



## De Lijn biedt openbaar vervoer met meer service op maat dankzij Dynamics CRM.

De Lijn wilde meer klantgericht gaan werken en voerde daarom Microsoft Dynamics CRM in, geholpen door CRM-partner Realdolmen. Die integreerde de software ook met verschillende backendsystemen zodat de nieuwe tool echt als één werkomgeving ter beschikking is van de medewerkers van De Lijn.

Dynamics CRM dient allereerst voor het sneller, efficiënter en klantvriendelijker beantwoorden van klantenreacties. Ook de marketingcampagnes verlopen nu via Dynamics CRM, zodat de marketingdiensten van de verschillende provincies hun acties op elkaar kunnen afstemmen en hun kennis en ervaring delen.

Een derde projectfase is het beheer van de relaties met B2B-klanten. Door alle contacten en informatie in het nieuwe CRM-systeem bij te houden, zijn de collega's van De Lijn op de hoogte van de klantenhistoriek. Zo kunnen ze beter samenwerken, communiceren en verkopen.

In een laatste fase zullen ook de medewerkers die directe contacten hebben met de reizigers Dynamics CRM gebruiken. Zo zullen onder meer de mensen die werken in Lijnwinkels een compleet overzicht van de beschikbare klanteninformatie te zien krijgen. Op die manier krijgen de klanten een betere en meer persoonlijke service. In totaal gaan een 300-tal medewerkers de oplossing gebruiken voor de ondersteuning van de klantendienst, de communicatie, het onderhouden van B2Brelaties en de directe contacten - inclusief verkoop - met reizigers.

"In Microsoft Dynamics CRM kunnen we onze klanteninformatie bundelen zodat we een betere en meer individuele service kunnen geven," zegt Jo Bellekens, projectmanager CRM bij De Lijn.

"We zijn weliswaar een aanbieder van openbaar - dus geen individueel - vervoer, maar onze dienstverlening was vroeger te weinig gericht op het individu. Voortaan willen we meer klantgericht en individueel gaan werken, zeker wat communicatie, contacten en

verkoop betreft. Op die manier trachten we zo veel mogelijk mensen te overtuigen om het openbaar vervoer te gebruiken."

### INTEGRATIE VAN CRM MET OUTLOOK

De grootste gebruikersgroep van Dynamics CRM bij De Lijn zijn de 135 mensen van de klantendienst en het externe callcenter. Daarom gingen zij in de eerste fase van het project met het nieuwe systeem aan de slag. In het 'Klantenreactiesysteem' (KRS) registreren ze nu alle mogelijke interacties met de klanten. Dat kunnen klachten zijn maar ook positieve feedback, informatievragen of het melden van verloren voorwerpen. Een groot deel van de contacten met klanten verloopt via e-mail.

"Dankzij het gebruik van Outlook konden we Dynamics CRM perfect integreren met de e-mails," vertelt Realdolmen. "We zorgden ook voor de integratie met de website." Wanneer nu een vraag of een klacht binnenkomt, creëren de medewerkers van De Lijn een dossier in Dynamics CRM. Via e-mail kunnen ze meteen input vragen aan een collega. Ook de e-mail met het antwoord naar de klant komt automatisch bij het juiste dossier terecht. Als de vraag komt van een abonnee, dan vindt de medewerker van de klantendienst zijn historiek makkelijk terug dankzij de integratie met de klantendatabank. Zo kan De Lijn haar klanten een meer persoonlijke service geven.

Realdolmen stond ook in voor integratie met allerlei andere backendsystemen. Daardoor beschikken de CRM-gebruikers zelf over up-to-date informatie over de ritten, de buslijnen en de chauffeurs.



“In Microsoft Dynamics CRM kunnen we onze klanteninformatie bundelen zodat we een betere en meer individuele service kunnen geven.”  
**Jo Bellekens, Projectmanager CRM bij De Lijn**

## KLACHTEN SNELLER OPGELOST

Net die informatie hebben de medewerkers van de klantendienst vaak nodig voor het beantwoorden van vragen of het oplossen van klachten. “De klantendienst moet nu veel minder vaak gaan aankloppen bij collega’s om gegevens op te vragen,” verklaart Jo Bellekens. “Daardoor is de doorlooptijd van vragen en klachten ook een stuk korter, zodat we het stijgende aantal dossiers tijdig kunnen afsluiten. Belangrijk, want we zijn wettelijk verplicht om onze klanten altijd binnen de 45 uur te antwoorden.” De Lijn koos voor een samenwerking met Realdolmen op basis van een Europese openbare aanbesteding. Jo Bellekens: “Een lokale speler was toch een voordeel, alleen al vanwege de taal. De kostprijs was het belangrijkste criterium maar ook het gebruiksgemak en de moduleerbaarheid speelden mee in de selectie. Met Dynamics CRM vertrokken we van een goed werkend basispakket dat Realdolmen voor ons heeft aangepast.”

Realdolmen: “Het is een omvangrijk en complex project, onder meer omdat we telkens een consensus moesten zoeken over de werkwijze van de verschillende provincies.” Naast de integratie met Outlook is ook de rapportering een grote troef van het nieuwe systeem. “De gebruikers kunnen zelf dashboards en views creëren, bijvoorbeeld van het aantal klachten, de doorlooptijd en de dossiers die al lang openstaan,” legt Jo Bellekens uit. “Zo kunnen ze ook efficiënter prioriteit geven aan de langstlopende dossiers, terwijl ze daar vroeger zelf tabellen voor moesten bijhouden. Ook de rapportering naar de directie gaat nu veel efficiënter.”

## MARKETINGCAMPAGNES BETER COÖRDINEREN

In de tweede fase van het project gingen ook 30 medewerkers van de communicatieafdeling werken met Dynamics CRM voor het beheer van marketingcampagnes. Daar had De Lijn vroeger geen centrale software voor, zodat er te weinig coördinatie was van de campagnes in de verschillende regio’s. “We maakten geen afspraken over welke regio iets zou doen op welk moment,” aldus Jo Bellekens.

“Kennissen werd ook niet hergebruikt of gedeeld door de entiteiten. Nu we alle campagnes centraal via CRM beheren, kan dat wel. Bovendien zullen we in de toekomst meer campagnes via e-mail

doen. Via de MOBIB-chipkaarten, die binnenkort de magnetische kaarten en papieren abonnementen vervangen, zullen we namelijk zo veel mogelijk e-mailadressen verzamelen. Aangezien e-mail een goedkoop en efficiënt communicatiekanaal is, willen we dat meer benutten.”

## INTERACTIE MET OVERHEID EN BEDRIJVEN

Een derde fase in het CRM-project is het beheer van B2B-relaties. Die fase moet eind 2013 rond zijn. “We gaan in dat verband Dynamics CRM gebruiken om alle interacties met overheden, bedrijven en andere businessklanten in kaart te brengen,” zegt Jo Bellekens. “Aan bedrijven verkopen we ‘derdebetalersystemen’. De werkgever komt daarbij bijvoorbeeld tussen in de kostprijs van het abonnement van zijn medewerkers.”

Ook een gemeente kan betalen voor het openbaar vervoer van haar werknemers of inwoners. Niet alleen daarover heeft De Lijn contact met gemeenten. Ook onze doorstromingscoördinatoren, haltebeheerders en controleurs gaan regelmatig spreken met de gemeentediensten. Zij hebben vaak slechts één contactpersoon terwijl wij telkens iemand anders sturen om te overleggen over verschillende onderwerpen. In CRM zullen onze medewerkers kunnen bijhouden wat er voor een klant al gebeurd is. Op die manier komen we tot een betere samenwerking en communicatie, en ten slotte ook tot een betere verkoop.”

## BETER EN MEER PERSOONLIJK ADVIES

De laatste projectfase is meer gericht op de gewone reizigers. Alle informatie die in de backend over de klanten wordt samengebracht, zal dan in de frontend beschikbaar zijn voor de medewerkers die rechtstreekse contacten hebben met de klanten. Dat zijn onder meer de mensen die werken in de Lijnwinkels. “Ze zullen op hun pc-scherm alle informatie kunnen zien over de klant, zoals hoeveel en welke abonnementen er in het gezin zijn, de klachtenhistoriek en de reservaties van de belbus,” zegt Jo Bellekens. “Daardoor zullen die medewerkers de klanten beter kunnen adviseren, bijvoorbeeld over vervoerbewijzen en reiswegen.”

## MEER WETEN?

[info@realdolmen.com](mailto:info@realdolmen.com) - [www.realdolmen.com](http://www.realdolmen.com) - +32 2 801 55 55