

# SugarCRM geeft bruikbare Hint

## Hint: enorme tijds winst in voorbereiding

Bij het voorbereiden van (verkoop)gesprekken zoeken medewerkers vaak uitgebreid op het internet naar informatie die een beter beeld geven van de persoon en het bedrijf waar ze mee te maken krijgen. Nucleus Research berekende dat dit gemiddeld al snel 17 minuten kost.

Hint maakt dat veel gemakkelijker: op basis van een naam, emailadres haalt Hint direct relevante informatie op uit allerlei openbare bronnen, zonder tussenkomst van gebruikers maar wel opgeschoond en ontdebeld. De medewerker besluit zelf welke informatie relevant en interes-

### Over SugarCRM

SugarCRM heeft de meest functionele, flexibele en betaalbare oplossing voor customer relationship management (CRM). Het Amerikaanse bedrijf uit Silicon Valley richt zich ook sterk op Europa met een hoofdkantoor in München. Belangrijke partners in Nederland zijn BrixCRM en Acuity crm. In Nederland werken meer dan 100 organisaties met Sugar.

**CRM-leverancier SugarCRM is gestart met Relationship Intelligence Service en Hint is daarvan het eerste product dat ook beschikbaar is voor Nederland. Met Hint wordt de voorbereiding van gesprekken met leads, prospects en klanten makkelijker en veel minder arbeidsintensief.**

sant is en voegt die met één klik toe aan het dossier.

Dit scheelt al snel 10-15 minuten per gesprek. Het onderzoek van Nucleus research stelt dan ook dat Hint zichzelf al vaak terugbetaalt binnen twee voorbereide gesprekken per maand.

### 'Wisdom of the crowd'

Guido de Vries licht toe: "Veel of zelfs de meeste bedrijven werken in feite alleen met hun eigen informatie: het klantendossier dat door de eigen medewerkers wordt bijgehouden en bijgewerkt. Met Hint kan dat dossier in één keer verrijkt worden met actuele informatie vanuit allerlei bronnen op het internet. Op die manier maak je fantastisch gebruik van de kennis en informatie

van de buitenwereld. En kennis is macht. En verkoop en service."

## CRM moet een plezier zijn om mee te werken

"Wij zijn een echte CRM-specialist," vertelt De Vries. "Onze concurrenten lijken zich vooral te richten op management en rapportages. Ons doel is dat voor medewerkers het werken met CRM een plezier moet zijn en dat kunnen onze klanten van groot tot klein beamen. Essentieel daarbij zijn onze lokale partners: zij zorgen dat onze technologie precies past bij de klant."

Dat is Edwin Siebum van BrixCRM vanzelfsprekend met hem eens. "Als Elite partner van SugarCRM zetten wij de mensen en processen van de klant centraal. Met de flexibiliteit en aanpasbaarheid van Sugar zorgen we dat ze precies krijgen wat ze nodig hebben, zonder overdaad of juist gemis aan functionaliteit. En altijd staan de medewerkers met klantcontact centraal: als zij er goed mee kunnen werken dan profiteert de klantrelatie daar direct van."

### De gesprekspartners

Guido de Vries, Regional VP Sales  
Central EMEA, SugarCRM  
Edwin Siebum, Directeur, BrixCRM



Edwin Siebum, BrixCRM

Guido de Vries, SugarCRM

Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met SugarCRM