for en virksomheds succes. Typisk ender man hurtigt med at anvende software ift. regnskab, salg, marketing, kontrakter, projektstyring, rekruttering, hr og meget andet.

Det gør ikke kun, at virksomhedens omkostninger stiger, men også at integrationerne imellem de forskellige softwares er "so so". Det bliver lappeløsninger, det bliver dyrt pga forskellige udbydere og det bliver standard set-up's og dermed ikke specifikt for lige præcis din virksomheds behov.

Vi ønsker derfor med ZRM at skabe bedre software løsninger for virksomheder og samtidig kunne bringe vores praktiske erfaring fra at have siddet på den anden side af bordet.

02. ZRM's services.

+78%
besparelse

Årlig besparelse:

Vores kunder sparer i gennemsnit ca. 78% ift. deres tidligere system ved et skifte til ZRM.

Alle ZRM's ydelser tager afsæt i vores kunders behov og er udviklet specifikt til at matche dette. Vores primære fokus i vores ydelser er at bygge skræddersyede full-service systemer, der tager højde for kundens arbejdsgang - og ikke tvinger det modsatte.

Vi opererer blandt andet med speciallavede CRM-systemer, rådgivning om digital strategi, udvikling af digitale platforme, hjemmeside udvikling, specialudviklede integrationer samt drift og optimering af løsninger.



Skræddersyede CRM-løsninger

Et system, der er tilpasset til din virksomhed, så du får det rigtige system for din virksomhed til at starte med.

Rådgivning om digital strategi

Vi hjælper aktivt vores kunder med at identificere udfordringer, og hvordan de kan få mere ud af deres teknologi.

Udvikling af digitale platforme

Vi udvikler ofte platforme til vores kunder, der samler data på tværs af kanaler og skaber transparens i virksomheden.

Hjemmesideudvikling

Vi udvikler stilrene og funktionelle hjemmesider, der taler sammen med de øvrige systemer, vi udvikler.

Specialudviklede integrationer

Vi udvikler ofte direkte integrationer til vores kunders egne systemer eller andre softwares, de bruger.

Drift og optimering af løsninger

Vi står for driften af hostingløsninger, domæner mm. så vores kunder kan bruge mere tid på produkt og salg.

03. Opsummering.

Hurtigere, billigere og bedre.

Dette whitepaper har til formål at give en dybere indsigt i hvordan man som virksomhed vælger et CRM-system. Derfor adresserer det hvad man som virksomhed bør overveje, hvad der udgør et godt system, priser på forskellige system løsninger samt meget andet.

Derudover tager whitepaperet udgangspunkt i ZRM og vores overvejelse for at anvende Zoho kontra løsninger som fx verdenskendte Microsoft.

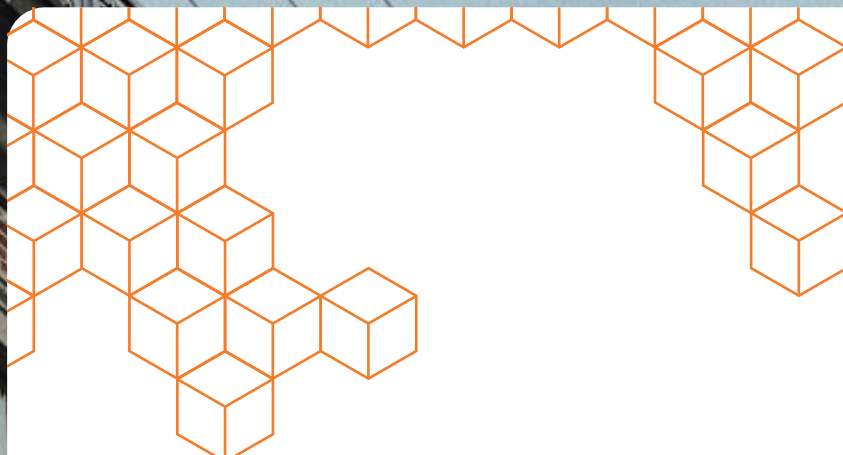
Forhåbentlig vil dette whitepaper dermed have givet en øget kendskabsgrad til ZRM som virksomhed, men også hvilke overvejelser vi selv har gjort os - både da vi sad som direktører for virksomheder og skulle vælge et CRM-system, men også hvordan vi i dag rådgiver vores egne kunder.

Vi håber, du får værdi af dette whitepaper, og skriv endelig til mig direkte, hvis du har nogle spørgsmål.



Frederik Linderberg
Frederik Linderberg
Partner





Ét simpelt formål: at gøre software simpelt.

ZRM er et digitalt konsulenthus med kontor i København, som leverer end-to-end skræddersyede digitale systemer til at løse problemer, der forhindrer vækst af virksomheder. ZRM opererer på tværs af alle Nordeuropæiske lande.

Vi skaber mere tid og mere overblik, så virksomheder kan fokusere på at forbedre deres produkt og at sælge.

ZRM er startet med ét enkelt formål: at gøre software simpelt for virksomheder.

28% øget salg

50+ opsætninger lavet

97% anbefaler proaktivt ZRM

04. Hvorfor Zoho?



Kerneverdier

Vores resultater til vores kunder kommer i første række.



Sustainability

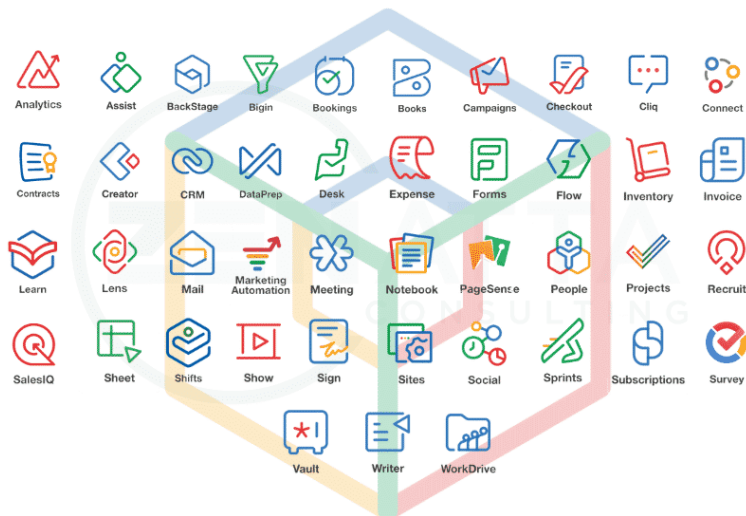
Fra dag ét har der været stort fokus på grønne løsninger.

Med 10+ års erfaring med at drive og bygge virksomheder, så har ZRM opereret på tværs af samtlige software providers og selvom der er mange dygtige virksomheder derude, så er der ingen som er konkurrencedygtige med Zoho på hhv. pris, funktionalitet og hastighed.

Zoho tilbyder 40+ softwares med en fast månedlig licenspris på 276 kr. per bruger per måned, hvilket er markant billigere end deres konkurrenter. Derudover har ingen af Zohos konkurrenter den samme palette af softwares, hvilket betyder at ultimativt ville du skulle have flere softwareudbydere indeover for at dække softwares på tværs af din virksomhed.

Et andet stort værdipunkt, som taler i Zohos favør, er at alt er bygget op omkring åbne API'er, dvs. man utrolig nemt kan integrere med tredjepartssoftware, hvis man nu er utrolig glad for sit regnskabsprogram eller har et andet software program, som er industri specifikt for netop din virksomhed.

Dertil gør de åbne API'er også softwaren meget modulær, således at man kan bygge utrolig mange ting selv i Zoho uden at skulle bruge en masse penge på konsulenter.



276 kr.

Hvor mange software udbydere kan din virksomhed nævne, som giver adgang til 40+ softwares for 276 kr. om måneden per bruger? Velkommen til ZRM.

Industrier, der bruger Zoho	Antal virksomheder
Software	34.720
IT og service	19.378
Uddannelser	8.074
Offentlige institutioner	6.459
Finansielle services	5.652
Hospitaler og sundhedsvæsenet	5.652
Banker	4.845
Detail	4.845
Tele og netværk	4.037
Produktion	3.230

Kilde: [Thomson Data](#) (2022)

05. Hvad er et godt CRM-system?

Et godt CRM-system kan være en værdifuld ressource for enhver virksomhed, der ønsker at styrke sine kunderelationer, øge effektiviteten og drive vækst. To af de vigtigste variabler at kigge efter, når man overvejer et nyt system er pris og funktionalitet.

+34%

Øget effektivitet

Ifølge Nucleus Research kan CRM-systemer forbedre salgseffektiviteten med op til 34%.

Automatiseringer igennem CRM reducerer manuelt arbejde og dermed spare markant arbejdstid.

+29%

Øget omsætning

Studier fra Salesforce viste, at virksomheder, der effektivt anvender et CRM-system kan forbedre omsætningen med 29% i gennemsnit.

Et godt CRM-system er kendetegnet ved at kunne håndtere og forbedre virksomhedens relationer med kunder og potentielle kunder på en effektiv måde. Det hjælper med at organisere og analysere kundedata for at give værdifuld indsigt og muliggøre målrettet kommunikation og kundeservice. Man bør se efter følgende i et CRM:

- **Brugervenlighed:** Et godt CRM bør være nemt at bruge for medarbejdere på tværs af afdelinger. Det skal have en intuitiv grænseflade, der kræver minimal træning.
- **Funktionalitet:** CRM bør have grundlæggende funktioner som kontaktstyring, salgsstyring, markedsføringsautomatisering og kundeserviceværktøjer. Det bør også kunne tilpasses virksomhedens specifikke behov.
- **Skalérbarhed:** CRM skal kunne vokse med virksomheden og tilpasse sig ændrede krav. Det skal være i stand til at håndtere en voksende kundeportefølje og data.
- **Integrationer:** Det bør nemt kunne integreres med andre vigtige forretningsapplikationer som e-mail, kalender, økonomisystemer og e-handelsplatforme.
- **Dataanalyse og rapportering:** Et godt CRM bør tilbyde avancerede værktøjer til at analysere kundedata og generere rapporter, der kan hjælpe med at træffe informerede beslutninger.
- **Mobiladgang:** Muligheden for at tilgå CRM fra mobile enheder er vigtigt, især for medarbejdere, der er på farten.



Pris

Større besparelser er en signifikant variabel, når der kommer til valg af nye systemer.

Hvis der ligger en større besparelse i at skifte sine systemer, er det typisk en stor motivationsfaktor for at skifte system. Dette gør ZRM til en utrolig attraktiv løsning, fordi din virksomhed får adgang til 40+ softwares til én samlet licens på 276 kr. per måned per bruger.

Det vil også sige, at selv hvis man ønsker kun at anvende tre typer softwares til en start, men et år senere beslutter at gøre brug af øvrige softwares, forbliver ens omkostninger det samme.



Funktioner

Øget funktionalitet gennem sine systemer er en anden stor variabel for valg af ny software.

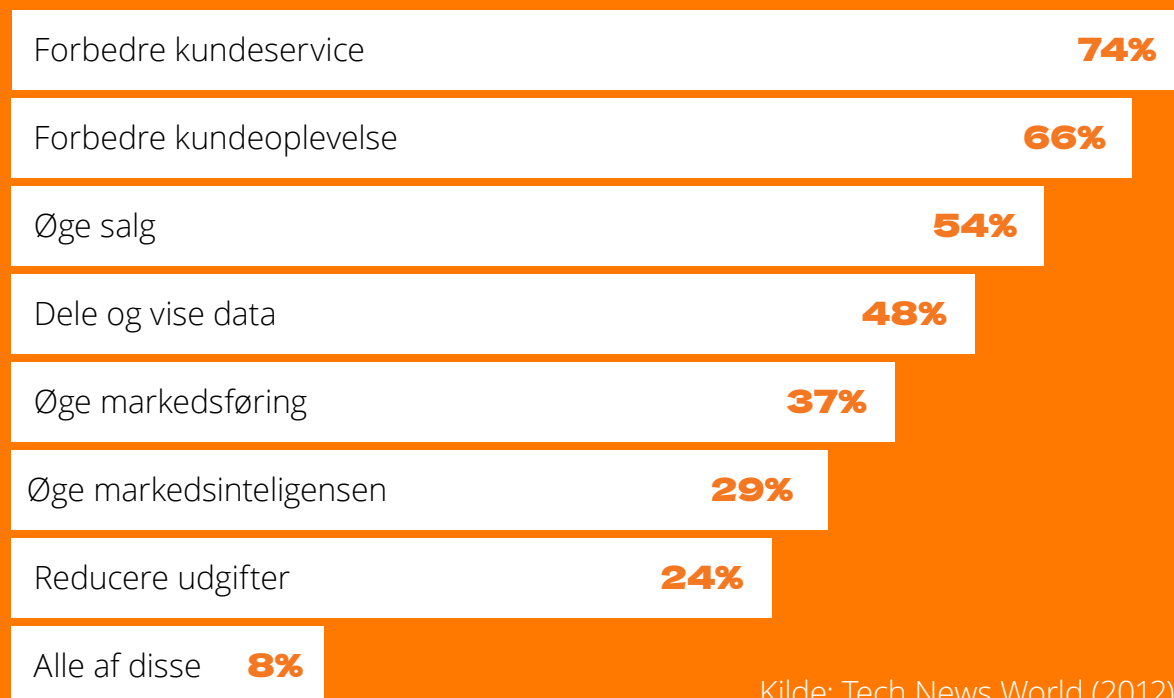
Software skal hjælpe med arbejdsprocesser - det skal gøre livet nemmere for ansatte og dermed for virksomheden. Hvis ens software er begrænset fx ift. hvilke softwares det kan integrere med, hvor modulerbart det er selv at arbejde i - dvs. uden dyre konsulenter.

Generelt hvis dit system simpelt hen bare ikke kan det, din virksomhed har behov, er det typisk en årsag til at vælge et system til eller fra.

06. Hvilke fordele er der i et CRM-system?

Implementering af et godt CRM-system kan have en positiv indvirkning på forskellige aspekter af en virksomhed. Selvom de specifikke forbedringer kan variere afhængigt af organisationen, er her nogle generelle statistikker og fordele forbundet med brugen af CRM-systemer.

Hvad er de primære fordele, din virksomhed søger igennem et CRM-system?



Kilde: Tech News World (2012)



De specifikke fordele ved et CRM-system ud fra industri, datainput og integrationer, men vi har samlet de største fordele, vi oplever, at vores kunder får i et nyt CRM-system nedenfor.

Forbedret effektivitet

Ifølge Nucleus Research kan CRM-systemer øge salgsproduktiviteten med op til 34%. CRM-automatisering kan reducere manuelle opgaver med dataindtastning og spare medarbejdere betydelig tid.

Øget indtjening

Aberdeen Group rapporterede, at virksomheder med CRM oplevede en stigning i indtægterne på 10,6% år efter år.

Forbedret kundetilfredshed

Forskning fra Harvard Business Review antyder, at en 5% stigning i kundetilfredshed resulterer i profitforøgelse på 25% til 95%.

Bedre Marketingkampagner

En undersøgelse foretaget af Gartner viste,

at virksomheder, der bruger CRM, oplever en gennemsnitlig stigning i marketingafkast på 27%. CRM muliggør målrettede marketingkampagner baseret på kundedata, hvilket resulterer i højere konverteringsrater.

Strømlinet salgsproces

En undersøgelse foretaget af Insightly fandt, at CRM kan øge salgskonverteringsrater med op til 300%. CRM-systemer hjælper salgsteams med at spore leads, automatisere opfølgninger og prioritere højafkastende potentielle kunder.

Forbedrede prognoser

Salesforce-data viser, at CRM-brugere oplever en gennemsnitlig nøjagtighed på 42% i salgsprognoser.

Nøjagtige salgsprognoser muliggør bedre ressourceallokering og beslutningstagning.

Reducerede omkostninger

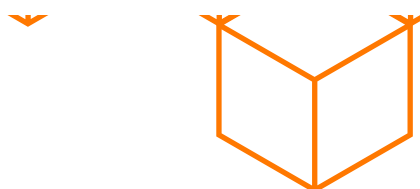
Ifølge Forrester Research kan virksomheder, der bruger CRM, reducere omkostningerne ved kundetilvækst med 23%.

07. Hvilke funktioner er vigtigst i et CRM-system?

Et CRM-system kan mange ting og ligesom med fordelene, så er ønskerne til hvilke funktioner der vægtes højest forskellige.

Mest efterspurgte funktioner i et CRM-system	Procent
Styring af kunder og kontakter	88%
Tracke kontaktpunkter med kunder	80%
Planlægning og påmindelser	75%
Emailsmarkedsføring	32%
Styring af pipeline/funnel	31%
Rapportering og analyser	28%
Integrationer med andre softwares	20%
Industrispecialisering	11%
Central database	10%
Salgsautomatisering	8%
Mobil adgang	8%
Help desk (ticket-system)	6%
Kundeservice	4%
Tracking af performance	4%

Det er primært manglende funktioner eller større besparelser, der gør, at virksomheder skifter deres systemer. Vi har samlet nogle af de fordele, ZRM's kunder påpeger.



Brugervenlighed

Zoho er kendt for at have en brugervenlig grænseflade og omfattende dokumentation, hvilket reducerer behovet for omfattende medarbejdertræning og supportomkostninger.

Sikkerhed

Zoho har indbyggede sikkerhedsfunktioner og overholder gældende databeskyttelsesstandarder. Dette kan reducere risikoen for datasikkerhedsproblemer og de potentielle omkostninger ved databrud.

Mobil adgang

Mange Zoho-applikationer er tilgængelige fra mobile enheder, hvilket gør det muligt for medarbejderne at arbejde eksternt eller når de er på farten. Dette kan reducere kontorplads og tilhørende omkostninger.

Tilpasning og automatisering

Zoho tilbyder værktøjer til tilpasning og automatisering af forretningsprocesser. Dette

kan resultere i effektivitetsgevinster, hvilket reducerer behovet for manuelt arbejde og potentielt lavere lønomkostninger.

Det er vigtigt at bemærke, at valget af Zoho eller enhver anden softwareløsning bør afvejes nøje i forhold til din virksomheds specifikke behov og mål. En nøje gennemgang af, hvordan Zoho kan integreres i din eksisterende infrastruktur og understøtte dine forretningsprocesser, vil hjælpe med at afgøre, om det er den rigtige løsning for din virksomhed.

Vil du høre mere om mulighederne med ZRM? Så kontakt Frederik og hør mere på fl@zrm.dk.

08. Checkliste til valg af nyt CRM-system.

Vi har samlet en checkliste med overvejelser, du med fordel kan inkludere i dine overvejelser, når du vælger ny CRM-udbyder.

- Bliver CRM-systemet brugt i den branche, min virksomhed opererer i?
- Har de personer, der skal implementere systemet, tidligere lavet et lignende setup?
- Kan systemet 100% tilpasses min virksomheds behov, eller skal vi gå på kompromis?
- Kan systemet udvides på sigt, så andre i virksomheden kan få gavn af det?
- Får du en supportlinje på dansk, der kan hjælpe dig, hvis der opstår problemer?
- Har du fået en demonstration af systemet, inden du køber?
- Er CRM-systemet ,compliant' ift. GDPR og øvrige reguleringer?
- Er systemet en væsentligt opgradering ift. funktioner fra det tidligere system?
- Opnår jeg en væsentligt besparelse ved at skifte til det nye CRM-system?
- Hvordan ser processen ud for at onboarde og lære medarbejdere systemet?
- Hvor lang tid vil implementeringen tage, og skal virksomheden selv deltage i det?
- Hvordan står virksomheden stillet, hvis der opstår spørgsmål efter implementering?
- Hvilke muligheder for løbende support og udvikling er der i systemet?
- Har du set eller fået nogle referencer af systemet?



Serieiværksætter Werner Valeur har startet 30+ virksomheder og lavet seks exits.

Vi interviewede ham for at høre, hvorfor han valgte ZRM til sin nye virksomhed, Wolfpack.



Werner Valeur
Serieiværksætter

„Vi valgte ZRM, fordi vi var på udkig efter et dansk CRM system, hvor man kan ringe til deres kundeservice og få hurtigt svar på spørgsmål. Derudover er der ikke nogen hidden fees, hvilket er super fedt.“

09. Hvad koster et CRM-system om måneden?

Et CRM-system består typisk af en engagsopsætning, løbende licenser, supportaftaler og andre gebyrer for add-ons og plugins. Det kan være meget dyrt, men det behøver heldigvis ikke altid at være det.



Priserne på CRM-systemer varierer meget. Nedenfor kan priserne på større CRM-udbydere ses for **100 brugere** på månedlig basis. Hertil er det vigtigt at pointere, at ZRM's licens bygger på samtlige 40+ softwares, og at priserne for de øvrige CRM-systemer er uden add-ons. Add-ons til de øvrige CRM-systemer vil så ligge oveni priserne nedenfor.

WebCRM

- » 33.500 kr.
- » Kun for CRM
- » [Link](#)

Pipedrive

- » 37.700 kr.
- » Kun for CRM
- » [Link](#)

Dynamics

- » 65.000 kr.
- » Kun for CRM
- » [Link](#)

HubSpot

- » 82.000 kr.
- » Kun for SalesHub
- » [Link](#)

SalesForce

- » 102.600 kr.
- » Kun for SalesCloud
- » [Link](#)

ZRM

- » **33.500 kr.**
- » **Inkl. 40+ softwares**
- » [Link](#)

smv: digital

Der findes mange offentlige projektpuljer man som virksomhed kan søge for at få tilskud sin til virksomheds digitale rejse.

Af den årsag er ZRM partnere hos SMV:Digital, så vi kan hjælpe flest mulige små og mellemstore virksomheder med at få de bedst mulige software løsninger skræddersyet til deres behov.

10. Processen med at vælge et CRM-system.

01.

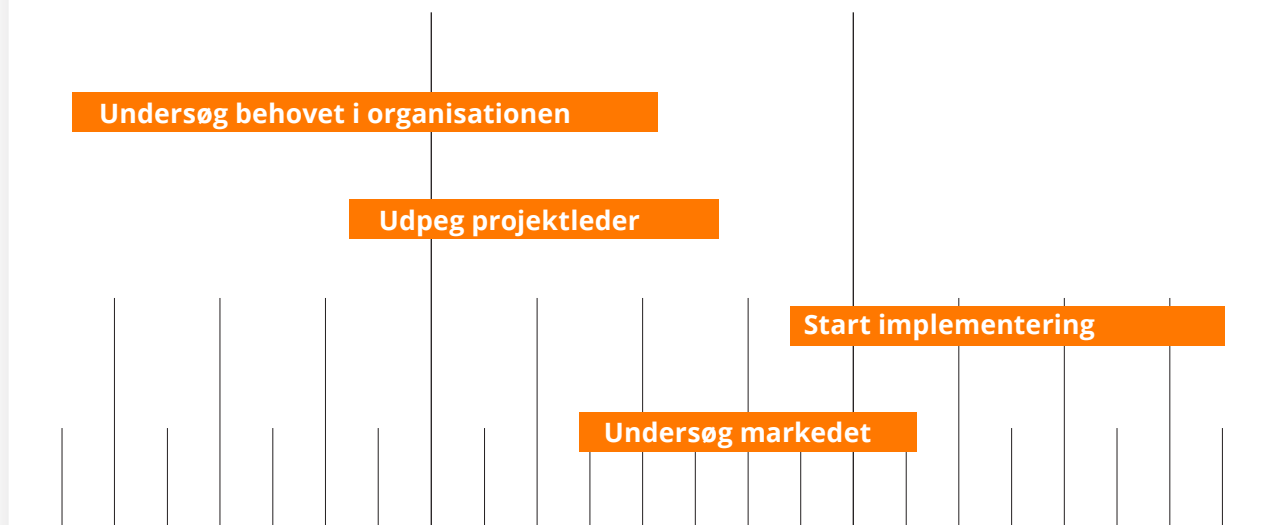
Lav behovsafdækning og undersøg markedet

02.

Forbered organisationen og udpeg projektleder

03.

Start implementering med en CRM-udbyder



Behovsafdækning

- » Sørg for at starte med en intern session, hvor medarbejderne bliver hørt i, hvilke tilføjelser de ønsker.
- » Skriv alt ned og saml i en kravsspecifikation.

Undersøg markedet

- » Hav projektlederen til at stå for at tale med potentielle udbydere.
- » Vurdér de forskellige udbydere på de samme parametre, så de kan sammenlignes.

Start implementering

- » Vær sikker på, hvilke interne ressourcer, der skal dedikeres til processen.
- » Vær sikker på at få en fast deadline og fast pris.

11. ZRM's proces.

Scoping

Kortlægning af specifikationer, budget og tidsramme.

Godkendelse

ZRM præsenterer løsningen og får godkendelse på projektet. Der underskrives NDA.

Udvikling

Projektstart, udviklingsplan deles med kunde, og udviklingen begynder.

Test

Efter udvikling bliver der testet for at finde og løse eventuelle fejl.

Onboarding

ZRM udarbejder onboardingmateriale og underviser samtlige medarbejdere i det nye system.

Implementering

ZRM rykker udviklingen fra testmiljø til kundens live-miljø.

Feedback

ZRM præsenterer udviklingen for kunden, som giver sin feedback på systemet.



47%

Næsten halvdelen af alle CRM implementeringer mislykkedes grundet dårlig onboarding.



70%

En god og effektiv onboarding kan forbedre en virksomheds produktivitet af systemet med 70%.



87%

87% af kunder mener, at en god onboarding har en positiv effekt på deres evne til at bruge systemet.



69%

69% af kunder er mere tilbøjelige til at anbefale et produkt efter en god oplevelse med onboarding.

12. Forbered din virksomhed til et nyt CRM-system.

Implementér og fasthold forandringen

Engager og muliggør forandringen i organisationen

Forbered forandringen



Kilde: John Kotters forandringsmodel ([1995](#))

I processen med at vælge eller skifte dit CRM-system er et af de kritiske skridt at overbevise din organisation om, at ændringen ikke kun er nødvendig, men også gavnlige. John Kotters forandringsmodel giver en struktureret tilgang til at guide denne proces, hjælper dig med effektivt at kommunikere behovet for ændring og samle støtte fra centrale interessenter.

Skab et behov

Indarbejd det første trin i Kotters model ved at fremhæve de nuværende udfordringer og begrænsninger ved det eksisterende CRM-system. Fremhæv problemer som data unøjagtigheder, nedsat effektivitet,

tabte salgsmuligheder eller utilfredse kunder. Brug konkret data og eksempler til at tegne et levende billede af, hvorfor ændring er afgørende. Gør det klart, at vedligeholdelse af status quo ikke længere er en mulighed, og at organisationens konkurrenceevne er på spil.

Form en magtfuld alliance

Det er vigtigt at samle et tværfagligt team af ' fortalere ' for forandringen. Denne alliance skal have indflydelse på organisationen og besidde troværdighed til at drive forandringen. Alliancen skal lede forandringsindsatsen, give ekspertise og skaffe opbakning fra medarbejdere på alle niveauer, således forandringen sker vellykket.

Skab en forandringsvision

Udvikl en overbevisende vision for fremtidens tilstand af CRM inden for din organisation. Beskriv tydeligt, hvordan det nye CRM-system vil håndtere de nuværende udfordringer og forbedre kunderelationer, medarbejderproduktivitet og indtjening. Udarbejd konkrete initiativer og milepæle, der vil hjælpe med at realisere denne vision, og fremhæv de konkrete fordele, hver initiativ vil medføre.

Kommunikér visionen

Anvend effektive kommunikationsstrategier for at sikre, at visionen for CRM-systemændringen er forstået og omfavnet af alle medarbejdere. Fokusér på den posi-

ve indvirkning, ændringen vil have på medarbejdernes daglige arbejde, såvel som organisationens samlede succes. Brug flere kanaler som møder, præsentationer og skriftligt materiale til at forstærke budskabet.

Styrk indsatsen

Opfordr medarbejderne til at tage ejerskab af CRM-systemændringen ved at inddrage dem i planlægnings- og beslutningsprocessen. Fremme en kultur af samarbejde og innovation, hvor enkeltpersoner føler sig bemyndiget til at bidrage med deres ideer og feedback. Fremhæv succeshistorier fra tidlige adoptanter inden for organisationen for at inspirere andre.

Forbered dig med ZRM

ZRM hjælper aktivt virksomheder med at blive klar til at implementere et nyt system. Tag fat i os for at høre, hvordan vi kan hjælpe din virksomhed med at klargøre sig til en større digital forandring.



13. Forandringsledelse.



8 trin til forandring John Kotter

Et system der ikke anvendes er lige så værdiskabende som et system der ikke var udviklet. Begrebet change management har derfor også vundet stort indpas verden over, især efter, John Kotter i 1990'erne introducerede sin otte trins forandringsmodel.

Hvis man følger Kotters model, så vil de første 4 trin være gjort på indledende vis i projektet og hans femte trin

“Styrk indsatsen” er beslutningen om at f.eks. at bygge et nyt system. Det efterlader ZRM med trin seks, syv og otte.

Skab hurtige succeser

Dette trin fokuserer på at opretholde de opnåede resultater og forvandle dem til stabile praksisser. Det handler om at fejre succeser, anerkende medarbejdernes indsats og fastholde de ændringer, der er blevet implementerede. Samtidigt begy-

nder man at se på, hvordan man kan fortsætte med at forny organisationen.

Byg ovenpå gode eksempler

I dette trin er målet at undgå, at organisationen glider tilbage til gamle vaner. Det indebærer at indlejre de nye metoder og processer i virksomhedens kultur og rutiner. Ledelsen skal fortsat kommunikere og engagere medarbejderne for at sikre, at forandringen forbliver en integreret del af organisationens DNA.

Forankring af forandringen

Det sidste trin handler om at sikre, at de ændringer, der er blevet foretaget, er blevet en naturlig del af virksomhedens kultur. Det in-

debærer bl.a. at integrere de nye værdier og praksisser i alle aspekter af organisationen, så de forbliver bæredygtige på lang sigt.

Sammenfattende fokuserer trin seks på at opretholde og bygge videre på succesen, trin syv drejer sig om at forhindre tilbagefald, og trin otte handler om at sikre, at forandringerne er blevet en permanent del af virksomhedens kultur. Disse trin er afgørende for en vellykket forandringsproces ifølge Kotters model.

I 2021 interviewede Frederik Linderberg, partner i ZRM, John Kotter om forandringsledelse i en masterclass for et af Europas største ledelsesnetværk.

Se Frederiks interview med John Kotter om forandringsledelse her.

THERE'S A BETTER WAY TO *change*

CHANGE
HOW ORGANIZATIONS ACHIEVE WHAT THEY IMAGINE RESULTS IN UNCERTAIN AND VOLATILE TIMES
JOHN P. KOTTER
VANESSA ANTAR
GAURAV GUPTA

Available wherever books are sold

Kotter



14. ZRM's team



Frederik Samberg
Solution Architect

Ansvarlig for udvikling.

Kontaktoplysninger
fs@zrm.dk
(+45) 3273 0002



Anton G. Herborg
Partner

Ansvarlig for kundetilfreds-
hed og support.

Kontaktoplysninger
ah@zrm.dk
(+45) 3273 0004



Frederik Linderberg
Partner

Ansvarlig for kundetilfreds-
hed og support.

Kontaktoplysninger
fl@zrm.dk
(+45) 3273 0003

ZRM i tal

**+50**

Kunder

**0%**

Churn

**97%**

Anbefaler os

**WWW.**Opererer i
Nordeuropa

ZRM er stiftet med formålet om at skabe bedre og mere simple software løsning - i ét samlet system.

Dette tager udgangspunkt i vores egen erfaring med at bygge og skalere virksomheder i ind- og udland.

ZRM arbejder dagligt med forskellige agile processer, der sikrer kvalitet, fleksibilitet, transparens og et stærkt samarbejde på tværs af afdelinger. Processerne sikres gennem forskellige fokuspunkter, hvor hver delleverance sammenholdes op med den aftalte kravspecifikation - både i forhold til indhold og aftalte tidsforbrug.

Eksempler på systemer

- » CRM
- » Markedsføring
- » Business Intelligence
- » Trackingsystemer
- » Økonomi & ERP
- » Kundeservice
- » HR-management
- » Kommunikation

Afsluttende ord

Tak for at tage dig tiden til at læse vores whitepaper om „Hvordan man vælger et CRM-system“. Vores mål hos ZRM er altid at hjælpe virksomheder med at træffe de bedste beslutninger, når det kommer til at optimere deres forretningsprocesser.

Derfor ved vi også at vælge det rigtige CRM er afgørende for at forbedre kundeoplevelsen, øge effektiviteten og styrke din konkurrenceevne. Så hvis du har yderligere spørgsmål eller har brug for rådgivning omkring CRM-implemtering og optimering, er du velkommen til at kontakte os.

Tak igen for din interesse i vores whitepaper og hvis vi kan hjælpe fremadrettet om end det har med CRM-system, digital rådgivning, hjemmeside eller noget andet - så tøv endelig ikke med at skrive til os.

Kærlig hilsen
Team ZRM



Hvordan man vælger et CRM-system.

2024



ZRM ApS

Pilestræde 28
1112 København K
Denmark

(+45) 3273 0000
info@zrm.dk