



**Waar je aan moet denken
als je de behoeften van
gebruikers inventariseert
als je een nieuw CRM
kiest**

Een goede manier om de behoeften van gebruikers te inventariseren is door middel van een gestructureerd en systematisch proces, waarbij verschillende methoden en technieken worden toegepast. Hier zijn enkele stappen en suggesties om de behoeften van gebruikers in kaart te brengen:

1. Bepaal wie de eindgebruikers zijn en wie er invloed heeft op het project, zoals medewerkers, vrijwilligers, leidinggevenden en andere betrokkenen.
2. Maak een eerste inventarisatie van de behoeften. Dit kan je doen op volgende manieren:
 - a. Voer persoonlijke gesprekken en/of organiseer focusgroepen met de belangrijkste gebruikers om hun behoeften, wensen en verwachtingen te begrijpen.
 - b. Gebruik enquêtes om feedback te verzamelen van een grotere groep gebruikers. Stel gerichte vragen over hun ervaringen, behoeften en suggesties.
 - c. Bestudeer de huidige processen en systemen die in jouw organisatie worden gebruikt. Identificeer knelpunten, inefficiënties en mogelijkheden voor verbetering.
 - d. Observeer gebruikers tijdens hun dagelijkse werkzaamheden en neem notities over hun gedrag, interacties met systemen en mogelijke frustraties.
3. Rangschik de geïdentificeerde behoeften op basis van de MoSCoW-methode:
 - a. Maak een lijst van alle geïdentificeerde behoeften die zijn verzameld tijdens het inventariseren van gebruikersbehoeften.
 - b. Verdeel de behoeften in vier categorieën: Must have, Should have, Could have en Won't have. Werk nauw samen met belanghebbenden en eindgebruikers om te bepalen welke behoeften in welke categorie vallen.



M

MUST HAVE

Cruciale eisen voor het project en noodzakelijk in de uiteindelijke oplossing om als succesvol te worden beschouwd.



S

SHOULD HAVE

Belangrijke eisen maar niet essentieel. Hoewel ze zeer gewenst zijn, kan het project nog steeds succesvol zijn zonder deze eisen.



C

COULD HAVE

Wenselijke eisen, maar niet noodzakelijk. Ze kunnen worden opgenomen als er voldoende tijd en middelen zijn.



W

WON'T HAVE

De minst belangrijke eisen van allemaal en worden niet in de huidige projectfase opgenomen. Ze kunnen worden overwogen in de toekomst.

4. Verifieer en valideer: Ga terug naar de belangrijkste belanghebbenden met de samenvatting van de behoeften om te verifiëren of deze overeenkomen met hun verwachtingen en om eventuele aanvullende feedback te verzamelen.
5. Creëer een overzicht van de behoeften: Maak een duidelijk en beknopt document dat de geïdentificeerde behoeften en prioriteiten samenvat. Dit document dient als basis voor het ontwerpen van het nieuwe systeem en het opstellen van een requirements list.

Door deze stappen te volgen, inventariseer je de behoeften van gebruikers effectief en leg een solide basis voor het nieuwe CRM dat voldoet aan de eisen van jouw organisatie en haar gebruikers.



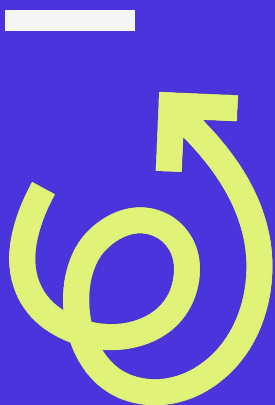
Tips bij inventarisatie

Als je aan de slag gaat met de inventarisatie, houd dan minimaal de volgende domeinen in je achterhoofd om er voor te zorgen dat de behoeften uit elk domein aan bod zijn gekomen.

- Beheer van contacten / relaties / donateurs
- Beheer van partners & leveranciers
- Dashboards & Rapportage
- Documentbeheer
- Evenementenbeheer
- Engagement scoring (meten van betrokkenheid van je doelgroep)
- Fondsenwerving
- Financieel beheer
- Ledenbeheer
- Marketing, Communicatie & Website
- Sales / verkoop / producten (enkel van toepassing als je ook producten en/of diensten verkoopt)
- Workflows & procesautomatisering

Overloop de inventarisatie van de gebruikers die je hebt gemaakt en controleer of er van elk domein behoeften zijn genoteerd. Voor de domeinen waarvan je geen behoeften hebt gedetecteerd, ga je na of er effectief geen behoeften zijn (omdat het domein niet van toepassing is bijvoorbeeld) of omdat je het over het hoofd hebt gezien. Als dat laatste het geval is, dan heb je nog wat extra werk te doen.

Hou zeker ook rekening met mogelijke toekomstige behoeften van de organisatie en gebruikers, gebaseerd op mogelijke evoluties, groeiplannen of nieuwe strategieën die op de planning staan. Door die nu mee te nemen in het project, zorg je ervoor dat je nieuwe CRM systeem toekomstbestendig is.



enter digital

jouw partner in digitale transformatie voor non-profit.
Bezoek ons op enterdigital.coop

Vrijblijvende babbel? Met plezier.

Ik luister naar wat er speelt, deel graag tips en denk met jullie mee. Is er een match? Dan krijgen jullie een duidelijk plan van aanpak van mij.



Rutger Meekers
rutger@enterdigital.coop
+32 498 12 10 20