



# NSB

Hvordan NSB bruker og ønsker å bruke Dynamics CRM



1. Historikk rundt CRM
- ~~2. Bedriftskunder (konsept avsluttet)~~
3. Kundedata i NSB
4. utfordringer
5. Erfaringer
6. Ønsket fremtid

# NSB CRM systemhistorikk



1994 – 2004

Paintbox – talk2me

Eget system

2007-2012

Ergo Group – EDB Ergogroup -EVERY

Microsoft Dynamics CRM

2004 -2007

DM Huset - DirectMedia

Eget system

Frem til 2009: Vega

Fra 2009 til 2012 CRM

Privat

Bedrift



# Dynamics CRM



## Hvorfor falt valget på Dynamics CRM ?

1. Ønske om et mer utbredt system/mer hyllevare
  - Tidlig veldig bundet av systemer som hver enkelt leverandør hadde utviklet, noe som resulterte i at vi i praksis startet på nytt hver gang vi byttet leverandør
2. Dynamics CRM representerte og representerer kontinuitet for NSB
3. Logisk og kjent oppsett, integrert mot Outlook = lavere brukerterskel
4. Ønske om å være mer selvhjulpne
5. Store integrasjonsmuligheter mot andre systemer
6. Muligheter for spesialtilpassinger
7. Primært behov er multikanal kundekommunikasjon med mulighet for automatisering av prosesser

# Implementering

Veldig kort periode



1. Meget tett og godt samarbeid mellom EVERY og NSB.
2. Laget mange "use case" slik at vi fortløpende kunne krysse ut og godkjenne funksjonalitet.
3. Startet i stor grad på nytt:
  - Redefinerte hva som skulle inn i CRM (kastet ut ubrukelige data)
4. Brukte egenkomponert løsning for utsendelser
5. I løpet av noen få uker hadde vi en versjon 1. klar

# Bedriftskonsept

## Innlegging av bedriftskunder og bruk



Bedriftskonseptet legges i disse dager ned.

CRM er master for bedriftskunde data, ca. 2000 kunder ligger i databasen

Arbeidsmetodikken mot dette kundesegmentet skiller seg fra privatkundene ved at det er mer tradisjonell salgsoppfølging av kundebehandlere.

Vi sender ut nyhetsbrev til denne gruppen direkte i CRM.

CRM får kun salgsinformasjon om kundene via vår salgsportal til bedriftsmarkedet

Alle eksisterende bedriftskunder blir konvertert hvis de ønsker.

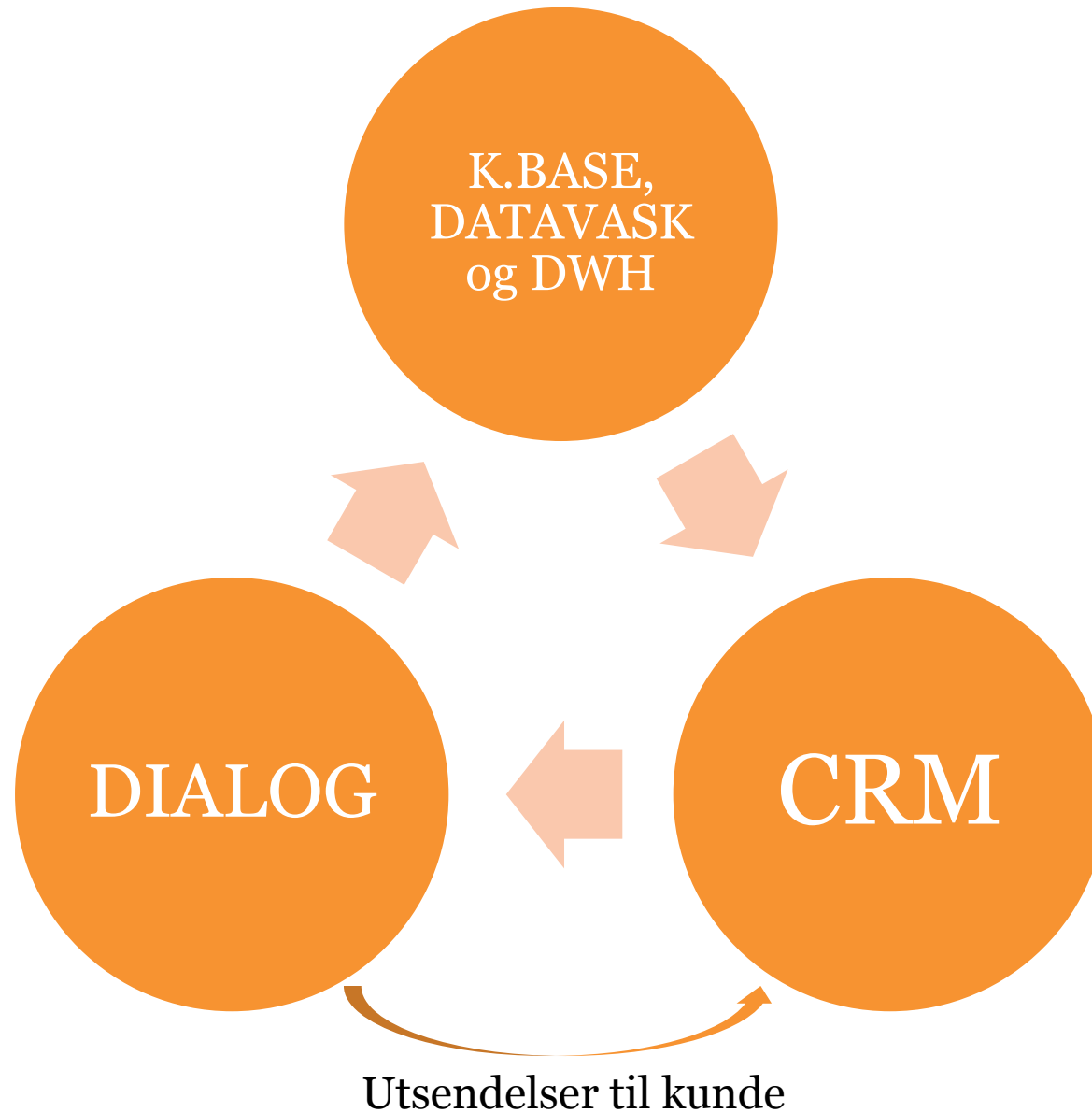
# CRM, utfordringer vi møtte i NSB

## Dialogmarkedsføring



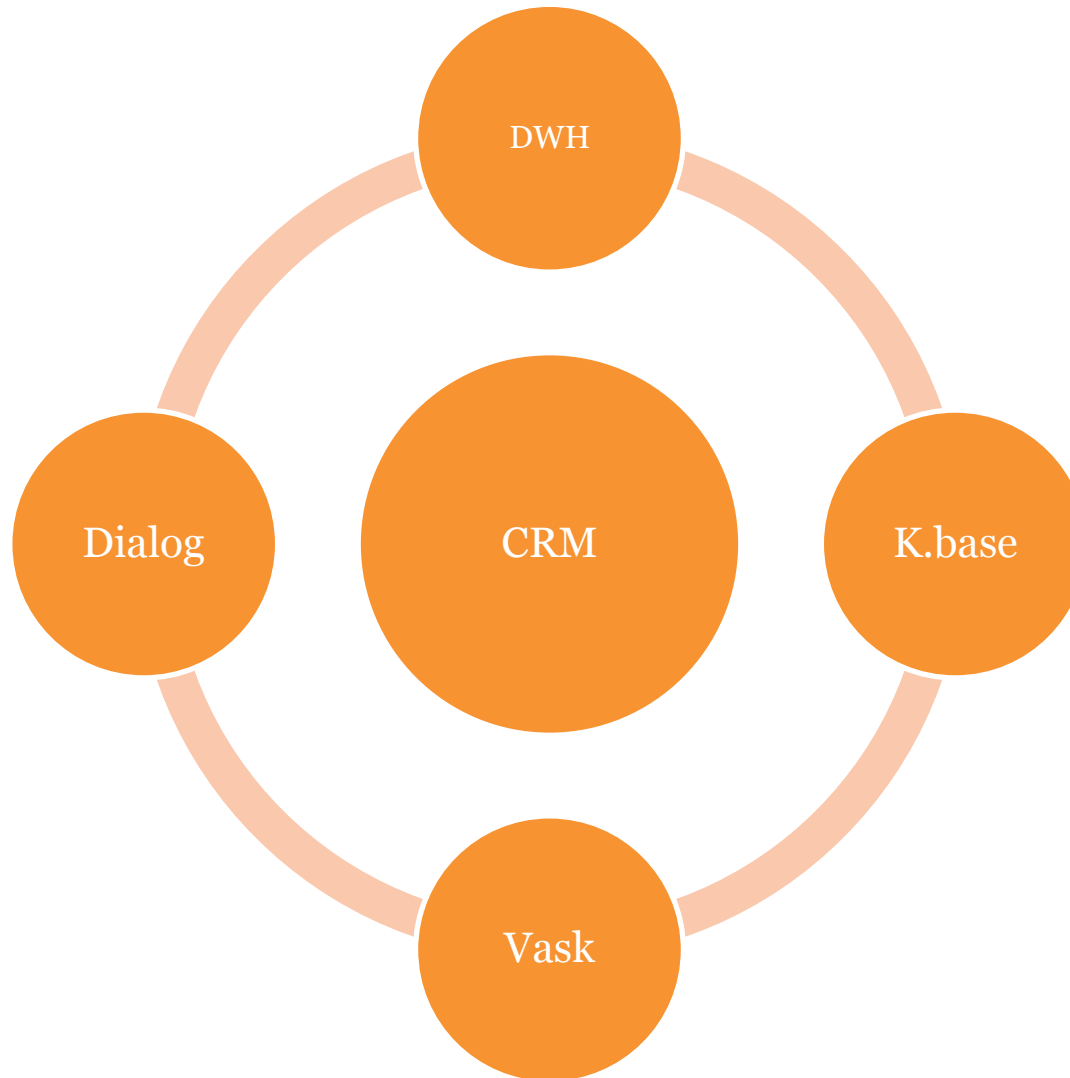
1. Høyt antall e-postutsendelser til kunde
2. Ønske om å sende store volumer raskt
3. Ønske om en god "malbasert" html editor med testmuligheter i forskjellige nettlesere
4. Dialogspesifikk rapportering
5. Kundearrangementer med påmeldinger

# Bilde over datafly i dagens løsning





# Kilder til kundedata i NSB i dag



# Hva skal vi bruke informasjonen til



## Faste program og utsendelser mot kunde:

### Eksempler på aktiviteter vi gjør:

- Oppfølging KK
  - Økt gjenkjøpsgrad
- Velkommen som kunde
  - Gi nye kunder en introduksjon av NSB
  - Øke kjennskap om selvbetjente kanaler
- Oppfølging PB
  - Økt gjenkjøp og i riktig kanal
- Generelle nyhetsbrev
- Kampanjer
- Informasjon om endringer

### Aktiviteter vi ønsker/vurderer å gjøre:

- App
  - Kommunisere i App
  - Følge opp brukere av App
- Kvittering og oppfølgingsløp
- Prospecting
- Følge opp elektroniske billetter som ikke benyttes
  - redusere snik

# Erfaringer med CRM så langt

## Dialogmarkedsføring

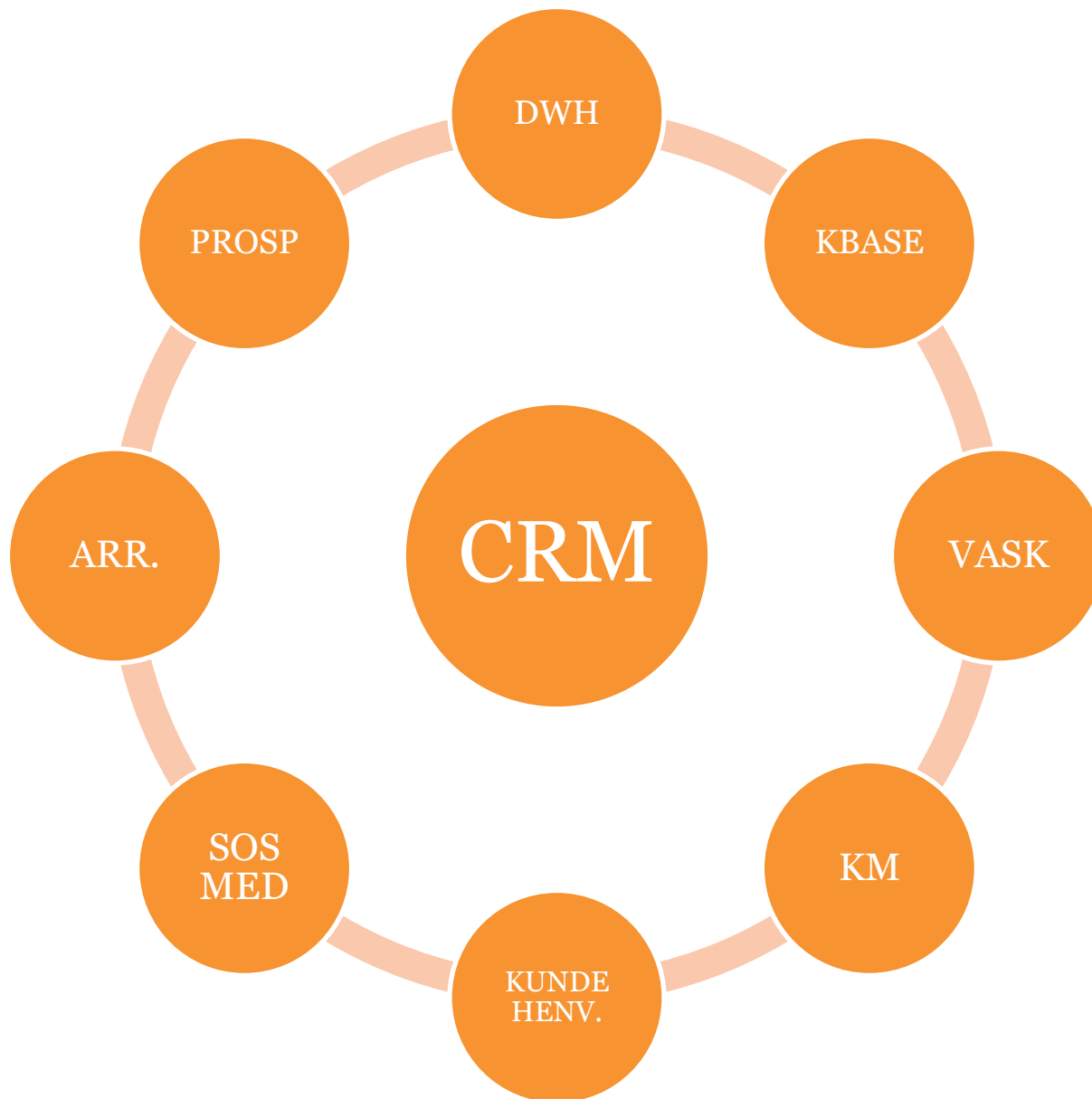


1. Selvhjulpne på uttrekk og utsendelser
2. Økt kompetanse internt
3. Har siden 2007 gått fra 60 000 kommuniserbare til over 200 000
4. E-postutsendelser fungerer:
  - Ved lansering av App doblet antallet besøkende seg på nsb.no pr. time. Bidro sterkt til nedlastinger. Over 200 000 har lastet ned Appen så langt.
5. Økt interesse for og forståelse for kommunikasjon med kunde internt.
6. Økt grad av (relevante) utsendelser gir resultater direkte
7. Mer strukturerte data enn i tidligere systemer, internt stoler vi på dataene vi har.
8. Vi har med målbare direkteinntekter fra e-postutsendelser ”gått i pluss”
  - Stort ubenyttet potensiale som kommer med mer tilgjengelige data.
9. Må omstrukturere datainnhold til ny mer kompleks kundesituasjon og nye datakilder

# Fremtidsbilde



# Kilder til kundedata i NSB i fremtiden



# Muligheter i CRM



1. CRM kan overta funksjonalitet fra andre systemer
2. Nye data inn i CRM er enkelt og raskt
3. CRM kan gis oss 360 graders bilde av kunden
  - Innheting av data fra en mengde flere kilder enn dag

Kan vi bytte ut 3.partsløsning for Dialogmarkedsføring og påmelding?

1. Deler av funksjonaliteten finnes i 2011
  - Men ikke alt
2. DIALOG kan erstattes med en integrert løsning (mange leverandører )
3. Intern utfordring er å sende ut mer enn 80k e-post i timen.
4. Forbedrede rapporteringsfunksjoner
5. Åpne opp brannmur, slik at kunder kan melde seg på arrangementer som vi skal gjennomføre

# Tanker rundt Dynamics CRM



1. "CRM er et tankesett og en arbeidsmetodikk, ikke et system". (fritt rapportert etter en kollega)
  - MEN uten de rette systemene i bakkant så vet du ikke av hva du driver med, du bruker potensielt (sannsynligvis) pengene feil.
2. Microsoft ser ut til å satse hardt innenfor bedriftssegmentet med sine Dynamics produkter. Mange leverandører av integrerbare produkter. Mulighetsbildet er enormt.
3. Dynamics CRM har også mengde brukere nasjonalt og internasjonalt og jeg er 100% sikker på at vi har gjort gode valg for fremtiden i NSB
  - Kan sjekke ut CRMUG.com stor brukergruppe for Nordamerika

Takk for meg!