



CRM processen checklist

Een checklist om het makkelijk te houden.

CRM-processen in kaart brengen

Een goed ingericht CRM-systeem begint met inzicht in je eigen processen. Met deze checklist breng je gestructureerd alle relevante CRM-processen in kaart: van klantreis en leadmanagement tot dataveiligheid en optimalisatie. De checklist helpt je stap voor stap om klantgerichte processen, data, interne samenwerking en automatisering te analyseren en te verbeteren.

Zo leg je een solide basis voor een efficiënter CRM, betere klantinzichten en optimale samenwerking binnen je organisatie. Gebruik deze checklist als praktisch hulpmiddel om je huidige situatie te beoordelen, knelpunten te signaleren en gericht te werken aan continue verbetering van je CRM-processen

Met deze checklist krijg je:

- Een compleet overzicht van alle klantgerichte processen, van lead tot aftersales
- Inzicht in je belangrijkste klantreizen en contactmomenten
- Duidelijke structuur voor leadmanagement en opvolging
- Richtlijnen voor het verzamelen, beheren en opschonen van klantdata
- Hulp bij het inrichten van klantsegmentatie en het voldoen aan privacywetgeving
- Overzicht van belangrijke klantmomenten en het verzamelen van feedback
- Tips voor betere samenwerking tussen afdelingen en het aanpakken van knelpunten
- Handvatten voor automatisering, workflows en terugkerende taken
- Inzicht in rapportages, dashboards en gewenste managementinformatie
- Checklist voor integratie met andere systemen en het waarborgen van dataveiligheid
- Een plan voor periodieke evaluatie en continue verbetering van je CRM-processen

1. Klantprocessen en klantreis

- Alle klantgerichte processen (van lead tot aftersales) zijn in kaart gebracht.
- De belangrijkste klantreizen (customer journeys) zijn visueel uitgewerkt.
- Interne en externe klantcontactmomenten zijn benoemd.

2. Leadmanagement

- Alle manieren waarop leads binnenkomen zijn vastgelegd.
- Leads worden direct geregistreerd in het CRM-systeem.
- Het overdrachtsmoment van marketing naar sales is duidelijk vastgelegd.
- Er is een standaardproces voor leadkwalificatie en opvolging.

3. Klantdata en segmentatie

- Essentiële klantdata en benodigde informatievelden zijn bepaald.
- Segmentaties (zoals prospects, klanten, partners) zijn ingericht.
- Er is beleid voor het opschonen, actualiseren en beheren van klantdata.
- Er wordt voldaan aan privacywetgeving (AVG/GDPR).

4. Belangrijke klantmomenten en feedback

- De belangrijkste touchpoints in de klantreis zijn benoemd.
- Verantwoordelijkheden voor opvolging zijn vastgelegd.
- Klantfeedback wordt structureel verzameld en gedeeld.

5. Interne samenwerking

- Informatie wordt effectief gedeeld tussen sales, marketing, service en andere afdelingen.
- Knelpunten of dubbel werk in het proces zijn geïdentificeerd en aangepakt.
- Er is een vast aanspreekpunt voor procesverbeteringen.

6. Automatisering en workflows

- Te automatiseren stappen en gewenste workflows zijn vastgesteld.
- Triggers, notificaties en terugkerende taken zijn ingericht.

7. Rapportage en inzicht

- Beschikbare rapportages en gewenste dashboards zijn bepaald.



8. Integratie en dataveiligheid

- Integraties met andere systemen (zoals ERP of marketing automation) zijn gerealiseerd.
- Rollen en autorisaties zijn goed ingericht.
- Toegang tot data is geregeld en beveiligd.
- Regelmatige back-ups en beveiligingsmaatregelen zijn geborgd.

9. Evaluatie en optimalisatie

- Verbeterpunten en wensen voor de toekomst zijn geïnventariseerd.
- Er is een plan voor periodieke evaluatie en bijsturing van processen.



Checklist ingevuld? Bespreek next steps.

Misschien roept de checklist nog vragen op, of wil je gewoon even verder praten. Plan een meeting in met Patrick om te kijken of we je verder kunnen helpen.

Patrick Tarek

Business Development Manager

[Plan meeting met Patrick](#)



Maanlander 39 ■ 3824 MN Amersfoort ■ +31(0)337370250
info@marketingguys.nl ■ www.marketingguys.nl