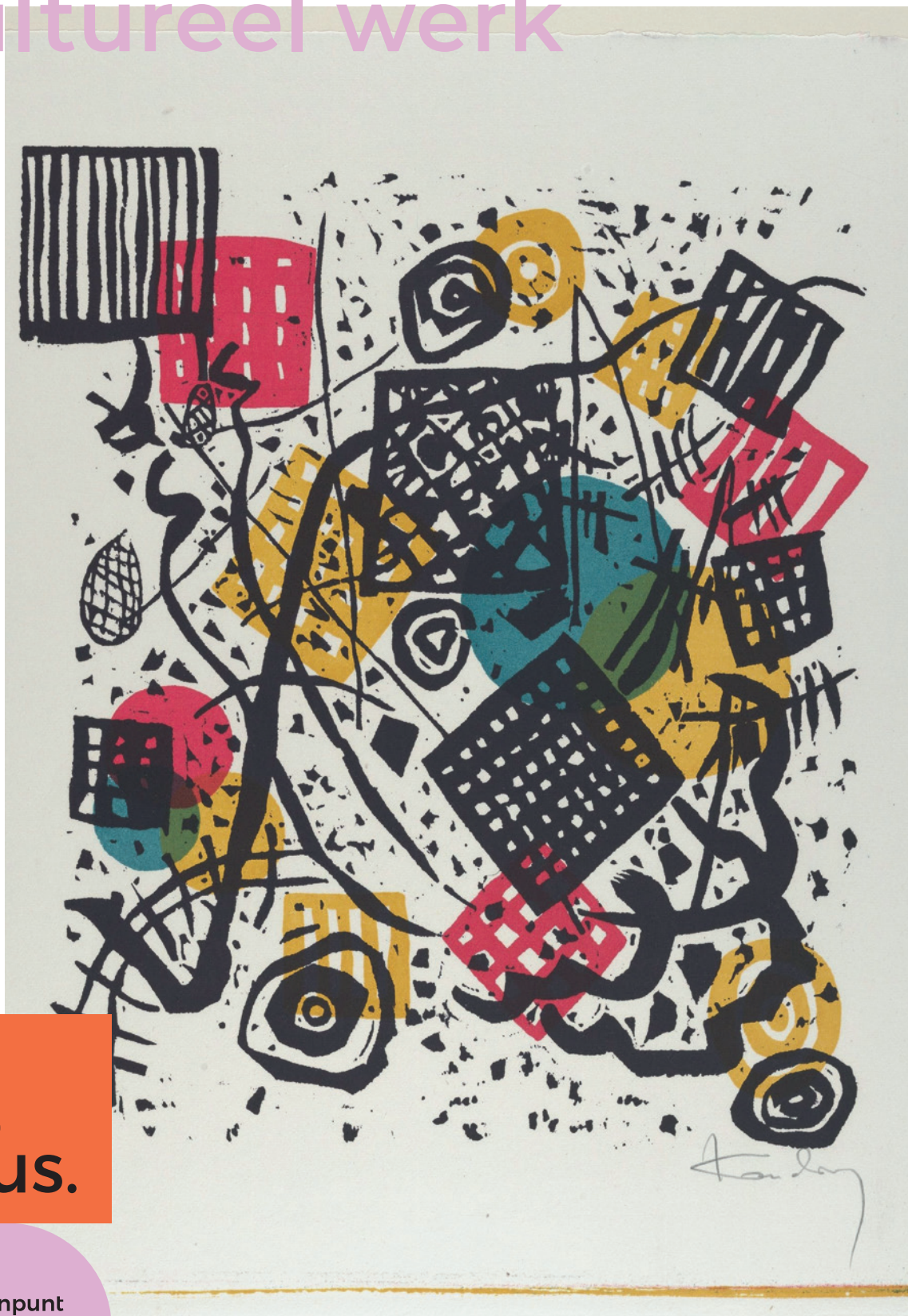


Datagedreven werken en CRM in sociaal- cultureel werk

enter
digital

so
cius.

steunpunt
sociaal-cultureel
werk



socius.be

Ines Vanlangendonck en Rutger Meekers

eindrapport

Datagedreven werken en CRM in sociaal- cultureel werk

eindrapport

Ines Vanlangendonck
en Rutger Meekers
(Enter Digital)

Datagedreven werken en CRM in sociaal-cultureel werk

**Eindrapport van een onderzoek uitgevoerd door Enter
Digital in opdracht van Socius, Steunpunt voor sociaal-
cultureel werk vzw en het Departement Cultuur, Jeugd en
Media van de Vlaamse Gemeenschap**

Dit rapport is een uitgave van:
Socius, Steunpunt voor sociaal-cultureel werk vzw
Saintelettesquare 19 – 1000 Brussel

BE 0430 838 564
RPR Brussel

T 02 215 27 08
E welkom@socius.be
W www.socius.be



Auteurs: Ines Vanlangendonck en Rutger Meekers – Enter Digital
(www.enterdigital.coop)

Vormgeving: BartVliegen.com

Voorpagina: *Kleine Werlten V*, Wassily Kandinsky (publiek domein)

Brussel, januari 2026
D/2026/4393/5

inhoud

1. Inleiding	5
2. Aanpak van het onderzoek	6
2.1. Deel 1: Behoeftanalyse	7
2.2. Deel 2: Haalbaarheidsonderzoek en Strategievorming	9
3. Analyse van de CRM-behoeften	10
3.1. Contact- & relatiebeheer	11
3.2. Aanmaken en beheren van activiteiten	11
3.3. Communicatie & marketing automation	12
3.4. Fondsenwerving	12
3.5. Ledenbeheer	13
3.6. Rapportage & data-analyse	13
3.7. Project- & subsidiebeheer	14
3.8. Financieel beheer	14
3.9. Website & portalen	15
4. Meest waardevolle scenario's	16
4.1. Model 3: Groepsaankoop met starter pack	18
4.2. Model 8: Diensten en platform uitbesteden	23
5. Inspirerende voorbeelden	30
5.1. Librel: Digitaal Platform onafhankelijke boekhandels (FR)	31
5.2. CultuurConnect	31
5.3. Meemoo	31
5.4. Brupeo	32
5.5. Cegeka project voor Sociale fondsen	32
5.6. Ledenbeheer.be	32
5.7. Prisme	33
5.8. Publiq	33
5.9. DEN Kennisinstituut	33
5.10. Kultur B Digital	34
5.11. Socialware - Techsoup	34
5.12. Mobility Factory	34
6. Conclusie	36

Datagedreven werken en CRM in sociaal-cultureel werk

inhoud

BIJLAGEN

7. Bijlage 1: Gedeelde functionele vereisten	38
7.1. Contact- & relatiebeheer	46
7.2. Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	47
7.3. Communicatie & marketing automation	49
7.4. Fondsenwerving	50
7.5. Ledenbeheer	51
7.6. Rapportage & data-analyse	52
7.7. Project- & subsidiebeheer	53
7.8. Financieel beheer	54
7.9. Website & portalen	55
7.10. Workflows & automatisering	56
7.11. Overige	57
8. Bijlage 2: Overzicht CRM systemen	58
9. Bijlage 3: CRM samenwerkingsmodellen	60
9.1. Model 1: Kennisdeling via kennisinstituut	61
9.2. Model 2: Groepsaankoop commercieel of open source CRM	63
9.3. Model 3: Groepsaankoop met starter pack	65
9.4. Model 4: Platform delen SaaS CRM	68
9.5. Model 5: Platform delen open source self-hosted CRM	71
9.6. Model 6: Platform delen custom Low-code	73
9.7. Model 7: Platform delen custom development	76
9.8. Model 8: Diensten en platform uitbesteden	79
10. Bijlage 4: Verslag Socius CRM en datagedreven werking - deel 1	82
1 Samenvatting	83
2 Inleiding	84
3 Workshop instrumenten	85
4 Situatie en gedeelde uitdagingen	90
5 Verschillen tussen organisaties	93
6 Behoeften en gewenste oplossingen	95
7 Toekomstvisie vanuit de sector	100

Datagedreven werken en CRM in sociaal-cultureel werk

Socius is het steunpunt voor sociaal-cultureel werk. Het sociaal-cultureel volwassenwerk vormt een specifieke deelsector binnen het cultuurbeleidsdomein. Het gaat om door de Vlaamse overheid gesubsidieerde civiele organisaties die een verbindende, kritische en laboratoriumrol opnemen in de samenleving en hiervoor sociaal-culturele praktijken ontwikkelen en sociaal-culturele participatie van burgers stimuleren. Deze organisaties zijn heel divers naar grootte.

Dit project draagt bij tot de realisatie van het programma Digitale Transformatie van de cultuursector van de Vlaamse Gemeenschap, en specifiek aan de doelstelling 'ontzorgen van culturele organisaties op het vlak van ondersteunende processen'.

In de nasleep van de coronacrisis werd door Socius op vraag van minister Jambon en de Taskforce Cultuur een rapport 'Sociaal-cultureel volwassenenwerk na Corona' opgesteld, waarin vier agenda's worden geformuleerd voor de post-coronaperiode: een maatschappelijke agenda, een sectoragenda, een cultuurbeleidsagenda en een organisatieagenda. In deze agenda's is digitalisering manifest aanwezig.

In het voorjaar van 2023 voerden Socius en De Federatie, belangenbehartiger voor het sociaal-cultureel werk en de amateurkunsten, een gezamenlijke bevraging naar de noden op het gebied van digitalisering van de sociaal-culturele en amateurkunstensector, om aansluiting te vinden bij het bovengenoemde programma Digitale Transformatie. Het rapport hiervan werd niet gepubliceerd maar kan opgevraagd worden bij Socius.

Zowel uit het programma Digitale Transformatie als uit de rapporten van Socius en De Federatie blijkt een grote nood aan digitalisering van organisatieprocessen, de ontwikkeling van een CRM-systeem en ondersteunende digitale processen, alsook het verkennen van de mogelijkheid tot de ontwikkeling en onderhoud van shared services.

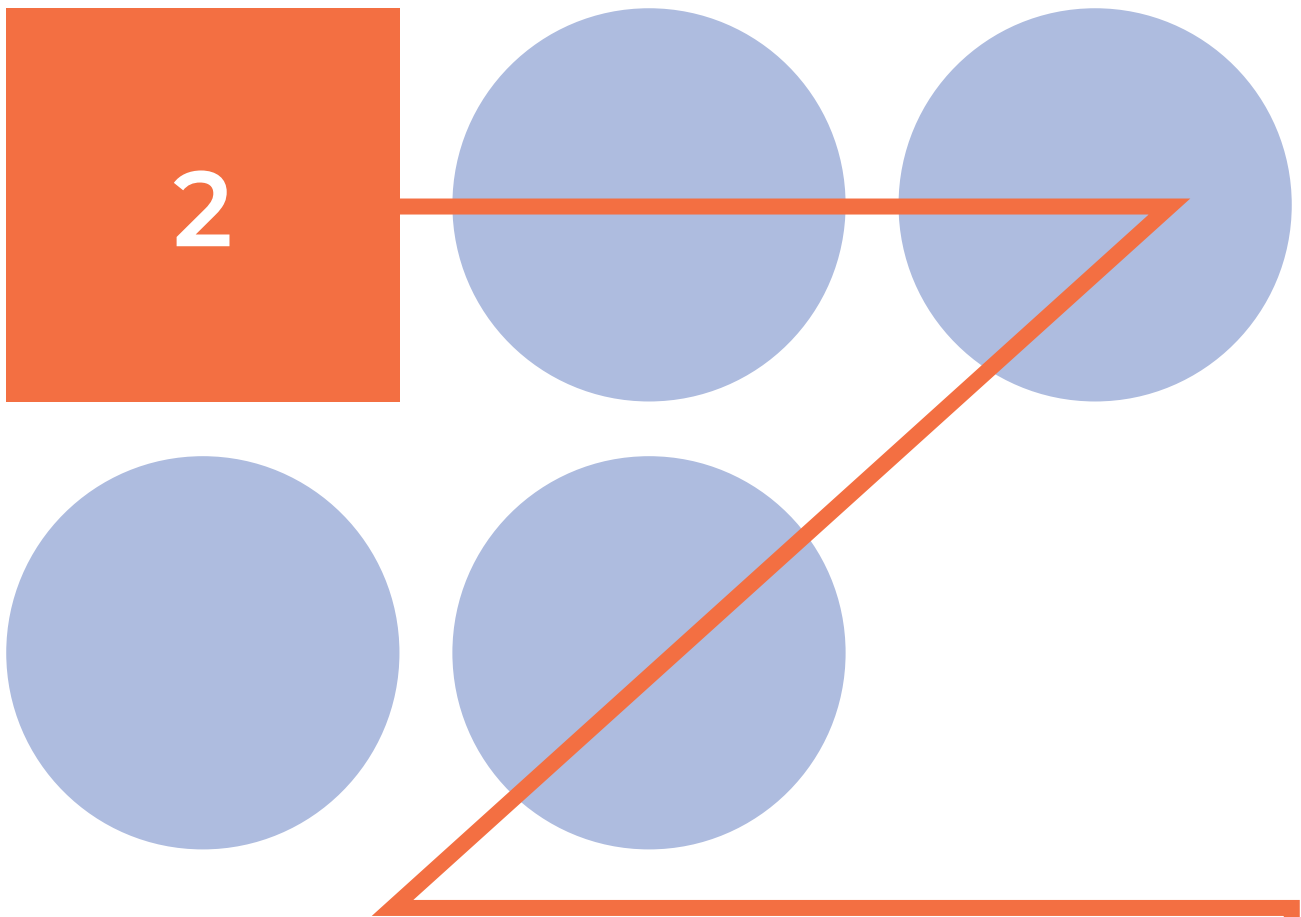
Socius en het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse Gemeenschap sloten eind 2024 een overeenkomst, om dit pad concreet te verkennen middels een begeleidingstraject en haalbaarheidsonderzoek.

Het project *"Begeleidingstraject voor het bepalen van specifieke noden en behoeften op het vlak van datagedreven werken en CRM voor organisaties uit het civiel sociaal-cultureel werk en haalbaarheidsonderzoek voor de ontwikkeling van een gedeeld CRM-systeem"* wil kleine en middelgrote sociaal-culturele organisaties ondersteunen bij het definiëren van hun CRM-behoeften en onderzoekt de mogelijkheden voor een gedeeld CRM-systeem als dienst. De resultaten geven aan op welke manieren er initiatieven ontwikkeld kunnen worden die de CRM problematiek binnen de sector van het sociaal-cultureel werk op een duurzame manier kunnen vormgeven.

Het project bestaat uit 2 delen:

- **Deel 1: Een begeleidingstraject** van een 20-tal organisaties om hun specifieke noden en behoeften op het gebied van CRM en inzake datagedreven werken concreet in kaart te brengen. (verslag in bijlage achteraan dit document)
- **Deel 2: Haalbaarheidsonderzoek en strategievorming.** Het uitwerken van scenario's en bijbehorende strategieën voor de ontwikkeling en opvolging van shared services op het gebied van CRM om het werkveld te ontzorgen, de mogelijkheden tot financiering ervan en het formuleren van pistes voor operationalisering.

Dit project werd uitgevoerd door Enter Digital in opdracht van Socius, steunpunt voor sociaal-cultureel werk en het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse Gemeenschap.



Aanpak van het onderzoek

Dit project is gestructureerd in twee fasen om de behoeften van de sector in kaart te brengen en een haalbare strategie voor een gedeeld CRM-systeem of een andere vorm van samenwerking rond het CRM systeem te ontwikkelen.

2.1 Deel 1: Behoeftanalyse

Het doel van deze fase was om de uiteenlopende CRM-behoeften en uitdagingen rondom datagedreven werken binnen de deelnemende sociaal-culturele organisaties te inventariseren. Dat gebeurde in verschillende stappen die hier kort beschreven worden. Voor een uitgebreide beschrijving over deel 1 van het project verwijzen we naar het Verslag fase 1 Socius CRM, onderaan dit document in bijlage 4.

2.1.1 Opstart van het project

Na de kickoff vergadering werden 2 workshops voorbereid en het nodige materiaal ontwikkeld, dat bestond uit een draaiboek, templates voor oefeningen en huiswerk. Er werden criteria opgesteld om tot een diverse groep deelnemers te komen voor de workshops. We ontwikkelden een AI-driven survey om de high-level behoeften rond CRM van de groep in kaart te brengen en deze werd gepubliceerd om de resultaten reeds te kunnen gebruiken in de workshops.

2.1.2 Deelnemende organisaties

Er waren in totaal 88 organisaties die hebben gereageerd op de online enquête waarvan 48 de vragenlijst volledig hebben beantwoord.

Onderstaande 24 organisaties namen vervolgens deel aan de 2 workshops van dit project.

- Actieve Interculturele Federatie (AIF+)
- Avansa Citizenne
- Avansa Kempen
- Avansa regio Mechelen
- Christelijke Cultuur Vandaag (CCV)
- Community Land Trust Gent
- Federatie van Mondiale Democratische Organisaties
- Hart boven Hard
- InclusieAmbassade
- Konekt
- LINC
- Motief
- Ouders van Verongelukte Kinderen
- Pasform
- Sankaa
- Similes
- Symfoon (Vlaams blinden- en slechtziendenplatform)
- Uilenspel
- Vermeylenfonds
- Vlaamse actieve senioren
- Voem
- Vrede
- Vredesactie
- Way To Go

2.1.3 Workshop 1

De eerste workshop ging tweemaal door met in totaal 24 deelnemende organisaties. In deze workshop kwamen verschillende methodieken aan bod zoals de CRM maturity scan, de Nexus map. De focus van de workshop lag op het mappen van de huidige CRM-situatie en het definiëren van noden en verwachtingen. Op basis van dat materiaal gingen we op zoek naar gedeelde noden.

2.1.4 Workshop 2

Er werd een tweede workshop gehouden in twee sessies met elk 11 organisaties. Tijdens deze workshop werden de noden vertaald naar concrete veranderingsrichtingen. Er werden verschillende soorten van denkoefeningen gedaan en er waren oefening om kennisuitwisseling te faciliteren. We reikten tools aan om organisaties te helpen bij het in kaart brengen van hun eigen noden.

2.1.5 Tussentijds rapport Deel 1

De informatie die werd gehaald uit de online survey en de verschillende workshops werd verwerkt en gestructureerd. Op basis daarvan werden trends, gemeenschappelijke noden en uitdagingen uit de sector geanalyseerd. Dit werd samengebracht in een rapport met behoefteanalyse, gewenste functionaliteiten, toekomstvisie en aanbevelingen.

Deze bevindingen werden gedeeld met de stuurgroep tijdens een presentatie, vervolgens werd de feedback van de stuurgroep verwerkt en het finale rapport opgeleverd.

2.2. Deel 2: Haalbaarheidsonderzoek en Strategievorming

Deze fase was gericht op het onderzoeken van mogelijke oplossingen en het uitwerken van een duurzame, concrete implementatiestrategie voor de sector.

De fase bestond uit vijf stappen.

2.2.1 Verkenning van mogelijke CRM-oplossingen

- Onderzoek naar bestaande CRM-systemen
- Interviews met experts, CRM-aanbieders en sectorvertegenwoordigers
- Eerste selectie van kansrijke modellen van samenwerking

2.2.2 Ontwikkeling van scenario's

- Er werden 8 mogelijke modellen van samenwerking uitgewerkt met aandacht voor de volgende aspecten:
 - Technologische keuzemogelijkheden
 - Governance model
 - Financiële plaatje
 - Risico's
 - Opportuniteiten

2.2.3 Evaluatie, toetsing en risicoanalyse

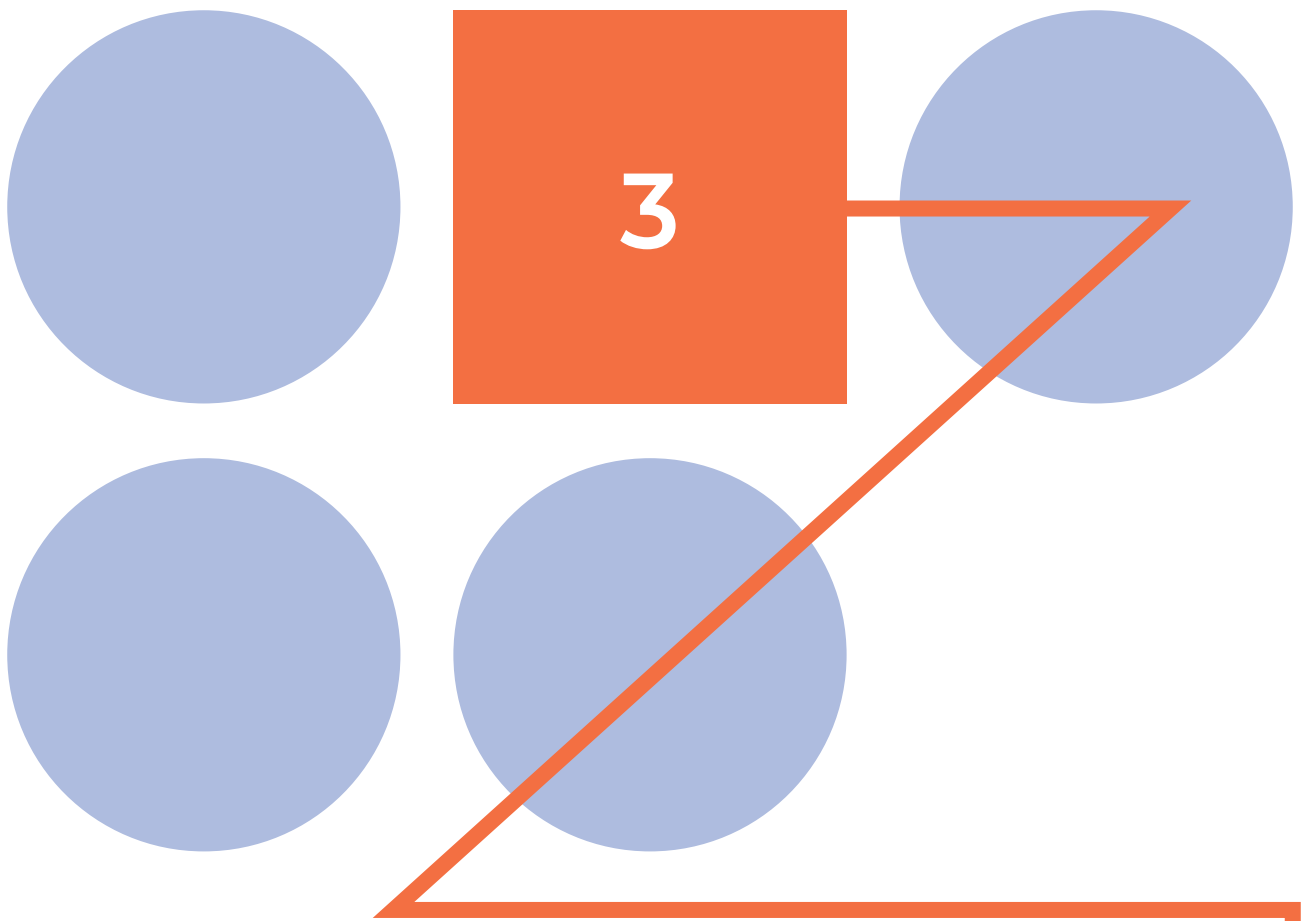
- Toetsing van de bepalende keuzes voor de verschillende modellen via een klankbordgroep met sectorvertegenwoordigers
- Sectorbrede bevraging over voorkeuren en bereidheid tot een gedeeld CRM
- Korte risicoanalyse per samenwerkingsmodel

2.2.4 Stappenplan uitwerken

- Stuurgroep heeft de twee meest wenselijke modellen geselecteerd voor verdere uitwerking. Deze modellen zijn: *Groepsaankoop met starter pack* en *Diensten én platform uitbesteden*
- Business case uitwerken voor beide modellen
- Opstellen van een stappenplan voor elk van deze 2 modellen

2.2.5 Eindrapport en afronding

- Opstellen van het eindrapport met samenvatting, analyse, evaluatie, aanbevolen strategie, financierings- en governancevoorstel
- Presentatie en bespreking met Socius
- Overdracht en afsluitend overleg



Analyse van de CRM-behoeften

In bijlage 1, aan het eind van dit document, kan je per functioneel domein de gedetailleerde noden terugvinden. In dit hoofdstuk vatten we de gemeenschappelijke noden samen. Deze behoeften zijn gebaseerd op de verschillende denkoefeningen in de twee workshops van Deel I dat deze opdracht.

3.1. Contact- & relatiebeheer

Het domein **Contact- & relatiebeheer** gaat over het centraal en uniform registreren en beheren van alle interacties en gegevens van personen, organisaties en andere betrokkenen (zoals vrijwilligers, deelnemers en donateurs). De kernfunctionaliteit omvat:

- de uniforme identificatie van contacten om dubbele gegevens te vermijden
- het gedetailleerd vastleggen van rollen- en functiebeheer (bv. deelnemer én donateur)
- het beheren van relaties tussen contacten (bv. gezinsverbanden of contactpersonen binnen een organisatie)
- ondersteuning voor segmentatie op basis van kenmerken, activiteitshistoriek of interesses, wat gerichte communicatie en rapportage mogelijk maakt

Daarnaast faciliteert dit domein een volledig overzicht van de relatie-evolutie door het registreren van alle interacties en contactmomenten met inhoudelijke notities, en het toewijzen van eigenaarschap of verantwoordelijkheid per contact. Cruciaal voor efficiëntie is de ondersteuning voor Selfservice, waardoor vrijwilligers of leden hun eigen gegevens kunnen raadplegen en actualiseren.

Ten slotte waarborgt het domein een veilige en gepersonaliseerde omgang met de data door middel van strikt toegangsbeheer en gegevensbescherming om aan de GDPR-vereisten te voldoen. Het ondersteunt het vastleggen en beheren van communicatievoorkeuren per contact, en biedt inzicht in de actieve en minder actieve contacten om de betrokkenheid en het engagement van de doelgroep gericht op te volgen en te stimuleren.

3.2. Aanmaken en beheren van activiteiten

Het domein **Aanmaken en beheren van activiteiten** omvat alle processen die nodig zijn om vormingen, evenementen en activiteiten efficiënt te plannen, organiseren en opvolgen. De basisfunctionaliteit ondersteunt:

- het definiëren en structureren van activiteiten met essentiële informatie zoals datum, locatie, doelgroep en kenmerken
- de publicatie naar externe kanalen (bv. websites of CMS) om zichtbaarheid te creëren en dubbele invoer te verminderen
- gedetailleerd inschrijvings- en deelnemersbeheer, inclusief status, annuleringen en deelnemersprofielen voor monitoring
- automatische communicatie (bevestigingen, herinneringen) rondom de activiteit

Voor efficiënte opvolging en beleidsrapportage biedt dit domein functionaliteit voor classificatie of tagging van activiteiten, en een duidelijk overzicht van geplande en uitgevoerde activiteiten om trends en knelpunten te identificeren. Daarnaast wordt het proces verrijkt door evaluaties en feedbackverzameling en eventueel door inzicht in kosten- en opbrengsten per activiteit, gekoppeld aan informatie uit betalingsprocessen.

Ten slotte faciliteert dit domein wachtlijstbeheer en aanwezigheidsregistratie. Het waarborgt de operationele ondersteuning door inzicht te bieden in de betrokkenheid van vrijwilligers per activiteit, toegang tot informatie tijdens activiteiten (mobiele deelnemerslijsten), en het koppelen van relevante documenten (draaiboeken).

3.3. Communicatie & marketing automation

Het domein **Communicatie & marketing automation** gaat over het stroomlijnen en automatiseren van de communicatie met alle doelgroepen via de CRM-omgeving. De kernfunctionaliteit omvat:

- het beheer van nieuwsbrieven en mailinglijsten,
- contacten automatisch of handmatig aan relevante stromen toewijzen
- geavanceerde segmentatie op basis van kenmerken, betrokkenheid of historiek om de relevantie van de verstuurde berichten te verhogen.

Een cruciaal aspect is de automatische communicatiestromen op basis van gebeurtenissen, waardoor flows direct geactiveerd worden door acties zoals inschrijvingen, annuleringen of statuswijzigingen, wat zorgt voor een tijdige opvolging zonder manuele interventie.

Dit domein bevat ook de tracking en registratie van de herkomst van leads, waardoor communicatieteams inzicht krijgen in de effectiviteit van verschillende wervingskanalen. Voor het waarborgen van datakwaliteit ondersteunt het functies voor het opschonen en beheren van mailinglijsten (verwijderen/herbevestigen van foutieve adressen). Daarnaast wordt de interactie met externe systemen gewaarborgd door het gebruik van formulieren die geïmbed kunnen worden in een website en externe integraties, die zorgen voor bidirectionele synchronisatie van gegevens.

Ten slotte biedt het de mogelijkheid om een volledig communicatiegeschiedenis per contact te raadplegen (verzonden berichten, open- en klikgedrag), wat helpt bij het afstemmen van communicatie op individueel gedrag. Het systeem ondersteunt flexibele architectuur door zowel volledig geïntegreerde als gekoppelde systemen mogelijk te maken, waarbij API's zorgen voor consistente data-uitwisseling.

3.4. Fondsenwerving

Fondsenwerving verzamelt de noden over het beheer en de optimalisatie van de relaties met donateurs en de opvolging van alle donatie-activiteiten. De basis functionaliteit omvat donateursbeheer en contactoverzicht, waarbij contactgegevens, voorkeuren, historiek en engagement centraal worden vastgelegd, inclusief de koppeling aan specifieke campagnes. Essentieel is de nauwkeurige registratie en opvolging van donaties, inclusief bedragen, tijdstip en status, wat het mogelijk maakt om trends en gedrag eenvoudig te interpreteren.

Om de betrokkenheid te vergroten, faciliteert het domein het opzetten en beheren van Donor Journeys, waarbij automatische of handmatige opvolgstappen worden geactiveerd op basis van gedrag of donatiehistoriek (bijvoorbeeld het traject van eerste gift naar langdurige betrokkenheid). Het biedt een helder campagne- en actieoverzicht van lopende en afgeronde acties, inclusief ingezamelde bedragen en conversies, wat bij de evaluatie en optimalisatie van toekomstige fondsenwervingsstrategieën helpt.

Verder zorgt het domein voor administratieve efficiëntie door de automatische koppeling met betalingen (transacties via betaalplatformen) en het automatisch genereren van fiscale attesten op basis van de wettelijke drempels.

3.5. Ledenbeheer

Het domein **Ledenbeheer** omvat alle aspecten van het registreren, beheren en onderhouden van relaties met zowel individuele leden als lidorganisaties. De belangrijkste functionaliteit richt zich op het bijhouden van:

- gedetailleerde gegevens over lidmaatschap status
- historiek van deelname
- voorkeuren en contributies (indien van toepassing)

om zo een efficiënte administratieve opvolging en ledenbetrokkenheid te waarborgen.

Een belangrijk onderdeel is de nadruk op selfservice en transparantie door het aanbieden van een Portaal voor gegevensbeheer door leden. Dit portaal stelt leden in staat hun eigen gegevens te raadplegen en te actualiseren. Via dit portaal worden ook sommige processen ondersteund zoals het indienen en opvolgen van aanvragen (met statusmeldingen).

3.6. Rapportage & data-analyse

Het domein **Rapportage & data-analyse** bevat de functionaliteiten om de verzamelde data uit alle andere CRM-domeinen om te zetten in bruikbare inzichten voor strategische en operationele besluitvorming.

De belangrijkste nood ligt bij het inzicht in strategische en operationele doelstellingen, waarbij resultaten worden gestructureerd en gecombineerd met indicatoren per doelgroep, regio, activiteitstype of betrokkenheidsgraad, wat een diepgaande beleidsopvolging mogelijk maakt.

Deze functionaliteiten bevatten gedetailleerde analyses, waaronder:

- analyse van doelgroepbereik (met kenmerken zoals leeftijd of postcode)
- een overzicht van activiteitenresultaten (deelname, evaluatiescores)
- regionale monitoring om trends en resultaten per geografische zone op te volgen
- functionaliteit voor het identificeren van actieve en minder actieve contacten of organisaties op basis van engagementniveaus (cruciaal is voor heractiveringsstrategieën)
- specifieke rapportage voor project- en subsidierapportage (voortgang, financiële parameters)
- vrijwilligers- en medewerkersmonitoring (inzet, rollen en betrokkenheid).

Het domein biedt visualisatie van gegevens in de vorm van grafieken en dashboards om trends inzichtelijk te maken en ondersteunt financiële monitoring door budgetten, kosten en opbrengsten te koppelen aan activiteiten en projecten. Voor diepgaandere analyses faciliteert het de integratie met andere dataplatformen of analysetools via automatische data-uitwisseling, wat de noodzaak voor dubbele dataverwerking elimineert.

3.7. Project- & subsidiebeheer

Het domein **Project- & subsidiebeheer** bevat de gestructureerde opvolging van projecten en de bijbehorende financiële verantwoording. De basisfunctionaliteit omvat:

- de registratie en structurering van projecten
- fasering, doelstellingen en betrokken medewerkers
- koppeling aan strategische en operationele doelstellingen voor beleidsopvolging.

Het domein biedt tools voor projectvoortgang en statusopvolging via mijlpalen, en zorgt voor een logische samenhang door activiteiten (vormingen, begeleidingen) direct aan projecten te kunnen koppelen, waardoor resultaten en inzet in de juiste context worden gevolgd.

Er is een belangrijke focus op financiële en middelenopvolging. Dit omvat:

- inzicht in budgetten, uitgaven en resterende middelen per project
- ondersteuning voor de koppeling van facturen en onkostennota's
- opvolging van personeelsinzet (uren en middelen) per project
- eventueel bijhouden van project-specifieke informatie, zoals documenten, analyses en notities

Een andere nood is de volledige cyclus van subsidiebeheer: van het indienen, opslaan en opvolgen van subsidieaanvragen tot de monitoring van subsidievoorwaarden en indicatoren. Dit faciliteert rapportage over projecten en subsidies (status, budgetbesteding en indicatoren), wat onmisbaar is voor verantwoording richting subsidiegevers. De integratie met andere processen (activiteitenbeheer, vrijwilligersbeheer, financiën) zorgt voor een coherente en volledige opvolging vanuit meerdere perspectieven.

3.8. Financieel beheer

Het domein **Financieel beheer** is gericht op het automatiseren en integreren van financiële administratieve processen binnen het CRM-ecosysteem om de nauwkeurigheid en efficiëntie te maximaliseren. De noden omvatten:

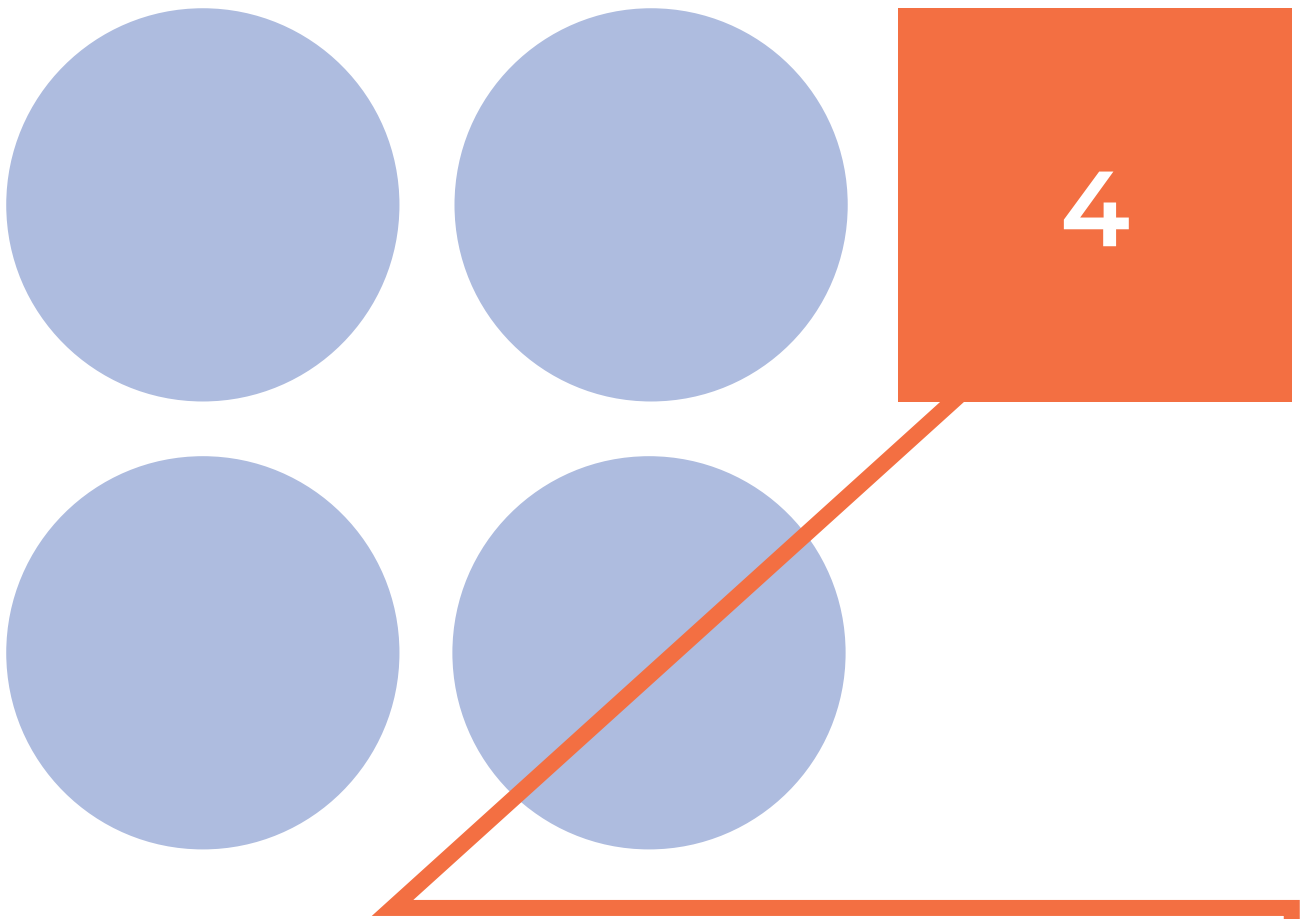
- automatische facturatie op basis van deelname, inschrijvingen of geleverde diensten
- automatisch versturen van aanmaningen en betalingsherinneringen voor openstaande betalingen
- de integratie met boekhoudsystemen via API's of periodieke export/import voor een consistente registratie van inkomsten, uitgaven, en analytische codes
- bankkoppeling of import van bankafschriften om transacties automatisch te matchen met inschrijvingen, facturen of donaties

Dit domein biedt ook essentiële hulpmiddelen voor financiële planning en monitoring, met name real-time budgetmonitoring om de status van budgetten per project, activiteit of medewerker dynamisch op te volgen en overschrijdingen tijdig te signaleren. Het ondersteunt de kosten- en uitgavenregistratie van medewerkers (bv. onkostennota's) met koppelingen naar specifieke budgetlijnen en goedkeuringsflows. Flexibiliteit in de architectuur wordt geboden door ondersteuning voor zowel volledig geïntegreerde als gekoppelde financiële systemen, waarbij gegevens consistent worden gesynchroniseerd. Tot slot faciliteert het de export van financiële gegevens in noodzakelijke exportformaten die voldoen aan de vereisten van subsidiërende overheden, wat de foutenmarge in verantwoording vermindert.

3.9. Website & portalen

Het functionele domein **Website & portalen** vormt de digitale interface tussen de organisatie en haar externe doelgroepen, met focus op selfservice, interactie en datasynchronisatie met het CRM. De functionaliteit omvat het beheer van de website-content en externe formulieren. Organisaties willen een eenvoudige oplossing om activiteiten vanuit het CRM naar de gekoppelde website of externe kanalen te publiceren en willen inschrijvingen en aanvragen via webformulieren ontvangen, waarbij alle ingevoerde gegevens onmiddellijk in het CRM worden geregistreerd voor automatische opvolgflows en toewijzing aan medewerkers.

Sommige organisaties willen een portaal voor selfservice kunnen aanbieden aan specifieke doelgroepen (zoals vrijwilligers, ledenorganisaties of scholen). Via zo'n portaal kunnen gebruikers hun eigen gegevens raadplegen en bijwerken, toegang krijgen tot relevante documentatie en informatie, en hun communicatievoorkeuren beheren. Alle functionaliteit is afhankelijk van betrouwbare synchronisatie tussen CRM en externe systemen (CMS, formulieren) om de dataconsistentie te garanderen.



**Meest waardevolle
scenario's**

We hebben 8 scenario's uitgewerkt van verschillende vormen waarin organisaties kunnen samenwerken rond CRM. Die gaan van weinig tot zeer ambitieus.

Deze scenario's zijn:

Model 1: Kennisdeling via kennisinstituut

Model 2: Groepsaankoop commercieel of open source CRM

Model 3: Groepsaankoop met starter pack

Model 4: SaaS CRM Platform delen

Model 5: open source self-hosted CRM Platform delen

Model 6: custom Low-code Platform delen

Model 7: custom development Platform delen

Model 8: Diensten en platform uitbesteden

Na feedback van de stuurgroep en input van de klankbordgroep kwamen Model 3 en 8 naar voren als de meest waardevolle en duurzame oplossingen. Deze twee modellen werden daarom uitgewerkt als business case.

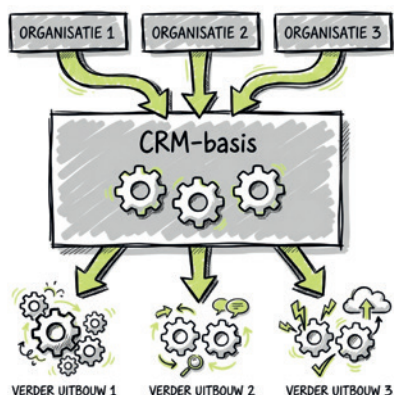
De modellen die hier uitgewerkt werden, sluiten niet uit dat er ook combinaties van modellen gemaakt kunnen worden. Aspecten van elk model kunnen gecombineerd worden tot nieuwe samenwerkingsvormen of tussenvormen. Bovendien is het denkbaar dat een bepaald model eerst geïmplementeerd wordt maar als opstap dient naar een ander, meer verregaand model. De acht modellen zijn nu verschillend genoeg van elkaar om duidelijk onderscheidend te zijn en als startpunt voor een zoektocht te dienen naar een implementatie in de sector.

De scenario's die gekozen werden om in detail uit te werken, **lenen zich ook tot een combinatie**. De implementatie van Model 3 zou een laboratoriumfunctie kunnen krijgen om de samenwerking tussen een aantal organisaties op te starten en te testen. Om vervolgens daarop verder te bouwen richting de implementatie van Model 8, waarin niet alleen met eenzelfde CRM systeem gewerkt wordt, maar ook de diensten daarrond gezamenlijk georganiseerd worden.

De volledige lijst van modellen vind je in bijlage 3 op het einde van dit document. In dit hoofdstuk presenteren we de business case van Model 3 Groepsaankoop en Model 8 Diensten en platformen uitbesteden.

4.1. Model 3: Groepsaankoop met starter pack

4.1.1 Samenvatting



Model 3 brengt sociaal-culturele organisaties samen voor een gezamenlijke CRM-selectie en een gedeelde basisconfiguratie ("starter pack"). De samenwerking stopt na de oplevering van dit starter pack; organisaties bouwen nadien autonoom verder hun eigen CRM uit.

Deelnemers profiteren van lagere implementatiekosten, een snellere start en een gedeeld fundament dat maximaal aansluit bij de standaard functionaliteit van het gekozen CRM-systeem. De instapkost ligt tussen €25.000 en €45.000 per organisatie (incl. btw).

Model 3 is een haalbaar, schaalbaar en zelfstandig scenario voor organisaties tot ~15 medewerkers met een beperkte digitale maturiteit.

4.1.2 Probleemstelling en sectorcontext

De behoefteanalyse toont enkele structurele knelpunten, vooral bij kleine organisaties:

- CRM-implementaties zijn duur en complex.
- De sector werkt versnipperd met uiteenlopende systemen.
- Organisaties missen tijd, kennis en interne capaciteit.
- Er is geen gedeeld referentiemodel; iedereen start telkens van nul.
- Het risico op verkeerde keuzes is groot.

Model 3 biedt hier een antwoord op door selectie en basisconfiguratie te bundelen, zonder langdurige gezamenlijke exploitatie of zware governance.

4.1.3 Modelbeschrijving

4.1.3.1 Concept

Een groep organisaties doorloopt samen:

1. voorbereiding en CRM-selectie
2. onderhandeling over licentie- en implementatievoorwaarden
3. ontwikkeling van één gedeeld starter pack
4. uitrol van dit starter pack in afzonderlijke omgevingen

Elke organisatie migreert eigen data en optimaliseert eigen processen, maar start vanuit hetzelfde fundament.

4.1.3.2 Kenmerken van het starter pack

Het starter pack bevat:

- basisconfiguratie (datamodel, velden, schermen, rechten)
- basissegmenten en basisrapporten
- generieke instellingen op basis van gedeelde noden
- alleen standaardfunctionaliteit van het gekozen CRM-systeem

Niet inbegrepen:

- project- en subsidiebeheer
- workflows en geavanceerde automatisering
- het domein "overige" (bv. HR, materiaalbeheer)
- maatwerkprocessen buiten de standaardmodules van het CRM systeem

De focus van dit model ligt op de maximale aansluiting bij de ingebouwde CRM functionaliteit en een kostenefficiënte implementatie.

4.1.3.3 Flexibiliteit voor organisaties

- Instap: elke organisatie start vanuit dezelfde gedeelde configuratie.
- Daarna kan elke organisatie op eigen tempo en met eigen budget uitbreiden.
- Organisaties mogen onderdelen overslaan die niet relevant zijn.
- Procesoptimalisatie binnen de eigen werking blijft noodzakelijk.

Zo combineert Model 3 schaalvoordeel met autonomie.

4.1.4 Functionele waarde

4.1.4.1 Streefbeeld functionele dekking

Domein	Dekking	Toelichting
Contact- en relatiebeheer	Hoog	standaard in alle CRM-oplossingen
Activiteitenbeheer	Gemiddeld	inschrijvingen en deelnemersbeheer in standaardmodules
Communicatie & segmentatie	Gemiddeld	basissegmenten, eenvoudige campagnes, geen journeys
Ledenbeheer	Gemiddeld	basis ledenbeheer, geen complexe lidmaatschapslogica
Rapportage	Laag	rapportage dikwijls niet ingebouwd in een CRM, werken op basis van exports
Fondsenwerving	Laag	basisregistratie van donaties
Financieel beheer	Gemiddeld	enkel indien standaardmodule in gekozen platform
Website & portalen	Laag	enkel indien standaardmodule in gekozen platform
Project- en subsidiebeheer	Buiten scope	atypische functionaliteit in een doorsnee CRM-systeem
Workflows & automatisering	Buiten scope	complexere implementatie buiten scope omwille van budget

4.1.4.2 Wat valt er buiten?

- geavanceerde automatisatie en complexe workflows
- subsidie- en projectflows
- selfserviceportalen
- organisatie-specifiek maatwerk buiten de standaardmodules

Deze elementen vragen aparte trajecten per organisatie en vallen bijgevolg buiten Model 3.

4.1.5 Organisatorische impact

4.1.5.1 Impact op deelnemende organisaties

- Gemiddeld $\pm$ 2 dagen per week tijdens selectiefase.
- Gemiddeld $\pm$ 1 dag per week inzet tijdens de implementatiefase.
- Voldoende tijd en energie nodig om interne processen te optimaliseren (kritische succesfactor).
- Duidelijke interne rolverdeling (projectleider, key users, bestuur).
- Datamigratie vereist inzet van medewerkers die de huidige data kennen.
- Aanvaarden dat de startconfiguratie gedeeld is en niet volledig op maat.

4.1.5.2 Typisch profiel deelnemende organisaties

- kleine organisaties (<5 VTE)
- middelgrote organisaties (5-10 VTE)
- organisaties zonder eigen IT- of CRM-expertise

Grotere organisaties met complexe processen passen minder goed bij dit model.

4.1.5.3 Governance

- tijdelijke stuurgroep met vertegenwoordiging van de deelnemende organisaties
- stuurgroep beslist over scope, prioriteiten en kwaliteitscriteria van het starter pack
- de gekozen leverancier neemt deel als adviserend lid (geen stemrecht)
- na oplevering van het starter pack stopt de gezamenlijke governance; organisaties gaan autonoom verder

4.1.6 Financiële business case

4.1.6.1 Instapkost per organisatie

Indicatief: €25.000–€45.000 incl. btw

Componenten:

- gezamenlijke voorbereiding en CRM-selectie
- bijdrage in ontwerp en ontwikkeling van het starter pack
- configuratie in de eigen omgeving
- datamigratie en basisopleidingen

De leverancier geeft geen klassieke groepskorting, maar investeert mee in een herbruikbare basisconfiguratie en levert zo meer waarde per geïnvesteerde euro.

In deze inschatting is €50.000 budget voorzien voor externe begeleiding van het proces, wat een kritische succesfactor is voor de slaagkans van het project.

4.1.6.2 Jaarlijkse kosten

Afhankelijk van het gekozen platform:

- licenties: ~€45 per gebruiker per maand
- optionele modules: variabel, organisatie-specifiek
- ondersteuning: afhankelijk van servicecontract

4.1.6.3 Indicatieve TCO over 5 jaar

Type organisatie	TCO-range (5 jaar, incl. instap + licenties)
Klein (5 VTE)	± €38.500–€58.500 Investerings: €25.000 - €45.000 Licenties: €13.500
Middelgroot (10 VTE)	± €52.000–€72.000 Investerings: €25.000 - €45.000 Licenties: €27.000

4.1.6.4 Financiële voordelen

- 20–40% lagere implementatiekosten t.o.v. volledig individuele trajecten.
- Minder dubbel werk bij analyse en configuratie.
- Snellere implementatie → minder lang parallelle systemen draaien.
- Betere datakwaliteit → minder inefficiënt correctiewerk.

4.1.7 Risicoanalyse

4.1.7.1 Belangrijkste risico's

- onvoldoende deelnemers (minder dan 10) → schaalvoordeel verdwijnt
- grote verschillen in scopeverwachtingen → moeilijk om één starter pack te definiëren
- organisaties optimaliseren interne processen niet → lage adoptie, frustratie
- beperkte interne capaciteit → vertragingen en kwaliteitsverlies
- afhankelijkheid van leverancier voor verdere ondersteuning van de basisconfiguratie
- te trage instapmomenten → heterogene groep en hogere kosten

4.1.7.2 Mitigerende maatregelen

- duidelijk instapmoment en ondergrens van 10 organisaties vastleggen
- vooraf een strak afgebakende scope en standaardisatieprincipes bepalen
- verplichte procesintake per organisatie vóór configuratie
- realistische planning en expliciete capaciteitsafspraken met deelnemers
- transparante afspraken met leverancier over onderhoud en doorontwikkeling van het starter pack

4.1.8 Kritische succesvoorwaarden

- minimaal 10 organisaties stappen binnen de afgesproken termijn in
- organisaties zijn bereid interne processen te herbekijken en te standaardiseren waar nodig
- minimaal één interne trekker per organisatie met voldoende tijd
- acceptatie dat het starter pack geen maatwerk is, maar een gedeelde basis
- leverancier beschikt over mature standaardfunctionaliteit en heeft ervaring met vergelijkbare trajecten

Zonder deze voorwaarden wordt Model 3 financieel en organisatorisch moeilijk haalbaar.

4.1.9 Implementatieroadmap

4.1.9.1 Selectie en voorbereiding (2–3 maanden, langer in geval van aanbesteding)

- vormen van de stuurgroep
- scherpstellen van gezamenlijke noden en scope
- opstellen van het lastenboek
- marktconsultatie en gunningsprocedure
- selectie van één CRM-leverancier

4.1.9.2 Ontwikkeling starter pack (2–3 maanden)

- uitwerken van generieke processen en datamodel
- configuratie van basisvelden, schermen, segmenten en rapporten
- testen met de stuurgroep
- bijsturen en definitieve oplevering van het starter pack

4.1.9.3 Implementatie per organisatie (4–6 maanden)

- lokale procesafstemming op het starter pack
- voorbereiding en uitvoering van datamigratie
- opleiding van key users en medewerkers
- begeleiding bij livegang en nazorg

Totale doorlooptijd per organisatie: circa 8–12 maanden.

4.1.10 Eindoordeel

Model 3 biedt een realistische, betaalbare en pragmatische route naar een professioneler CRM-landschap voor kleinere en middelgrote organisaties met lage digitale maturiteit. Het model combineert:

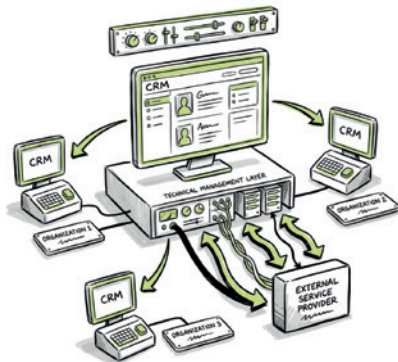
- een gedeeld en weloverwogen fundament
- lagere instapkosten
- beperkte en tijdelijke gezamenlijke governance
- volledige autonomie na de startfase

Het is een sterk zelfstandig scenario, op voorwaarde dat voldoende organisaties in één golf instappen en bereid zijn hun processen actief te optimaliseren.

4.2. Model 8: Diensten en platform uitbesteden

4.2.1 Samenvatting

Model 8 beschrijft een volwaardig, digital-first Shared Service Center (SSC) dat een centraal CRM-platform beheert en inzet en op die manier organisaties volledig ontzorgt. Dit is het meest ambitieuze scenario binnen dit traject, maar ook het scenario dat op lange termijn de grootste meerwaarde kan creëren voor de sector.



Het SSC wordt opgezet als een zelfstandige, performante organisatie met state-of-the-art technologie en maximaal geoptimaliseerde processen. Het CRM fungeert als digitale ruggengraat: niet alleen als registratietool, maar als sturingsinstrument voor processen, rapportage en datagedreven werken.

Model 8 is transformatief, vraagt een meerjarenplan en een aanzienlijke initiële investering, maar is zowel toepasbaar voor kleine, middelgrote als voor grote organisaties. De mate van voordeel hangt af van hoeveel diensten een organisatie wil uitbesteden en standaardiseren.

Deze business case is richtinggevend. Ze is niet bedoeld als direct implementatiebesluit, maar als onderbouwing voor een afzonderlijk vervolgtraject waarin governance, juridische vorm en financiering van dit ambitieuze model verder worden uitgewerkt.

4.2.2 Probleemstelling en sector context

Veel sociaal-culturele organisaties – ongeacht hun grootte – botsen vandaag op gelijkaardige structurele problemen:

- versnipperde processen en systemen
- hoge overhead en veel manueel werk
- sterke afhankelijkheid van sleutelpersonen
- moeilijkheden om gespecialiseerde expertise duurzaam te organiseren
- beperkte mogelijkheden om datagedreven te sturen

Deze problemen worden vandaag op een versnipperde en lokale manier aangepakt. Dat leidt tot suboptimale oplossingen en dubbele investeringen. Een klassiek CRM-project volstaat hier niet als oplossing. Model 8 vertrekt daarom van een structurele, sectorbrede oplossing: centralisatie van systemen, processen en expertise via een Shared Service Center.

4.2.3 Modelbeschrijving

4.2.3.1 Concept

Model 8 gaat uit van een digital-first Shared Service Center dat:

- zelfstandig wordt opgezet, met een duidelijke performantie-ambitie
- processen van nul herdenkt, zonder bestaande beperkingen
- maximaal inzet op automatisering en standaardisatie
- werkt met state-of-the-art technologie
- stuurt op kwaliteit, schaalbaarheid en datagedreven inzichten

Performantie wordt hier niet begrepen als commercialisering, maar als betere inzet van publieke middelen, capaciteit en expertise.

Het doel is niet enkel kosten te delen, maar schaalvoordeel creëren door structureel betere prestaties te leveren tegen een lagere marginale kost. Het CRM-platform vormt de kern van dit model en ondersteunt zowel operationele processen als strategische sturing.

4.2.3.2 Reikwijdte van het Shared Service Center

CRM-gerelateerd – binnen scope van deze business case

- centraal CRM-platform
- configuratie, beheer en doorontwikkeling
- gebruikers- en rechtenbeheer
- datakwaliteit, data standaarden en segmentatie
- rapportage en dashboards (op organisatie- en sectorniveau)
- procesondersteuning en automatisatie
- integraties met externe platformen
- ondersteuning en begeleiding bij introductie, inclusief data-migratie vanuit bestaand CRM

Niet-CRM – essentieel, maar buiten scope van deze opdracht

Onderstaande lijst is voorlopig en ter inspiratie. Bij een verdere uitwerking van Model 8 moet deze scope expliciet worden verfijnd en gevalideerd op basis van reële behoeften, ambitie en haalbaarheid.

- boekhouding en financieel beheer
- personeels- en loonadministratie
- ledenadministratie
- marketing- en communicatieondersteuning
- IT-support en infrastructuur
- data-analyse en beleidsrapportering

Deze onderdelen zijn essentieel voor het welslagen van een SSC, maar vallen buiten de expertise en scope van deze opdracht. Enter Digital kan dit luik in een vervolgproject verder uitwerken, bij voorkeur samen met één van haar vaste partners met aantoonbare ervaring in het opzetten en operationaliseren van shared services en administratieve hubs. Deze vermelding impliceert geen engagement of mandaat binnen dit project.

4.2.4 CRM-waarde in Model 8

4.2.4.1 Streefbeeld functionele dekking

Domein	Dekking	Toelichting
Contact- & relatiebeheer	Hoog	sectorbreed datamodel
Activiteitenbeheer	Hoog	gestandaardiseerde inschrijvingsprocessen
Communicatie & segmentatie	Hoog	centrale segmenten en campagnes
Ledenbeheer	Hoog	uniforme logica en processen
Fondsenwerving	Hoog	gestroomlijnde end-to-end flows
Rapportage & dashboards	Gemiddeld	balans tussen kosten en baten
Project- & subsidiebeheer	Gemiddeld	afhankelijk van platformkeuze
Financieel beheer	Gemiddeld	afhankelijk van platformkeuze
Website & portalen	Gemiddeld	afhankelijk van platformkeuze
Workflows & automatisering	Hoog	centraal beheerd en geoptimaliseerd

4.2.4.2 CRM als hefboom voor performantie

Doordat het SSC eigenaar is (van de implementatie) van het CRM:

- worden processen zo ontworpen dat ze aansluiten op het aangeboden systeem
- ontstaat één consistente waarheid voor data
- kunnen verbeteringen centraal worden uitgerold
- daalt de complexiteit bij individuele organisaties

Het CRM wordt zo een actief werkinstrument, niet louter een registratiesysteem.

4.2.5 Organisatorische impact

4.2.5.1 Impact op deelnemende organisaties

- taken worden (deels) uitbesteed aan het SSC
- organisaties winnen capaciteit door minder interne administratie- en beheerstaken
- lagere kwetsbaarheid bij personeelsswissels
- toegang tot gespecialiseerde expertise op een schaalbare manier
- meer focus op kernopdracht

Model 8 is geschikt voor organisaties van verschillende grootte. Kleine organisaties winnen vooral via ontzorging, terwijl middelgrote en grote organisaties vooral winst boeken dankzij standaardisatie, schaalvoordeel en professionalisering. Organisaties behouden autonomie en kiezen zelf welke SSC-diensten ze afnemen.

4.2.5.2 Vergelijking met een verenigingsmanagementbureau

Een SSC heeft veel overeenkomsten met een verenigingsmanagementbureau, maar gaat verder.

Verenigingsmanagementbureau	Shared Service Center (Model 8)
Uitvoering centraal	Uitvoering én optimalisatie
Tool-agnostisch	CRM als digitale ruggengraat
Klassieke processen	Digital-first processen
Beperkte datasturing	Datagedreven sturing
Focus op administratie	Focus op performantie

Model 8 is een digitale, opgeschaalde en toekomstgerichte evolutie van dit concept.

4.2.5.3 Governance

Een SSC vereist:

- centrale sturing en duidelijke mandaten
- expliciete besluitvorming over scope en prioriteiten
- afdwingbare standaarden

De juridische en organisatorische vorm van het SSC blijft bewust onbepaald en vraagt een afzonderlijke politieke en bestuurlijke keuze, buiten de scope van deze opdracht. Een falend governance-model is het grootste risico van dit scenario.

4.2.6 Financiële business case

4.2.6.1 Instap- en investeringsmodel

In Model 8 wordt uitgegaan van een eenmalige initiële investering door een externe partner, bijvoorbeeld de Vlaamse Overheid, voor:

- opzet van het Shared Service Center
- ontwikkeling en inrichting van het centrale CRM-platform
- uitwerking van basisprocessen en datastandaarden

Dankzij deze initiële investering kunnen de instapkosten per organisatie aanzienlijk worden verlaagd. Hiermee worden ze niet lager dan in model 3, maar wordt er wel veel meer waarde geleverd.

Belangrijk: de instapkost hieronder slaat uitsluitend op het CRM-luik (onboarding, migratie en optimalisatie). De instapkost voor andere SSC-domeinen (boekhouding, HR, IT, ...) kan pas bepaald worden in een vervolgtraject.

Indicatieve instapkost per organisatie (CRM-optimalisatie):

- **€30.000–€50.000 incl. btw**, in lijn met Model 3, maar met extra potentieel voor optimalisatie door centrale sturing

Daarnaast is er een jaarlijkse bijdrage, afhankelijk van:

- gebruik van het CRM (licenties en beheer)
- afgenomen SSC-diensten (nog te bepalen)

Het verschil met Model 3 zit niet in de instapkost, maar in de structurele schaalvoordelen en blijvende efficiëntiewinsten.

4.2.6.2 Indicatieve tijdswinst per SSC-domein

Onderstaande inschattingen zijn indicatief en afhankelijk van de finale scope, maturiteit en effectieve uitbestedingsgraad.

SSC-domein	Klein (<5 medewerkers)	Middelgroot (5–15 medewerkers)	Groot (>15 medewerkers)
Administratie & back-office	0,15–0,30 VTE	0,25–0,45 VTE	0,30–0,60 VTE
Financieel beheer & boekhouding	0,10–0,20 VTE	0,20–0,35 VTE	0,30–0,50 VTE
HR-administratie	0,05–0,10 VTE	0,10–0,20 VTE	0,15–0,25 VTE
CRM-beheer & datakwaliteit	0,05–0,10 VTE	0,10–0,20 VTE	0,15–0,30 VTE
Rapportering & data-analyse	0,05–0,10 VTE	0,10–0,25 VTE	0,15–0,30 VTE
IT-support & applicatiebeheer	0,05–0,10 VTE	0,10–0,20 VTE	0,15–0,30 VTE
Marketing- & communicatieondersteuning	0,05–0,10 VTE	0,15–0,25 VTE	0,20–0,35 VTE
Totale indicatieve tijdswinst	0,50–1,00 VTE	1,10–1,90 VTE	1,40–2,60 VTE

4.2.7 Risicoanalyse

4.2.7.1 Belangrijkste risico's

- onderschatting van de opstartcomplexiteit
- onvoldoende mandaat of duidelijke sturing
- veranderweerstand bij organisaties
- te brede scope bij aanvang
- onduidelijke afspraken over verantwoordelijkheden

4.2.7.2 Mitigatie

- gefaseerde opstart met duidelijke prioriteiten (CRM-first)
- expliciet mandaat en duidelijke rolverdeling
- realistische scope-afbakening
- transparante communicatie
- meerjarenfinanciering

4.2.8 Kritische succesvoorwaarden

- minimaal ±15 deelnemende organisaties
- duidelijke keuze voor een digital-first aanpak
- bereidheid tot standaardisatie en (gedeeltelijke) uitbesteding
- langetermijnvisie en stabiele financiering
- heldere afbakening van SSC-diensten en kwaliteitsniveaus

4.2.9 Implementatierichting

- jaar 1: opzet SSC en centraal CRM-platform
- jaar 2: stabilisatie en procesharmonisatie
- jaar 3: verbreding van diensten en optimalisatie

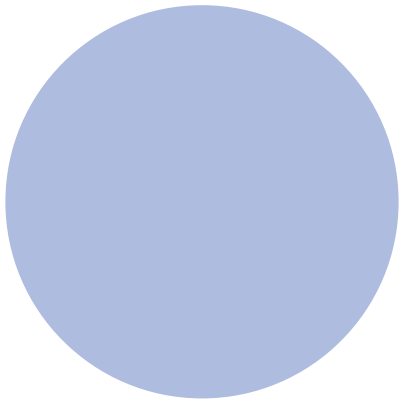
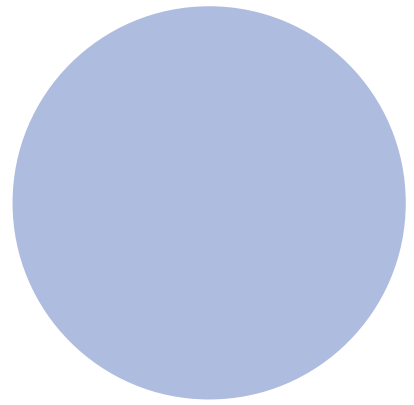
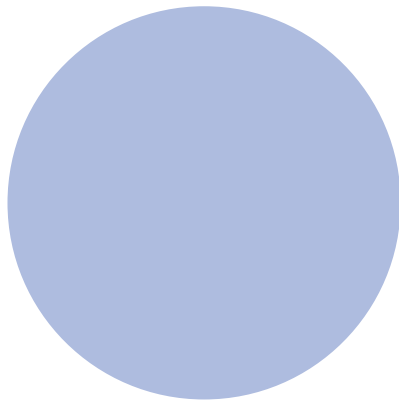
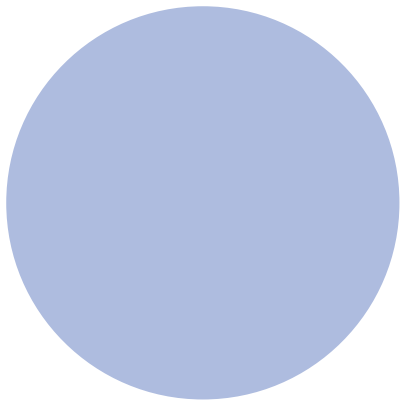
Dit is een meerjarig transformatietraject, geen klassiek IT-project.

4.2.10 Eindoordeel

Model 8 is het meest ambitieuze en impactvolle scenario binnen dit traject. Het biedt de sector een structurele oplossing voor hardnekkige problemen rond capaciteit, performantie en professionalisering.

Door een centrale, digital-first aanpak en een initiële externe investering wordt de instapdrempel voor organisaties verlaagd, terwijl het SSC tegelijk een fundament legt voor doorgedreven procesoptimalisatie en schaalvoordelen.

Als de sector bereid is om collectief, gestandaardiseerd en toekomstgericht te werken, vormt Model 8 een logische en krachtige langetermijnrichting, met het CRM-platform als digitale ruggengraat. Een slimme en modulaire aanpak van de diensten en het daarbij horende applicatielandschap binnen het SSC kan bovendien de nodige flexibiliteit bieden om ook andere doelgroepen in de sector te kunnen bedienen, naast de sociaal-culturele organisaties, waardoor het SSC sneller schaalvoordeel kan leveren.



Inspirerende
voorbeelden

We onderzochten bestaande, succesvolle voorbeelden van digitale samenwerking in België en Europa. Geen van deze voorbeelden is toegespitst op CRM functionaliteit. Sommige voorbeelden zijn louter commercieel opgestart, anderen waren een initiatief van een overheid of een groep organisaties zelf. Dit zijn daaruit de meest inspirerende voorbeelden.

5.1 Librel: Digitaal Platform onafhankelijke boekhandels (FR)

librel.be

Gezamenlijk platform van de Franstalige onafhankelijke boekhandels, initieel opgestart als antwoord op de opkomst van ebooks, nu ook voor het consulteren van catalogi over alle winkels heen en het reserveren van boeken. Librel ondersteunt aansluitende boekhandels bij het in gebruik nemen van stockbeheer software en het professionaliseren en digitaliseren van hun werking.

Relevantie voor dit project

Intensieve begeleiding van elke individuele boekhandel wanneer ze in het systeem willen instappen, inclusief het helpen opzetten van een eigen stockbeheersysteem.

5.2 CultuurConnect

Met het Eengemaakt Bibliotheekstelsysteem (EBS), of kortweg Bibliotheekstelsysteem, kunnen alle Nederlandstalige openbare bibliotheken in Vlaanderen en Brussel gebruik maken van een gemeenschappelijk en centraal beheerd softwaresysteem dat de basisprocessen van een bibliotheek ondersteunt, zoals lenersadministratie, uitleenen, reserveren, collectiebeheer, financieel beheer, rapportage...

Relevantie voor dit project

Uitgebreide ervaring met het bedienen en ontzorgen van een grote groep leden. Experimenten met open source componenten om vendor lock in af te bouwen.

5.3 Meemoo

meemoo.be/nl/erfgoeddatabankbe

De erfgoeddatabank maakt het voor collectiehoudende of -beherende instellingen mogelijk om hun collectiestukken op een professionele, digitale manier te beschrijven en beheren. Door deze digitale (collectie)registratie worden collecties vindbaar, wat beheer en hergebruik mogelijk maakt. De erfgoeddatabank speelt ook een belangrijke rol in tal van erfgoedprocessen, zoals conditiecontrole, waardering, bruikleen, en meer.

Relevantie voor dit project

Meemoo biedt een platform aan dat door een zeer diverse groep van organisaties gebruikt wordt, waarbij er zowel zeer kleine als grotere organisaties bediend worden.

Meemoo past hiervoor een open architectuur toe zodat organisaties de gestructureerde gegevens ook opnieuw kunnen ontsluiten op eigen websites of andere platformen.

Meemoo hanteert een licentiesysteem dat NIET gebaseerd is op aantal gebruikers binnen een organisatie, het is o.a. wel gebaseerd op subsidieniveau.

5.4 Brupeo

brupeo.brussels

Dataplatform van de Brusselse dienst Economie en Werkgelegenheid.

Het laat alle instanties die subsidie-instrumenten aanbieden toe om te benchmarken met andere instanties. Het maakt het mogelijk om op te zoeken welke bedrijven/organisaties reeds andere instanties hebben aangesproken om voor hetzelfde een subsidie-aanvraag te doen.

Relevantie voor dit project

Doorgedreven oefening van standaardisering voorafgaand aan de implementatie van het platform. Daarbij zijn de inzichten uit geaggregeerde data die het platform kan bieden voor de deelnemers waardevol genoeg om de aanpassingen te motiveren.

5.5 Cegeka project voor Sociale fondsen

www.cegeka.com/nl-be/blogs/fondsen-van-bestaanszekerheid-ontzorgen-met-cegekas-expertise

Microsoft Dynamics implementatie, beheerd door Cegeka, in opdracht en eigendom van X aantal sociale fondsen (deze groep beslist zelf welke fondsen er mogen bijkomen).

Relevantie voor dit project

Governance in dit project waarbij een groep nonprofits zich verenigd heeft, een externe leverancier en een platform kiest en daarop laat bouwen en onderhouden wat zij nodig hebben.

De bewaking dat de groep deelnemende organisaties homogeen genoeg blijft om een gezamenlijke roadmap van een gedeeld platform haalbaar te maken.

5.6 Ledenbeheer.be

www ledenbeheer.be/nl

Ledenbeheer is een commercieel platform dat dansscholen en sportorganisaties een aangepast CRM biedt. De ontwikkeling van ledenbeheer wordt gefinancierd door klanten, zowel clubs als federaties. Ledenbeheer heeft namelijk een apart licentiesysteem voor federaties, met een apart ontwikkelbudget, waarin gezamenlijk beslist wordt wat er gebouwd zal worden.

Ze bereiden nu uit naar meer functionaliteit, zodat ze niet alleen sportclubs kunnen bedienen. Ze maken ook integraties mogelijk naar o.a. Exact Online.

Andere functionaliteiten zijn:

- vrijwilligers: planning, beschikbaarheden, contracten, barema's en vergoedingen
- CMS systeem om ook een website te kunnen bouwen
- Rapportage tool
- Uitpas Integratie

Alle ontwikkeling die gebeurt is altijd beschikbaar voor iedereen. Er is een feedbackportaal waarop klanten kunnen stemmen op ideeën van anderen.

Relevantie voor dit project

Waarde creëren met geaggregeerde data waardoor het platform interessant wordt voor andere organisaties dan de rechtstreekse doelgroep, wat een extra inkomstenbron oplevert. Governance rond evoluties van de functionaliteiten, door overleg voor federatie-versie en door stemming voor club-versie.

5.7 Prisme

prismeforum.org

Dataplatform en rapportage uit de biomedische sector. Het toont aan dat platformen waarde kunnen halen uit het aggregeren van data, wat de leden van Prisme benchmarking gegevens oplevert. De licentiekost van Prisme wordt berekend op de omzet van elk deelnemend bedrijf. Het terugkrijgen van data is afhankelijk van het indienen van de eigen data. Initieel werd het platform opgezet en onderhouden door 1 van de leden, er is daarna overgegaan naar een onafhankelijke leverancier (XAOP uit Halle).

Relevantie voor dit project

De governance waarbij leden verwacht worden hun data te delen in ruil voor de inzichten die de geaggregeerde data opleveren.

De verschuiving van onderhoud door een lid van de groep naar onderhoud door een externe partij, om die onafhankelijke speler te hebben die voor iedereen gelijk is.

5.8 Publiq

publiq.be

Ontzorging en gezamenlijk beheer van de infrastructuur, platform-ontwikkeling en hosting van een cultuurplatform. Ze stimuleren het delen van data dat zal leiden tot nieuwe inzichten en innovatieve diensten.

De oplossing wordt door de hele sector gedeeld en niemand moet individueel in technologie investeren, daardoor daalt de total cost of ownership van de infrastructuur. De exploitatie van het systeem valt na implementatie onder Publiq.

Relevantie voor dit project

Een custom gebouwde oplossing die vanuit een dienstencentrum wordt aangeboden aan organisaties met dezelfde nood, waarbij het dienstencentrum eigenaar is van het platform.

5.9 DEN Kennisinstituut (NL)

den.nl/digitale-transformatie

In 1999 werd DEN (voorheen Digitaal Erfgoed Nederland) opgericht met één helder doel: de cultuursector toekomstbestendig maken met digitale middelen.

Relevantie voor dit project

Een zeer matuur digitaal kenniscentrum uit de cultuursector met een indrukwekkend aanbod aan diensten.

5.10 Kultur B Digital (DE)

kultur-b-digital.de/helpdesk/

kulturBdigital-HelpDesk biedt een gratis ondersteuningsaanbod voor de Berlijnse cultuurscene:

- begeleiden bij het plannen van de aanschaf van tools en infrastructuurmaatregelen ruimte voor collegiale uitwisseling
- open materialen zoals checklists, handleidingen en sjablonen
- Werkprocessen doorlichten die betrekking hebben op uw project
- Ondersteuning bij het inventariseren van eisen en het beoordelen van concepten
- Begeleiding bij het oriënteren op technische en wettelijke normen
- Helpen met contacten met andere experts uit de culturele scene

Relevantie voor dit project

Een mooi uitgebouwd kenniscentrum voor de cultuursector dat redelijk intensieve ondersteuning biedt bij proces-ontwerp en bij selecties van tools en infrastructuur oplossingen.

5.11 Socialware - Techsoup

socialware.org/nl/

Goedkopere licenties voor nonprofits bij Big Tech.

Relevantie voor dit project

Een initiatief dat kleinere organisaties meer drukingsmiddelen geeft om prijzen te onderhandelen met software aanbieders, weliswaar alleen actief in Big Tech.

5.12 Mobility Factory

themobilityfactory.coop

Mobility Factory is een coöperatie van coöperaties. Ze werd opgericht door een groep van Europese coöperaties in autodelen. De Factory bouwt en onderhoudt een digitaal platform voor burger-tot-burger autodelen en staat ook in voor de aankoop en support van de bijhorende hardware.

Relevantie voor dit project

Een nonprofit vorm van samenwerking tussen gelijkaardige organisaties.

Keuze voor Europese schaal bij aanvang, als voorwaarde om financieel haalbaar te zijn.

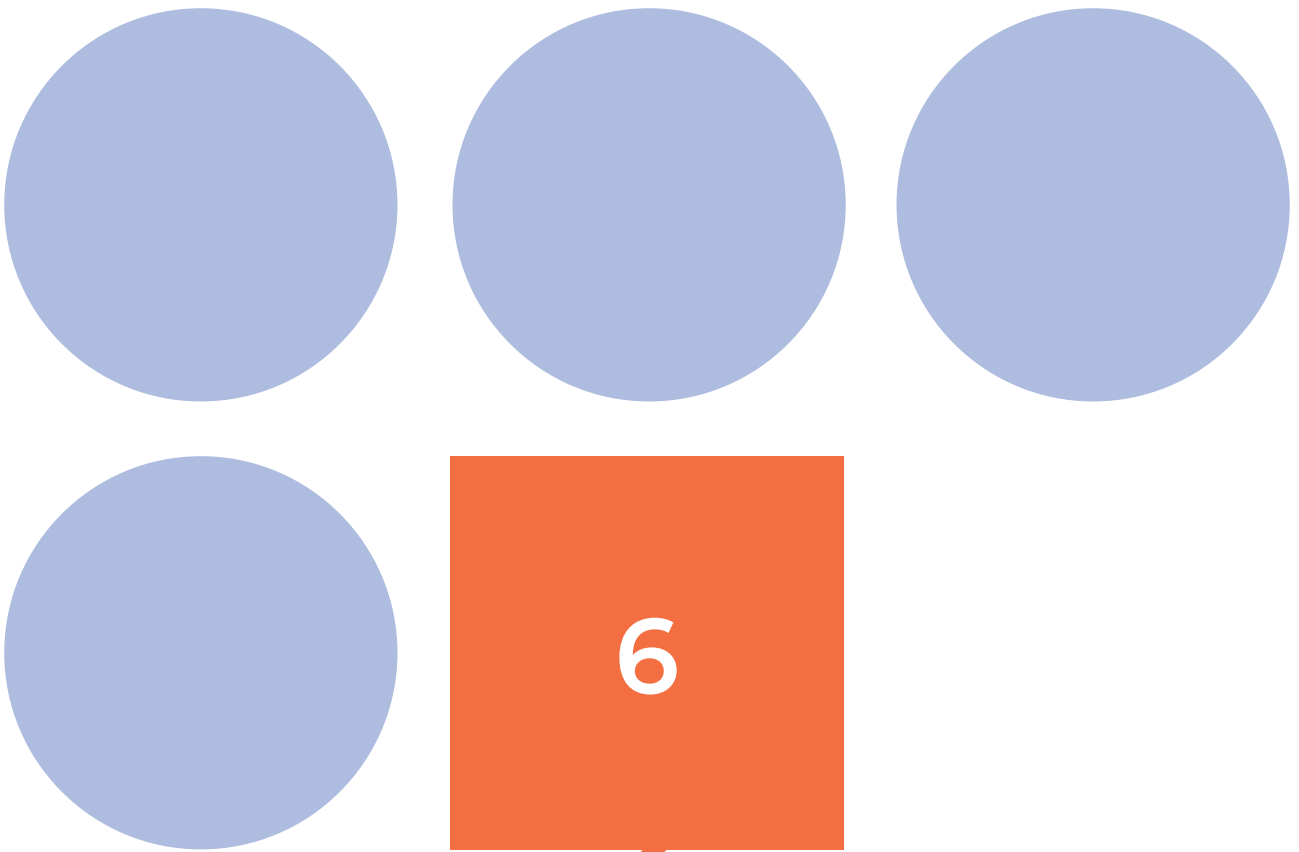
Verregaande ontzorging om burgercoöperaties in staat te stellen een competitief alternatief aan te bieden tegenover de grote spelers in autodelen.

5.13 Inzichten

De analyse van de verschillende initiatieven laat zien dat er in zowel België als Europa een breed scala aan succesvolle digitale samenwerkingsmodellen bestaat, variërend van commerciële platforms tot overheids- en non-profitprojecten. Deze reeks toont een sterke focus op gedeelde infrastructuur, gestandaardiseerde processen en een duidelijke governance-structuur waardoor meerdere organisaties – vaak met uiteenlopende grootte en middelen – profiteren van één gemeenschappelijk systeem. Elk voorbeeld illustreert hoe een centrale digitale laag de operationele efficiëntie verhoogt, de toegang tot data vergroot en de kosten per deelnemer verlaagt.

Wat deze voorbeelden inspirerend maakt voor dit project, zijn factoren als intensieve begeleiding bij onboarding (zoals bij Librel), open-source en modulaire architecturen (bij Meemoo en Ledenbeheer.be), en een licentiemodel dat niet strikt gebonden is aan gebruikersaantallen maar aan bijdrage- of subsidieniveaus (bij Meemoo en Prisme). Daarnaast tonen initiatieven als Cegeka's Dynamics-implementatie en Publiq aan dat een gezamenlijke roadmap en een neutrale beheerder cruciaal zijn om consistentie en schaalbaarheid te waarborgen.

Samengevat bieden deze voorbeelden patronen voor governance, standaardisering en flexibele financiering een solide basis waarop wij een eigen digitaal samenwerkingsplatform kunnen ontwerpen dat zowel de specifieke behoeften van de culturele sector als de bredere eisen van non-profitorganisaties ondersteunt.



Conclusie

Deze analyse laat zien dat een geïntegreerd en gebruiksvriendelijk CRM-platform essentieel is voor sociaal-culturele organisaties die hun relaties, activiteiten, fondsenwerving, ledenbeheer en rapportage willen optimaliseren. De negen functionele domeinen – van contactbeheer tot financiële opvolging en website-integratie – vormen samen een compleet ecosysteem dat zowel operationele efficiëntie als datagedreven besluitvorming ondersteunt. De overlap in functionele noden is bij deze organisaties groot genoeg om een samenwerking mogelijk en wenselijk te maken.

De uitgewerkte scenario's illustreren twee realistische routes naar een dergelijke gedeelde CRM-realiteit. Model 3 biedt een laagdrempelige, kostenbewuste aanpak via een gedeeld “starter-pack”, ideaal voor kleine en middelgrote organisaties met beperkte digitale maturiteit. Model 8 daarentegen presenteert een ambitieus Shared-Service-Center-concept dat schaalvoordelen, centrale governance en continue optimalisatie mogelijk maakt, maar vraagt om een grote collectieve inzet en aanzienlijk langere implementatietijd. In dat model is het belangrijk om voor een getrapte implementatie te gaan, zodat de voordelen zo snel mogelijk gevoeld kunnen worden en er draagvlak voor uitbreiding blijft bestaan. Er is bovendien een mogelijkheid om Model 3 in te zetten als opstap naar Model 8, waar de community die gevormd wordt verder begeleid wordt naar intensievere samenwerking en uiteindelijk het centraliseren van gedeelde CRM taken.

Door Model 8 slim vorm te geven kan het schaalbaar gemaakt worden richting meer soorten van organisaties, wat dit model economisch duurzamer kan maken. Dit kan onder meer door het uitbouwen van een modulaire applicatie architectuur die zich dankzij parametrisatie kan aanpassen aan de noden van verschillende doelgroepen. Het strategisch inzetten van meerdere (opensource) oplossingen kan daarbij de afhankelijkheid van software leveranciers verminderen. Tegelijkertijd vergroot dit de complexiteit in beheer van het ecosysteem waardoor alleen een grotere schaal een rendabele organisatie garandeert.

Beide modellen delen kritieke succesvoorwaarden: voldoende deelnemende organisaties, bereidheid tot standaardisatie van processen, duidelijke interne ownership en een ervaren leverancier die de standaardfunctionaliteit van het gekozen CRM-systeem optimaal benut. Wanneer deze voorwaarden worden vervuld, kan een organisatie – al dan niet via een gezamenlijk initiatief – een robuuste CRM-infrastructuur realiseren die de kwaliteit van data, de effectiviteit van communicatie en de transparantie van financiële en projectgerelateerde processen aanzienlijk verbetert.



Gedeelde functionele vereisten

Deze functionele vereisten weerspiegelen de verzamelde noden, verwachtingen en werkprocessen zoals die naar voor kwamen tijdens de workshops en interviews met stakeholders uit de sector. Ze vormen een uitgebreide weergave van de gewenste mogelijkheden binnen een toekomstig CRM-landschap en bestrijken het volledige spectrum van organisatieprocessen, inclusief contactbeheer, activiteitenwerking, communicatie, fondsenwerving, ledenwerking, rapportage, projectbeheer, financieel beheer, website-integratie, workflowondersteuning en aanvullende ondersteunende domeinen.

De vereisten in deze sectie zijn inhoudelijk volledig gebaseerd op de aangeleverde user stories en geven een goed beeld van de diversiteit aan situaties en processen waarmee organisaties in de sector geconfronteerd worden. Ze maken duidelijk dat de noden breed, soms complex en in sommige gevallen ambitieus of uiteenlopend kunnen zijn.

De beschreven functionaliteiten zijn niet gevalideerd op haalbaarheid, technische complexiteit of kosteneffectiviteit, en vormen dus geen bindende technische specificatie. Ze dienen eerder als een rijk overzicht van verwachtingen die leven binnen de sector, inclusief elementen die mogelijk uitdagend of minder realistisch blijken tijdens latere fases van selectie, ontwerp of implementatie. Het toont bovendien dat de noden van organisaties breder gaan dan de functionele mogelijkheden van de meeste CRM systemen.

Dit overzicht helpt om een volledig beeld te vormen van de gewenste werkingsondersteuning en kan dienen als basis voor verdere prioritering, haalbaarheidsanalyse en concrete vertaalslag naar oplossingen binnen CRM-platformen of geïntegreerde ICT-landschappen.

Vereisten per domein, eerst als overzicht, vervolgens uitgelegd:

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Aanmaken en beheren van activiteiten	Zeer hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Publicatie naar externe kanalen	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Inschrijvingsbeheer	Zeer hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Automatische communicatie rond activiteiten	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Deelnemersbeheer en deelnemersprofielen	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Activiteitstaging en classificatie	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Overzicht van geplande en uitgevoerde activiteiten	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Jaarplanning en langetermijnoverzicht	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Urenregistratie voor medewerkers en vrijwilligers	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Evaluaties en feedbackverzameling	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Kosten- en opbrengstenoverzicht per activiteit	Laag
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Koppeling met betalingsprocessen	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Betrokkenheid van vrijwilligers per activiteit	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Toegang tot informatie tijdens activiteiten	Laag
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Samenhang met andere processen	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Capaciteitsbeheer voor activiteiten	Gemiddeld
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Wachtrijbeheer	Gemiddeld

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Aanwezigheidsregistratie	Hoog
Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Documenten koppelen aan activiteiten	Laag
Communicatie & marketing automation	Beheer van nieuwsbrieven en mailinglijsten	Zeer hoog
Communicatie & marketing automation	Segmentatie voor gerichte communicatie	Zeer hoog
Communicatie & marketing automation	Automatische communicatiestromen op basis van gebeurtenissen	Hoog
Communicatie & marketing automation	Herkomst en tracking van leads	Gemiddeld
Communicatie & marketing automation	Opschonen en beheren van mailinglijsten	Gemiddeld
Communicatie & marketing automation	Gebruik van embeddable formulieren	Hoog
Communicatie & marketing automation	Communicatiegeschiedenis per contact	Hoog
Communicatie & marketing automation	Ondersteuning voor geïntegreerde of gekoppelde systemen	Zeer hoog
Communicatie & marketing automation	Communicatiematerialen toegankelijk maken voor specifieke doelgroepen	Laag
Contact- & relatiebeheer	Contactregistratie en centraal gegevensbeheer	Zeer hoog
Contact- & relatiebeheer	Uniforme identificatie van contacten	Hoog
Contact- & relatiebeheer	Rollen- en functiebeheer	Zeer hoog
Contact- & relatiebeheer	Relaties tussen contacten	Hoog
Contact- & relatiebeheer	Segmentatie van contacten	Zeer hoog
Contact- & relatiebeheer	Interacties en contactmomenten	Hoog
Contact- & relatiebeheer	Eigenaarschap van contacten	Gemiddeld
Contact- & relatiebeheer	Freelancer- en expertbeheer	Laag

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Contact- & relatiebeheer	Datakwaliteit en validaties	Hoog
Contact & relatiebeheer	Selfservice via doelgroep-specifieke portalen	Laag
Contact- & relatiebeheer	Toegangsbeheer en gegevensafscherming	Hoog
Contact- & relatiebeheer	Contacten koppelen aan communicatiekanalen	Gemiddeld
Contact- & relatiebeheer	Overzicht van actieve en minder actieve contacten	Gemiddeld
Contact- & relatiebeheer	Beheer van communicatievoorkeuren per contact	Gemiddeld
Documenten en contracten	Centraal documentbeheer	Gemiddeld
Documenten en contracten	Genereren van documenten op basis van templates	Laag
Documenten en contracten	Digitale ondertekening van contracten en afspraken	Gemiddeld
Financieel beheer	Automatische facturatie op basis van deelname of dienstverlening	Gemiddeld
Financieel beheer	Automatische aanmaningen en betalingsherinneringen	Gemiddeld
Financieel beheer	Integratie met boekhoudsystemen	Hoog
Financieel beheer	Bankkoppeling of import van bankafschriften	Gemiddeld
Financieel beheer	Real-time budgetmonitoring	Hoog
Financieel beheer	Kosten- en uitgavenregistratie	Gemiddeld
Financieel beheer	Ondersteuning voor noodzakelijke export formaten	Laag
Financieel beheer	Ondersteuning voor geïntegreerde en gekoppelde financiële systemen	Gemiddeld
Fondsenwerving	Donateursbeheer en contactoverzicht	Hoog
Fondsenwerving	Registratie en opvolging van donaties	Hoog

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Fondsenwerving	Donor journeys	Gemiddeld
Fondsenwerving	Campagne- en actieoverzicht	Laag
Fondsenwerving	Koppeling met betalingen	Gemiddeld
Fondsenwerving	Genereren van fiscale attesten	Gemiddeld
Fondsenwerving	Inzicht in interesses en voorkeuren van donateurs	Gemiddeld
Fondsenwerving	Donatieflows via website of portaal	Hoog
HR & personeelsopvolging	Opvolgen van HR-cycli	Laag
HR & personeelsopvolging	Registratie van vormings- en opleidingsmomenten	Gemiddeld
HR & personeelsopvolging	Toegang tot HR-documentatie	Laag
Ledenbeheer	Beheer van individuele leden	Hoog
Ledenbeheer	Registratie en beheer van lidorganisaties	Gemiddeld
Ledenbeheer	Portaal voor gegevensbeheer door leden	Gemiddeld
Ledenbeheer	Aanvragen en opvolging met statusmeldingen voor leden	Gemiddeld
Ledenbeheer	Beheer van subsidieaanvragen door leden	Laag
Ledenbeheer	Toegang tot documentatie en informatie	Gemiddeld
Ledenbeheer	Overzicht van activiteiten en interacties van leden	Gemiddeld
Ledenbeheer	Verenigingsagenda en belangrijke data	Laag
Ledenbeheer	Beheer van materiaal- of zaalreserveringen door leden	Laag
Ledenbeheer	Procesondersteuning voor ledencommunicatie	Gemiddeld

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Ledenbeheer	Inzicht in partnernetwerken	Laag
Materiaalbeheer	Registratie en beheer van materiaal	Laag
Materiaalbeheer	Materiaalreservaties en uitleenbeheer	Laag
Materiaalbeheer	Automatische meldingen bij uitleentermijnen	Laag
Materiaalbeheer	Portaaltoegang voor materiaalreservaties	Laag
Project- & subsidiebeheer	Projectregistratie en -structurering	Hoog
Project- & subsidiebeheer	Projectvoortgang en statusopvolging	Hoog
Project- & subsidiebeheer	Koppeling van activiteiten aan projecten	Gemiddeld
Project- & subsidiebeheer	Project-specifieke informatie	Laag
Project- & subsidiebeheer	Financiële opvolging binnen projecten	Hoog
Project- & subsidiebeheer	Opvolging van personeelsinzet binnen projecten	Gemiddeld
Project- & subsidiebeheer	Subsidieaanvragen beheren	Hoog
Project- & subsidiebeheer	Ondersteuning voor AI-vertaling en voorbereiding van subsidieaanvragen	Laag
Project- & subsidiebeheer	Monitoring van subsidievoorwaarden en indicatoren	Gemiddeld
Project- & subsidiebeheer	Rapportage over projecten en subsidies	Hoog
Project- & subsidiebeheer	Documentbeheer gekoppeld aan projecten en subsidies	Gemiddeld
Project- & subsidiebeheer	Samenhang met andere processen	Gemiddeld
Rapportage & data-analyse	Inzicht in strategische en operationele doelstellingen (SD/OD)	Zeer hoog
Rapportage & data-analyse	Automatische periodieke rapporten	Hoog

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Rapportage & data-analyse	Analyse van doelgroepbereik	Hoog
Rapportage & data-analyse	Overzicht van activiteitenresultaten	Hoog
Rapportage & data-analyse	Regionale monitoring	Gemiddeld
Rapportage & data-analyse	Identificatie van actieve en minder actieve contacten of organisaties	Gemiddeld
Rapportage & data-analyse	Project- en subsidierapportage	Hoog
Rapportage & data-analyse	Vrijwilligers- en medewerkersmonitoring	Gemiddeld
Rapportage & data-analyse	Financiële monitoring met koppelingen naar activiteiten en projecten	Hoog
Rapportage & data-analyse	Export en dashboards voor verschillende gebruikersrollen	Hoog
Rapportage & data-analyse	Visualisatie van gegevens	Gemiddeld
Rapportage & data-analyse	Integratie met dataplatformen of analysetools	Laag
Website & portalen	SEO / Zoekmachineoptimalisatie	Laag
Website & portalen	Publicatie van activiteiten naar website	Hoog
Website & portalen	Inschrijving op activiteiten via website of portaal	Zeer hoog
Website & portalen	Portalen voor selfservice door externe gebruikers	Hoog
Website & portalen	Nieuwsbrieveninschrijvingen via website	Hoog
Website & portalen	Toegang tot documentatie en informatie via portalen	Gemiddeld
Website & portalen	Aanvragen via website met opvolgingsflows	Hoog
Website & portalen	Meertaligheid en toegankelijkheid	Gemiddeld
Website & portalen	Browsercompatibiliteit en responsief ontwerp	Gemiddeld

Epic	Requirement	Frequentie van voorkomen
Website & portalen	Synchronisatie tussen CRM en externe systemen	Hoog
Website & portalen	Authenticatie en rolgebaseerde toegang	Gemiddeld
Workflows & automatisering	Automatische intakeflows voor nieuwe contacten en organisaties	Hoog
Workflows & automatisering	Automatische gegevensupdates	Gemiddeld
Workflows & automatisering	Automatische segmentatie van contacten	Hoog
Workflows & automatisering	Automatische opvolgstappen per proces	Gemiddeld
Workflows & automatisering	Automatische herinneringen en meldingen	Gemiddeld
Workflows & automatisering	Integratiegestuurde automatisering met externe systemen	Hoog
Workflows & automatisering	Workflowbeheer voor interne goedkeuringen	Laag
Workflows & automatisering	Procesoverstijgende triggers	Gemiddeld
Workflows & automatisering	Aanpasbare automatiseringsregels	Hoog

7.1. Contact- & relatiebeheer

Contactregistratie en centraal gegevensbeheer

Biedt mogelijkheden om contactgegevens van personen, vrijwilligers, deelnemers, medewerkers, organisaties, scholen en donateurs centraal te registreren en te beheren. Ondersteunt het opslaan, actualiseren en raadplegen van basisinformatie zoals naam, adres, contactgegevens en rol binnen de organisatiecontext.

Uniforme identificatie van contacten

Ondersteunt het beheren van één uniek record per persoon of organisatie, met functies om dubbele gegevens op te sporen en samen te voegen. Dit bevordert datakwaliteit en vermindert het risico op parallelle of inconsistente datasets.

Rollen- en functiebeheer

Faciliteert het toekennen en beheren van meerdere rollen of functies aan één contact, zoals vrijwilliger, deelnemer, beleidsmedewerker, donateur of contactpersoon van een organisatie. Dit creëert een volledig beeld van de verschillende vormen van betrokkenheid per contact.

Relaties tussen contacten

Ondersteunt het leggen en beheren van verbanden tussen contacten en organisaties, zoals koppelingen tussen gezinnen, deelnemers en begeleiders, of contactpersonen binnen dezelfde organisatie. Dit biedt context bij begeleiding, matching en samenwerking.

Segmentatie van contacten

Faciliteert het groeperen en segmenteren van contacten op basis van kenmerken zoals regio, doelgroep, leeftijd, interesses, activiteitshistoriek of betrokkenheid. Dit creëert mogelijkheden voor gerichte communicatie, rapportage en opvolging.

Interacties en contactmomenten

Ondersteunt het registreren en raadplegen van contactmomenten zoals telefonische gesprekken, overlegmomenten, fysieke bezoeken of digitale opvolgingen. Faciliteert het vastleggen van datum, betrokken medewerker en inhoudelijke notities, zodat een volledig beeld ontstaat van de relatie doorheen de tijd.

Eigenaarschap van contacten

Faciliteert het toewijzen van een eigenaar of verantwoordelijke collega per contact of organisatie, zodat duidelijk is wie aanspreekpunt is en wie de relatie opvolgt. Dit ondersteunt interne afstemming en toewijzing van verantwoordelijkheid.

Freelancer- en expertbeheer

Ondersteunt het registreren van freelancers en externe experts, inclusief hun expertise, beschikbaarheid en historiek van uitgevoerde opdrachten. Dit creëert een bruikbaar overzicht voor toekomstige inzet.

Datakwaliteit en validaties

Biedt mogelijkheden om gegevens te controleren op juistheid, volledigheid en consistentie, bijvoorbeeld via validatieregels of periodieke controles. Dit kan ook flows omvatten zoals jaarlijkse bevestiging van adres- of contactgegevens.

Selfservice via doelgroep-specifieke portalen

Faciliteert dat verschillende groepen zoals vrijwilligers, ledenorganisaties, scholen en deelnemers hun eigen gegevens kunnen raadplegen en actualiseren via portalen afgestemd op hun rol. Ondersteunt variabele datavelden per type gebruiker en creëert zo doelgroepspecifieke interacties.

Toegangsbeheer en gegevensbescherming

Ondersteunt verschillende niveaus van toegangsrechten, zodat medewerkers enkel de informatie kunnen raadplegen die relevant is voor hun rol. Dit bevordert een veilige omgang met persoonsgegevens en draagt bij aan naleving van GDPR.

Contacten koppelen aan communicatiekanalen

Biedt mogelijkheden om vast te leggen via welke communicatiekanalen een contact bereikt wordt (nieuwsbrief, magazine, digitale campagne, socials, enz.), en hoe vaak deze communicatie plaatsvindt. Dit creëert inzicht in communicatiestromen en engagement.

Overzicht van actieve en minder actieve contacten

Faciliteert inzicht in de mate van activiteit of betrokkenheid van contacten, bijvoorbeeld op basis van deelname, interacties of respons op communicatie. Dit ondersteunt het identificeren van contacten of organisaties die minder actief zijn en mogelijk geactiveerd kunnen worden.

Beheer van communicatievoorkeuren per contact

Ondersteunt het registreren van voorkeuren voor verschillende communicatievormen, thema's of frequenties, zodat interacties beter worden afgestemd op de behoeften van het contact.

7.2. Activiteiten-, vormings- & eventbeheer

Aanmaken en beheren van activiteiten

Ondersteunt het definiëren, beheren en structureren van activiteiten, vormingen of evenementen, inclusief basisinformatie zoals titel, locatie, datum, tijdstip, doelgroep en aanvullende kenmerken.

Publicatie naar externe kanalen

Faciliteert het publiceren van activiteiten, vormingen en evenementen naar websites of portalen of socials, rechtstreeks of via een gekoppeld CMS. Dit creëert zichtbaarheid en vermindert dubbele invoer.

Inschrijvingsbeheer

Biedt mogelijkheden voor het registreren, beheren en opvolgen van inschrijvingen, inclusief aantallen, status, annuleringsinformatie en deelnemerskenmerken.

Automatische communicatie rond activiteiten

Ondersteunt automatische berichten voor, tijdens of na een activiteit, zoals bevestigingen, herinneringen, praktische informatie en opvolg-e-mails.

Deelnemersbeheer en deelnemersprofielen

Faciliteert het beheren van deelnemersgegevens, inclusief demografische gegevens zoals leeftijdsgroep, postcode of andere relevante parameters voor monitoring en rapportage.

Activiteitstaging en classificatie

Ondersteunt het taggen of classificeren van activiteiten onder strategische doelen, operationele doelen, functies, rollen of andere interne categorieën, zodat rapportage en beleidsopvolging efficiënt kan gebeuren.

Overzicht van geplande en uitgevoerde activiteiten

Faciliteert inzicht in geplande, lopende en afgeronde activiteiten, inclusief parameters zoals doelgroepbereik, registratiegraad, evaluatiescore en relevante metadata. Ondersteunt filtering en analyse om trends, succesfactoren en knelpunten te identificeren.

Jaarplanning en langetermijnoverzicht

Faciliteert het opstellen, raadplegen en aanpassen van jaarplanningen, inclusief zicht op workload, capaciteit en prioriteiten over meerdere maanden.

Urenregistratie voor medewerkers en vrijwilligers

Ondersteunt het registreren van uren die zowel medewerkers als vrijwilligers besteden aan activiteiten, zodat inzicht ontstaat in inzet, capaciteit en bijdrage aan programmadoelstellingen.

Evaluaties en feedbackverzameling

Ondersteunt het opstellen, verzenden en verwerken van evaluatieformulieren per activiteit, zodat inzichten terugvloeien naar verbetering van aanbod en werking.

Kosten- en opbrengstenoverzicht per activiteit

Faciliteert inzicht in de financiële parameters van activiteiten, zoals kosten en opbrengsten, om monitoring en evaluatie te ondersteunen.

Koppeling met betalingsprocessen

Ondersteunt het koppelen van betalingen aan inschrijvingen of deelname, rechtstreeks of via een financieel systeem, zodat opvolging eenvoudig gebeurt en fouten worden verminderd.

Betrokkenheid van vrijwilligers per activiteit

Biedt inzicht in welke vrijwilligers betrokken zijn bij welke activiteiten, inclusief rol, beschikbaarheid en actuele status.

Toegang tot informatie tijdens activiteiten

Faciliteert mobiele of app-gebaseerde toegang tot relevante gegevens voor medewerkers tijdens de uitvoering van activiteiten, zoals deelnemerslijsten, opmerkingen of instructies.

Samenhang met andere processen

Ondersteunt de koppeling van activiteiten aan projecten, doelstellingen of communicatiestromen, zodat administratieve, inhoudelijke en beleidsmatige processen samenhangend kunnen worden opgevolgd.

Capaciteitsbeheer voor activiteiten

Ondersteunt het instellen en beheren van maximumcapaciteiten per activiteit, inclusief automatische sluiting van inschrijvingen wanneer het ingestelde maximum bereikt is.

Wachtlijstbeheer

Faciliteert wachtlijsten voor activiteiten, waarbij contacten automatisch kunnen doostromen wanneer plaatsen vrijkomen. Dit ondersteunt een eerlijke en efficiënte inschrijvingsflow.

Aanwezigheidsregistratie

Maakt het registreren van aanwezigheid van deelnemers tijdens activiteiten mogelijk via digitaal inchecken, scannen of manuele invoer. Dit faciliteert nauwkeurige monitoring en rapportage.

Documenten koppelen aan activiteiten

Faciliteert het koppelen van relevante documenten zoals draaiboeken, handleidingen, werkmaterialen of presentaties aan een activiteit. Dit ondersteunt medewerkers en begeleiders in voorbereiding en uitvoering.

7.3. Communicatie & marketing automation

Beheer van nieuwsbrieven en mailinglijsten

Ondersteunt het opstellen, beheren en verzenden van nieuwsbrieven naar verschillende doelgroepen. Faciliteert het werken met één of meerdere mailinglijsten, zodat contacten automatisch of handmatig kunnen worden toegewezen aan relevante communicatiestromen.

Segmentatie voor gerichte communicatie

Faciliteert het segmenteren van contacten op basis van kenmerken zoals interesses, regio, doelgroep, betrokkenheid of historiek. Dit maakt doelgerichte communicatiecampagnes mogelijk en verhoogt de relevantie van verzuurde berichten.

Automatische communicatiestromen op basis van gebeurtenissen

Faciliteert communicatieflows die automatisch worden geactiveerd door gebeurtenissen zoals inschrijvingen, annuleringen, wijzigingen in status of deelname aan activiteiten. Dit ondersteunt tijdige en relevante opvolging zonder manuele interventie.

Herkomst en tracking van leads

Faciliteert het registreren van de bron waarlangs een contact is binnengekomen (bijv. websiteformulier, event, partner), zodat communicatieteams inzicht krijgen in welke kanalen het meest effectief zijn.

Opschonen en beheren van mailinglijsten

Ondersteunt functies om inactieve of foutieve e-mailadressen te detecteren en te verwijderen of herbevestigen. Dit draagt bij aan een betere afleverbaarheid van berichten en verhoogt de kwaliteit van mailinglijsten.

Gebruik van embeddable formulieren en externe integraties

Ondersteunt zowel geïntegreerde formulieren in het CRM als formulieren afkomstig uit externe CMS- of marketingtools. Faciliteert bidirectionele synchronisatie, zodat gegevens uit formulieren automatisch worden verwerkt binnen segmentaties, workflows en communicatiestromen.

Communicatiegeschiedenis per contact

Biedt mogelijkheden om een overzicht te geven van verzonden berichten, open- en klikgedrag en eerdere campagnes. Dit ondersteunt het beter afstemmen van communicatie op individuele voorkeuren en gedrag.

Ondersteuning voor geïntegreerde of gekoppelde systemen

Faciliteert zowel een scenario waarin communicatie volledig binnen het CRM-platform wordt beheerd, OF een scenario waarin het CRM koppelt met een extern mailingplatform. Ondersteunt data-uitwisseling tussen systemen via API's of synchronisatieprocessen, zodat contact- en segmentatiegegevens consistent blijven.

Communicatiematerialen toegankelijk maken voor specifieke doelgroepen

Biedt mogelijkheden om interne of externe doelgroepen toegang te geven tot eerder verzuurde nieuwsbrieven, inspiratiecontent of themagerichte communicatiematerialen. Dit ondersteunt kennisdeling en betrokkenheid.

7.4. Fondsenwerving

Donateursbeheer en contactoverzicht

Faciliteert het centraal beheren van donateurs, inclusief hun contactgegevens, voorkeuren, historiek en relevante kenmerken. Ondersteunt het koppelen van donateurs aan campagnes en acties en houdt het engagement bij.

Registratie en opvolging van donaties

Ondersteunt het registreren van donaties, inclusief bedragen, tijdstip, status en opmerkingen. Biedt mogelijkheden om donatiegeschiedenis in één overzicht te bekijken, zodat trends en gedrag eenvoudig kunnen worden geïnterpreteerd.

Donor journeys

Faciliteert het opzetten en beheren van donor journeys, bijvoorbeeld een traject van eerste gift tot langdurige betrokkenheid. Ondersteunt automatische of handmatige opvolgstappen gebaseerd op gedrag, segment of donatiehistoriek.

Campagne- en actieoverzicht

Biedt inzicht in lopende en afgeronde fondsenwervingsacties, inclusief doelgroepen, respons, ingezamelde bedragen en conversies. Dit ondersteunt evaluatie en optimalisatie van fondsenwerving.

Koppeling met betalingen

Ondersteunt de automatische koppeling van donaties aan transacties via betaalplatformen of financiële systemen, zodat opvolging efficiënt gebeurt en fouten worden gereduceerd.

Genereren van fiscale attesten

Faciliteert het automatisch genereren van fiscale attesten op basis van donatiegegevens, inclusief de relevante wettelijke drempels en voorwaarden. Maakt het mogelijk om attesten digitaal te verzenden of te exporteren.

Inzicht in interesses en voorkeuren van donateurs

Ondersteunt het registreren en analyseren van voorkeuren, interesses en respons op communicatie, zodat campagnes beter kunnen worden afgestemd op de doelgroep.

Donatieflows via website of portaal

Ondersteunt zowel geïntegreerde donatieformulieren binnen het CRM als koppelingen met externe formulieren of betaalomgevingen. Zorgt dat donatiegegevens automatisch worden gelogd in het CRM voor verdere opvolging.

7.5. Ledenbeheer

Beheer van individuele leden

Ondersteunt het registreren, beheren en actualiseren van individuele leden, inclusief persoonlijke gegevens, lidmaatschapsstatus, historiek van deelname, voorkeuren en betrokkenheid. Faciliteert inzicht in lidmaatschapsperiodes, verlengingen, contributies (indien van toepassing) en relevante interacties, zodat zowel administratieve opvolging als ledenbetrokkenheid efficiënt kan worden ondersteund.

Registratie en beheer van lidorganisaties

Faciliteert het registreren, beheren en actualiseren van gegevens van lidorganisaties, inclusief contactgegevens, verantwoordelijken, structuurkenmerken en relevante administratieve informatie. Ondersteunt het koppelen van personen aan lidorganisaties om de interne werking en communicatie te structureren.

Portaal voor gegevensbeheer door leden

Ondersteunt een portaal waarin lidorganisaties hun gegevens kunnen raadplegen en actualiseren, inclusief contactpersonen, bestuursleden en communicatievoorkeuren. Dit bevordert datakwaliteit en vermindert manuele opvolgwerkzaamheden.

Aanvragen en opvolging met statusmeldingen voor leden

Faciliteert het indienen en opvolgen van aanvragen door ledenorganisaties, waarbij statusupdates, meldingen en historiek beschikbaar zijn via hun portaal. Ondersteunt tijdige communicatie en transparante opvolging van ingediende aanvragen.

Beheer van subsidieaanvragen door leden

Faciliteert het indienen, opvolgen en raadplegen van subsidieaanvragen via een portaal of formulier, inclusief de mogelijkheid om documenten te uploaden of te downloaden. Ondersteunt historiek en transparante opvolging van statussen.

Toegang tot documentatie en informatie

Ondersteunt het beschikbaar stellen van relevante documenten aan leden, zoals reglementen, aanvraagformulieren, richtlijnen of handleidingen. Faciliteert zowel downloaden als digitaal invullen, afhankelijk van het type document.

Overzicht van activiteiten en interacties van leden

Biedt inzicht in de activiteiten die lidorganisaties organiseren of bijwonen, inclusief historiek, deelnemersaantallen en eventuele opvolging. Dit ondersteunt monitoring en beleidsrapportage.

Verenigingsagenda en belangrijke data

Faciliteert toegang tot een overzicht van belangrijke data, activiteiten of overlegmomenten die relevant zijn voor lidorganisaties. Ondersteunt het toevoegen aan persoonlijke agenda's en raadplegen via portaal.

Beheer van materiaal- of zaalreserveringen door leden

Ondersteunt functionaliteit waarbij leden materiaal of ruimtes kunnen reserveren, inclusief beschikbaarheidsstatus en reserveringshistoriek.

Procesondersteuning voor ledencommunicatie

Faciliteert het onderhouden van gerichte communicatie met lidorganisaties, zoals nieuwsbrieven en mededelingen. Ondersteunt segmentatie op basis van profielkenmerken of activiteitshistoriek.

Inzicht in partnernetwerken

Biedt mogelijkheden voor leden om een overzicht te raadplegen van relevante partners per thema of werkveld, zodat samenwerking en kennisdeling gestimuleerd worden.

7.6. Rapportage & data-analyse

Inzicht in strategische en operationele doelstellingen (SD/OD)

Faciliteert rapportage die resultaten structureert volgens SD en OD, aangevuld met indicatoren per doelgroep, regio, activiteitstype of betrokkenheidsgraad. Ondersteunt diepgaande beleidsopvolging door verschillende invalshoeken te combineren.

Automatische periodieke rapporten

Ondersteunt het genereren en versturen van automatische rapportages op vaste tijdsintervallen, zoals kwartaalrapportage of jaarlijkse overzichten van doelgroepbereik, SD/OD-relaties of betrokkenheid. Dit vermindert handmatig werk en ondersteunt continue monitoring.

Analyse van doelgroepbereik

Faciliteert rapportage over kenmerken van bereikte doelgroepen zoals leeftijd, postcode of andere profielkenmerken. Ondersteunt indicatoren voor monitoring, impactmeting en verantwoording aan externe stakeholders.

Overzicht van activiteitenresultaten

Ondersteunt rapportages over deelname, evaluatiegegevens, bereik, activiteitstypes en trends. Biedt mogelijkheden om zowel totaaloverzichten als gedetailleerde analyses per activiteit te genereren.

Regionale monitoring

Faciliteert analyses op basis van regio's, waaronder rapporten over bereik, betrokkenheid, doelgroepen en trends. Ondersteunt filtering op geografische parameters voor beleidsopvolging.

Identificatie van actieve en minder actieve contacten of organisaties

Biedt mogelijkheden om inzicht te krijgen in engagement-niveaus, zoals activiteitshistoriek, respons op communicatie, deelname aan trajecten of consumptie van diensten. Ondersteunt outreach- en heractiveringsstrategieën.

Project- en subsidierapportage

Faciliteert rapportage rond projectvoortgang, financiële parameters, SD/OD-koppelingen en indicatoren gekoppeld aan subsidies. Ondersteunt zowel interne opvolging als verantwoording naar subsidieverstrekken.

Vrijwilligers- en medewerkersmonitoring

Ondersteunt rapportages over actieve vrijwilligers, inzet, rollen en betrokkenheid. Biedt inzicht in trends, matching, beschikbaarheid en evolutie van vrijwilligersnetwerken.

Financiële monitoring met koppelingen naar activiteiten en projecten

Biedt mogelijkheden om budgetten, kosten, opbrengsten en financiële indicatoren te rapporteren in relatie tot activiteiten, projecten en doelstellingen. Ondersteunt koppelingen met financiële systemen voor actuele inzichten.

Export en dashboards voor verschillende gebruikersrollen

Ondersteunt het genereren van dashboards en rapportages afgestemd op verschillende rollen zoals medewerkers, vrijwilligers of projectleiders. Faciliteert export van zowel ruwe data als geaggregeerde visualisaties voor verdere analyse.

Visualisatie van gegevens

Faciliteert grafieken, dashboards en visuele rapporten die trends en voortgang inzichtelijk maken voor beleidsmakers, teams en stakeholders.

Integratie met dataplatformen of analysetools

Ondersteunt scenario's waarbij datasets automatisch worden uitgewisseld met externe analysetools of dataplatformen, zodat diepgaandere analyses mogelijk zijn zonder dubbele dataverwerking.

7.7. Project- & subsidiebeheer

Projectregistratie en -structurering

Faciliteert het registreren en structureren van projecten, inclusief basisgegevens, fasering, doelstellingen en betrokken medewerkers. Ondersteunt het koppelen van projecten aan SD en OD zodat beleidsopvolging mogelijk wordt.

Projectvoortgang en statusopvolging

Biedt mogelijkheden om de voortgang van projecten op te volgen via statussen, mijlpalen en geplande acties. Ondersteunt inzicht in waar projecten zich bevinden binnen hun traject en welke stappen nog moeten worden uitgevoerd.

Koppeling van activiteiten aan projecten

Ondersteunt het verbinden van activiteiten, vormingen of begeleidingen aan projecten, zodat resultaten, inzet en bereik logisch binnen een projectcontext kunnen worden opgevolgd.

Project-specifieke informatie

Faciliteert per project een ruimte waar medewerkers aanvullende informatie kunnen bijhouden, zoals documenten, notities of bijkomende informatie relevant voor dat project.

Financiële opvolging binnen projecten

Ondersteunt inzicht in budgetten, uitgaven, inkomsten en resterende middelen per project. Faciliteert de koppeling van facturen, kosten en onkostennota's aan projectbudgetten zodat financiële monitoring accuraat verloopt.

Opvolging van personeelsinzet binnen projecten

Biedt mogelijkheden om personeelsuren of inzet te koppelen aan projecten, zodat opvolging en rapportage over werklust en middeleninzet per project mogelijk is.

Subsidieaanvragen beheren

Ondersteunt het indienen, opslaan en opvolgen van subsidieaanvragen, inclusief concepten, ingediende versies, goedkeuringen, afwijzingen en deadlines. Faciliteert het bewaren van relevante documenten en historiek.

Ondersteuning voor AI-vertaling en voorbereiding van subsidieaanvragen

Faciliteert een proces waarbij subsidieaanvragen automatisch vertaald of voorbereid kunnen worden om administratieve lasten te verlagen en consistentie te bevorderen.

Monitoring van subsidievoorwaarden en indicatoren

Biedt mogelijkheden om subsidievoorwaarden, indicatoren en succesfactoren te koppelen aan projecten en activiteiten, zodat opvolging en rapportage richting subsidiegevers duidelijk en onderbouwd verlopen.

Rapportage over projecten en subsidies

Ondersteunt rapportages over de status, resultaten, budgetbesteding en indicatoren van projecten en subsidies. Faciliteert export, filtering en gebruik in evaluaties of verantwoording.

Documentbeheer gekoppeld aan projecten en subsidies

Faciliteert het bewaren en raadplegen van project- en subsidiedocumenten, zoals overeenkomsten, begrotingen, indieningsdocumenten en rapportages. Ondersteunt versiebeheer.

Samenhang met andere processen

Ondersteunt de integratie van projectwerking met andere processen zoals activiteitenbeheer, vrijwilligersbeheer, communicatie en financiële opvolging, zodat projecten vanuit meerdere perspectieven coherent kunnen worden opgevolgd.

7.8. Financieel beheer

Automatische uitgaande facturatie op basis van deelname of dienstverlening

Ondersteunt het genereren van facturen op basis van aanwezigheid, inschrijvingen, diensten of andere financiële parameters. Faciliteert workflows waarin facturen automatisch worden aangemaakt, verzonden of klaargezet voor verdere verwerking.

Automatische aanmaningen en betalingsherinneringen

Faciliteert het automatisch versturen van herinneringen naar contacten met openstaande betalingen, inclusief opvolgstatus en historiek. Dit vermindert manuele administratielast.

Integratie met boekhoudsystemen

Ondersteunt gegevensuitwisseling met boekhoudsoftware voor registratie van inkomsten, uitgaven, analytische codes, facturen en donaties. Faciliteert scenario's met directe API-koppeling of periodieke import/export.

Bankkoppeling of import van bankafschriften

Biedt mogelijkheden om bankafschriften automatisch in te lezen of te koppelen aan het CRM, zodat transacties automatisch gematcht kunnen worden met inschrijvingen, facturen of donaties.

Real-time budgetmonitoring

Ondersteunt inzicht in beschikbare en gebruikte budgetten per project, activiteit, financiële categorie of medewerker. Faciliteert opvolging van budgetten en tijdige signalering bij overschrijding.

Kosten- en uitgavenregistratie

Faciliteert het registreren van kosten, onkostennota's en uitgaven door medewerkers, inclusief koppeling aan projecten, activiteiten of budgetlijnen. Ondersteunt digitale indiening en goedkeuringsflows.

Ondersteuning voor noodzakelijke export formaten

Faciliteert het automatisch structureren of exporteren van financiële gegevens in formats die aansluiten bij vereisten van subsidiërende overheden, zodat foutenmarge en manuele workload worden verminderd.

Ondersteuning voor geïntegreerde en gekoppelde financiële systemen

Biedt flexibiliteit om financieel beheer uit te voeren binnen het CRM of via koppelingen met externe systemen, waarbij gegevens consistent worden gesynchroniseerd en correct worden gevalideerd.

7.9. Website & portalen

Publicatie van activiteiten naar website

Ondersteunt het automatisch of handmatig publiceren van activiteiten, vormingen of evenementen vanuit het CRM naar een gekoppelde website. Faciliteert zowel geïntegreerde CMS-scenario's als koppelingen via API's of webhooks wanneer een extern CMS wordt gebruikt.

Inschrijving op activiteiten via website of portaal

Faciliteert inschrijvingsformulieren op de website of in externe portalen, waarbij gegevens automatisch worden geregistreerd in het CRM. Ondersteunt zowel geïntegreerde formulieren als koppelingen met externe systemen.

Portalen voor selfservice door externe gebruikers

Biedt mogelijkheden voor specifieke doelgroepen zoals vrijwilligers, scholen, deelnemers of ledenorganisaties om via een portaal informatie te raadplegen en bij te werken. Ondersteunt toegangsbeheer, profielupdates en toegang tot relevante functionaliteiten.

Nieuwsbrief-inschrijvingen via website

Faciliteert inschrijvingen op nieuwsbrieven via formulieren op de website. Ondersteunt automatische synchronisatie met CRM-segmenten of externe mailingplatformen.

Toegang tot documentatie en informatie via portalen

Ondersteunt het aanbieden van informatie, documenten en hulpmiddelen binnen externe portalen, afgestemd op de rol van de gebruiker (zoals vrijwilligers of ledenorganisaties).

Aanvragen via website met opvolgingsflows

Faciliteert het indienen van aanvragen via webformulieren, waarbij deze automatisch worden geregistreerd in het CRM en doorstromen in opvolgflows. Ondersteunt statusbeheer, meldingen en toewijzing aan medewerkers voor verdere verwerking.

Meertaligheid en toegankelijkheid

Ondersteunt meertalige interfaces en toegankelijkheidsvereisten (zoals conformiteit met toegankelijkheidsrichtlijnen), zodat websites en portalen bruikbaar zijn voor uiteenlopende doelgroepen.

Browsercompatibiliteit en responsief ontwerp

Faciliteert bediening op verschillende toestellen en browsers, zodat gebruikers op een gebruiksvriendelijke manier toegang hebben tot website- en portaalfunctionaliteit.

Synchronisatie tussen CRM en externe systemen

Ondersteunt gegevensuitwisseling tussen CRM en externe CMS-, portaal- of formuliertools. Faciliteert bidirectionele of unidirectionele synchronisatie afhankelijk van de architectuurkeuze.

Authenticatie en rolgebaseerde toegang

Ondersteunt veilige authenticatie voor externe gebruikers, met rolgebaseerde toegang tot functionaliteiten zoals gegevensbeheer, documenten, aanvragen of activiteiten. Faciliteert verschillende rechtenprofielen voor doelgroepen zoals scholen, vrijwilligers of ledenorganisaties.

SEO / Zoekmachineoptimalisatie

Ondersteunt het optimaliseren van content en pagina's voor zoekmachines in het geval van een geïntegreerd CMS. In scenario's met extern CMS faciliteert het systeem gegevensuitwisseling zodat content elders kan worden geoptimaliseerd.

7.10. Workflows & automatisering

Automatische intakeflows voor nieuwe contacten en organisaties

Faciliteert geautomatiseerde processen die nieuwe contacten, vrijwilligers, deelnemers of organisaties op een gestructureerde manier registreren. Ondersteunt validatiestappen, automatische tagging en toewijzing aan verantwoordelijken.

Automatische gegevensupdates

Ondersteunt workflows voor het automatisch bijwerken van gegevens, zoals adresverificatie, jaarlijkse bevestiging van contactgegevens of actualisatie van organisatie-informatie. Dit vermindert manuele opvolging en versterkt datakwaliteit.

Automatische segmentatie van contacten

Faciliteert regels of triggers die contacten automatisch toewijzen aan segmenten op basis van gedrag, interesses, profielkenmerken of deelname. Dit ondersteunt gerichte communicatie en monitoring.

Automatische opvolgstappen per proces

Ondersteunt opvolgstappen voor trajecten zoals matching, begeleiding, vorming of vrijwilligersinzet. Mogelijkheden omvatten automatische herinneringen, statuswijzigingen of notificaties naar verantwoordelijke medewerkers.

Automatische herinneringen en meldingen

Faciliteert het instellen van herinneringen voor deadlines, lopende aanvragen, feedbackmomenten of administratieve verplichtingen. Dit ondersteunt tijdige opvolging zonder manuele interventie.

Integratiegestuurde automatisering met externe systemen

Ondersteunt automatiseringen die worden geactiveerd op basis van gegevens afkomstig uit externe systemen zoals CMS'en, mailingtools of betaalplatformen. Faciliteert automatische aanmaak of updates van contacten, inschrijvingen of segmenten, zodat processen consistent en efficiënt verlopen.

Workflowbeheer voor interne goedkeuringen

Faciliteert goedkeuringsflows voor processen zoals onkostennota's, subsidieaanvragen, projectdocumenten of inschrijvingen met voorbehoud. Ondersteunt statussen, meldingen en historiek.

Procesoverstijgende triggers

Ondersteunt triggers die gegevens of acties synchroniseren tussen verschillende functionele domeinen, zoals activiteiten ↔ projecten, donaties ↔ financiële rapportage of vrijwilligers ↔ communicatieflows.

Aanpasbare automatiseringsregels

Faciliteert het configureren van regels, voorwaarden en acties door beheerders, zonder technische tussenkomst. Ondersteunt flexibiliteit zodat organisaties automatiseringen kunnen afstemmen op hun veranderende werking.

7.11. Overige

7.11.1 Documenten en contracten

Centraal documentbeheer

Ondersteunt het opslaan, beheren en terugvinden van documenten die gekoppeld zijn aan contacten, organisaties, projecten of activiteiten. Faciliteert versiebeheer, metadata en gestructureerde opslag.

Genereren van documenten op basis van templates

Faciliteert het aanmaken van documenten zoals overeenkomsten, vrijwilligersverklaringen of projectdocumenten op basis van vooraf gedefinieerde sjablonen. Ondersteunt het automatisch invullen van velden op basis van CRM-gegevens.

Digitale ondertekening van contracten en afspraken

Ondersteunt digitale handtekeningen van documenten die door vrijwilligers, deelnemers of organisaties moeten worden bevestigd. Faciliteert opvolging van ondertekenstatus en archivering van ondertekende documenten.

7.11.2 HR & personeelsopvolging

Opvolgen van HR-cycli

Ondersteunt het beheer van HR-processen zoals evaluaties, functioneringsgesprekken, doelstellingsgesprekken en opvolgmomenten. Faciliteert planning, documentatie en historiek.

Registratie van vormings- en opleidingsmomenten

Faciliteert het registreren van interne of externe vormingen die medewerkers volgen, inclusief urenregistratie, certificaten en koppeling aan HR-dossiers.

Toegang tot HR-documentatie

Biedt mogelijkheden om relevante HR-documenten zoals policies, formulieren en handleidingen beschikbaar te maken voor medewerkers, eventueel via een intern portaal.

7.11.3 Materiaalbeheer

Registratie en beheer van materiaal

Faciliteert het registreren van materialen, inclusief kenmerken zoals type, locatie, aantal, staat en unieke codes. Ondersteunt gebruik voor uitleendienst, activiteiten of interne logistiek.

Materiaalreservaties en uitleenbeheer

Ondersteunt het reserveren en uitlenen van materialen, inclusief uitleentermijnen, beschikbaarheidsstatus en terugbrengregistratie. Faciliteert opvolging en historiek van uitleningen.

Automatische meldingen bij uitleentermijnen

Faciliteert meldingen of herinneringen voor uitleentermijnen, zodat gebruikers tijdig worden geïnformeerd over het terugbrengen van materiaal.

Portaaltoegang voor materiaalreservaties

Ondersteunt het reserveren of aanvragen van materiaal via een extern portaal door ledenorganisaties, vrijwilligers of andere doelgroepen. Gegevens worden automatisch gesynchroniseerd met het CRM.

Overzicht CRM systemen

Dit overzicht bevat een long-list van CRM systemen die gewogen werden op verschillende manieren, in het kader van dit onderzoek. De lijst kwam tot stand op basis van:

- Gebruikte systemen in de Socius community
- Systemen aangeraden door Enter Digital
- Systemen die Europese soevereiniteit garanderen

Vervolgens werd door Enter Digital een scoring uitgevoerd op de verschillende functionele domeinen voor de deelnemende organisaties, gebaseerd op uitgebreide ervaring bij non profit organisaties.

Dit is geen beoordeling van de verschillende functionele domeinen in het algemeen, maar toont in welke mate elk systeem aansluit op de precieze functionele noden zoals die door de deelnemende organisaties ingevuld werden tijdens dit project (zie bijlage I). De lijst bevat geen informatie over de zeer uiteenlopende prijsklassen van deze systemen. De scoring gaat uit van een standaard implementatie van elke tool, zonder specifieke aanpassingen die buiten de standaard licentieprijs zouden vallen.

Leverancier / applicatie	Contact- & relatiebeheer	Ledenbeheer	Fondsenwerving	Activiteiten-, vormings- & eventbeheer	Project- & subsidie beheer	Comm & marketing automation	Financieel beheer	Workflows & automation	Website & portalen	Reporting & analyse	Totaal score
Bigin (Zoho) 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	18%
CiviCRM	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	60%
Eudonet 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	64%
Microsoft Dynamics 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	66%
Odoo 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	56%
Salesforce 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	50%
Parcours 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	58%
Procurios 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	66%
Stratics 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	36%
Teamleader 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	28%
Tribe (Efficacy) 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	32%
Twizzit 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	42%
Xapti 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	44%
Zoho One 	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	50%



CRM samenwerkings- modellen

We leggen elk van de mogelijke modellen uit die toelaten om met meerdere organisaties een samenwerking aan te gaan rond CRM en data gebaseerd werken. Deze modellen gaan van minder ambitieus naar heel ambitieus en verschillen ook sterk in financiële implicaties. Ze worden voorgesteld als losstaande modellen, maar er kunnen zowel combinaties van modellen gemaakt worden als tussenvormen uitgewerkt worden.

Voor elk model bekeken we zowel de technologische keuzemogelijkheden als de governance en ook de meest logische financieringsmogelijkheden.

9.1. Model 1: Kennisdeling via kennisinstituut



In dit scenario wordt geen nieuw kennisinstituut opgericht. In plaats daarvan wordt aangesloten bij het bestaande model van bijvoorbeeld Socius Digitaal, dat een rol vervult als kenniscentrum voor digitalisering binnen het sociaal-cultureel werk. Het scenario focust op het versterken van kennisdeling, begeleiding en expertise-opbouw, zonder gezamenlijke technologie of implementaties op te zetten.

Socius biedt een neutrale, sectorbrede plek waar organisaties terecht kunnen voor inzichten, inspiratie en ondersteuning rond CRM, digitalisering, data en technologie. Het doel is professionalisering en het vermijden van versnippering, terwijl organisaties volledig autonoom blijven in hun keuzes. Dit kennisinstituut kan ook een samenwerking worden tussen verschillende ondersteunende organisaties uit de sector.

9.1.1 Technologische keuze

Er is geen centrale technologische keuze, omdat Socius:

1. Technologie-onafhankelijk werkt

Socius adviseert en begeleidt, maar biedt geen eigen CRM-systeem aan. Het ondersteunt organisaties bij het maken van hun eigen keuzes.

2. Vergelijkende kennis en hulpmiddelen ontwikkelt

Denk aan tools, methodieken, referentiemodellen, checklists en maturity scans die helpen bij CRM-selectie en digitale strategie.

3. Voorbeeldcases en demonstraties kan organiseren

Socius kan leveranciers uitnodigen, demo's faciliteren en praktijkvoorbeelden verzamelen om kennis te delen.

Technologie blijft dus keuze van de organisatie, Socius ondersteunt met expertise.

9.1.2 Governance

De governance is licht en volgt de bestaande werking van Socius.

Belangrijkste elementen:

1. Socius bepaalt de basiswerking

Vanuit haar bestaande opdracht voor digitalisering bepaalt Socius welke thema's, tools en begeleiding prioriteit krijgen.

2. Sectorbetrokkenheid via consultatie

Socius kan input verzamelen via denkgroepen, klankbordgroepen of sectorbrede bevestigingen om de nood aan ondersteuning rond CRM scherp te houden.

3. Vrij gebruik zonder verplichting

Organisaties maken vrijwillig gebruik van de kennis, tools en begeleiding. Er zijn geen formele verplichtingen of langdurige samenwerkingen.

4. Open documentatie en kennisdeling

Kennis, inzichten en richtlijnen worden publiek toegankelijk gemaakt via het digitale platform van Socius.

9.1.3 Financiering

De financiering sluit aan bij het bestaande model van Socius:

1. Structurele subsidiëring

De basiswerking van Socius Digitaal wordt gefinancierd via bestaande sector- en beleidsmiddelen.

2. Geen extra kosten voor basisdiensten

Sectorbrede kennisdeling en basisbegeleiding blijven kosteloos voor organisaties.

3. Projectsubsidies voor verdieping

Voor grotere trajecten (bv. sectoranalyse, CRM-verkenning, maturity scans, trainingstrajecten) kan Socius aanvullend projectbudget aanvragen.

4. Betaalde verdieping mogelijk

Opleidingen, trajecten of individuele begeleiding kunnen tegen een lage kost worden aangeboden.

9.1.4 Risicoanalyse en motivatie

9.1.4.1 Risico's

- **Geen gezamenlijke implementatiekracht:** Socius ondersteunt, maar voert geen technologie of systemen in.
- **Impact afhankelijk van capaciteit van organisaties:** kennis alleen leidt niet automatisch tot verandering.
- **Mogelijke druk op Socius:** bij grote vraag naar begeleiding of intensieve ondersteuning.
- **Afhankelijkheid van structurele financiering** voor voortdurende kwaliteitsvolle ondersteuning.

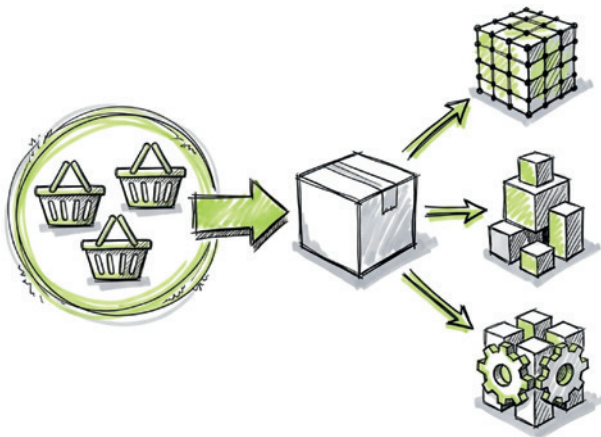
9.1.4.2 Motivatie

- **Neutrale, onafhankelijke expertise:** Socius is geen leverancier en geen commerciële partij.
- **Continuïteit en stabiliteit:** past goed bij de bestaande opdracht en werking van Socius.
- **Lagere kost en drempel:** alle organisaties kunnen profiteren zonder grote investeringen.
- **Sectorbrede kennisdeling:** voorkomt versnippering en helpt organisaties sneller en beter beslissingen te nemen.
- **Versterking van autonomie:** organisaties blijven vrij in hun keuzes, maar krijgen wél duidelijke kaders en adviezen waardoor ze meer geïnformeerde keuzes kunnen maken.
- **Mogelijk groeipad:** dit scenario kan een opstap zijn naar intensere samenwerkingen zoals groepsaankoop of gedeelde platform-modellen.

9.1.5 Succesvol voorbeeld

DEN kennisinstituut in Nederland

9.2. Model 2: Groepsaankoop commercieel of open source CRM



In dit scenario bundelen meerdere sociaal-culturele organisaties hun krachten om gezamenlijk een bestaande CRM-oplossing aan te kopen. De samenwerking richt zich uitsluitend op de selectie- en aankoopfase: het opstellen van een gedeeld lastenboek, het doorlopen van de selectierondes en het onderhandelen van een groepskorting.

Wanneer de deelnemers aanbestedingsplichtig zijn, kan er één gezamenlijke aanbesteding worden georganiseerd voor de volledige groep. Dit vermindert de administratieve last, zorgt voor uniforme voorwaarden en geeft de markt een duidelijke, coherente vraag. Na gunning volgt elke organisatie haar eigen implementatietraject.

Na de aankoop werkt elke organisatie autonoom verder, met een individuele configuratie en migratie onder begeleiding van de gekozen leverancier of implementator. Dit scenario biedt schaalvoordelen zonder langdurige verplichtingen.

9.2.1 Technologische keuze

Dit model is geschikt voor:

- **bestaande commerciële CRM-systemen**, van grote internationale spelers tot niche-oplossingen;
- **open source CRM-systemen** waarbij implementatie door één partij kan gebeuren.

Aandachtspunten:

- Grotere leveranciers bieden vaak meer ruimte voor groepskortingen.
- Sommige systemen werken met implementatiepartners, anderen doen zowel technologie als implementatie zelf.
- Open source is mogelijk, al ligt de verantwoordelijkheid voor hosting en beheer vaak bij een implementator.
- Bij een verplichte aanbesteding kan één gezamenlijke procedure worden opgezet, met duidelijke gunningscriteria voor de hele groep.

9.2.2 Governance

De governance in dit scenario blijft licht en tijdelijk, gericht op de startfase.

Kernpunten:

- Gezamenlijk opstellen van een lastenboek met minimaal 80% gedeelde noden.
- Afspraken over evaluatiecriteria, selectiemethodiek en beslissingsprocedures.
- Gezamenlijke planning van demo's, marktconsultaties en gesprekken met leveranciers.
- Indien nodig: één collectieve aanbesteding voor alle deelnemers, volgens één gezamenlijke procedure.
- Een partnerschapsverklaring die afbakt wat de samenwerking wel en niet omvat.

Na contractondertekening eindigt de gezamenlijke governance.

9.2.3 Financiering

Er zijn twee soorten kosten:

9.2.3.1 Gedeelde kosten

- Projectbegeleiding voor analyse, lastenboek en selectie.
- Eventuele juridische en administratieve kosten voor een gezamenlijke openbare aanbesteding.
- Kosten voor marktverkenning en faciliteren van aanbieder-sessies.

Deze kosten worden gedeeld volgens een afgesproken verdeelsleutel (bv. gelijk bedrag per organisatie of pro-rata op grootte).

9.2.3.2 Individuele kosten

- Licenties van het CRM-systeem.
- Configuratie en implementatie per organisatie.
- Migratie en eventuele optionele modules.

Elke organisatie beheert haar eigen implementatiebudget. In geval van openbare aanbesteding kan er wel gebruikgemaakt worden van een gezamenlijk raamcontract met onderhandelde uurprijzen.

9.2.4 Risicoanalyse en motivatie

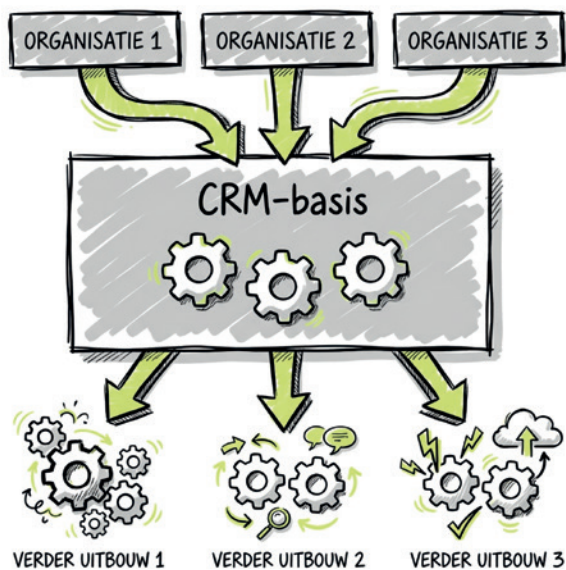
9.2.4.1 Risico's

- De samenwerking stopt na de aankoop, waardoor geen gezamenlijke sturing meer bestaat.
- Grote verschillen in noden kunnen een gedeeld lastenboek bemoeilijken.
- Groepskorting garandeert niet automatisch een functioneel betere oplossing.
- Een gezamenlijke aanbesteding vereist goede voorbereiding en afstemming tussen deelnemers en een strakke regie van het proces.

9.2.4.2 Motivatie

- Laagdrempeligste samenwerkingsvorm.
- Eén gezamenlijke aanbesteding verlaagt administratieve lasten en zorgt voor uniforme voorwaarden.
- Organisaties behouden maximale autonomie na de aankoop.
- Interessant voor verbeterde prijsonderhandelingen en gedeelde expertise in de selectie- en aanbestedingsfase.

9.3. Model 3: Groepsaankoop met starter pack



In dit scenario bundelen meerdere sociaal-culturele organisaties hun krachten om niet alleen een gezamenlijke aankoop te doen, maar ook een gedeelde basisconfiguratie van het CRM te laten ontwikkelen. De groep doorloopt samen de volledige selectiefase, onderhandelt groepskortingen op licenties en implementatie, en laat een gemeenschappelijk “starter pack” configureren op basis van gedeelde behoeften.

Na oplevering van deze configuratie gaat elke organisatie autonoom verder met haar eigen omgeving, verdere inrichting en datamigratie. De samenwerking stopt na de oplevering van het starter pack.

9.3.1 Technologische keuze

Dit model is geschikt voor bestaande commerciële CRM-systemen en sommige open source oplossingen waarbij een gemeenschappelijke configuratie technisch haalbaar is.

Bij sommige CRM-technologieën gebeurt alles met één partij (zowel product als implementatie). Bij andere systemen werken softwareleverancier en implementator als aparte organisaties.

Aandachtspunten:

1. Gedeelde configuratie moet mogelijk zijn

Het CRM moet een setup ondersteunen waarbij een basisconfiguratie reproduceerbaar is voor meerdere organisaties.

2. Variatie in configuratiemogelijkheden

Hoe flexibeler het platform, hoe makkelijker een starter pack kan worden opgebouwd.

3. Kortingspotentieel

Grotere systemen bieden vaak meer ruimte voor korting, maar kwaliteit of geschiktheid hangt niet af van de grootte van de leverancier.

4. Geen maatwerk binnen het starter pack

De gedeelde configuratie bestaat uit generieke processen, velden, rapporten en workflows die voor iedereen bruikbaar zijn.

9.3.2 Governance

De governance is tijdelijk en projectmatig, want de samenwerking stopt na de gezamenlijke configuratie.

Belangrijkste elementen:

1. Gezamenlijk lastenboek

Deelnemers formuleren samen een gedeeld lastenboek met minstens 80% gemeenschappelijke noden.

2. Projectgroep voor selectie en configuratie

Vertegenwoordigers van elke organisatie nemen deel aan:

- marktverkenning
- demo's
- selectieprocedure
- prioritering van de inhoud van het starter pack
- evaluatie van de kwaliteit van de configuratie

3. Heldere scope-afspraken

Om conflicten te vermijden wordt vooraf afgesproken:

- wat tot het starter pack behoort
- wat individuele configuratie is
- hoe wijzigingen tijdens het project worden beslist

4. Geen blijvende governance

Na oplevering van het starter pack stopt de samenwerking en werkt elke organisatie individueel verder met de implementator.

9.3.3 Financiering

De financiering is opgesplitst in gedeelde en individuele kosten.

9.3.3.1 Gedeelde kosten

- begeleiding voor analyse, lastenboek en selectie
- ontwerp en ontwikkeling van de gedeelde configuratie ("starter pack")
- gezamenlijke workshops en testmomenten
- projectcoördinatie

Deze kosten worden gedeeld volgens een vooraf afgesproken verdeelsleutel (vast bedrag, pro rata organisatiegrootte of combinatie).

9.3.3.2 Individuele kosten

- eigen licenties
- datamigratie
- organisatie-specifieke configuratie buiten het starter pack
- opleiding en adoptie
- verdere optimalisaties na oplevering

Het starter pack verlaagt de eenmalige implementatiekost doordat de basis er voor iedereen al staat.

9.3.4 Risicoanalyse en motivatie

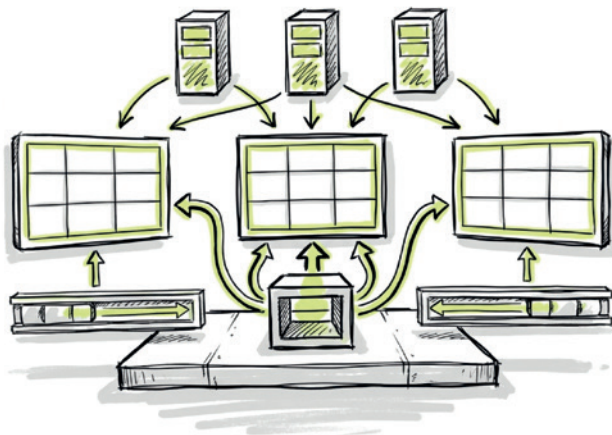
9.3.4.1 Risico's

- **Verschillen in noden** kunnen het bepalen van een gedeeld starter pack moeilijk maken.
- **Te grote verwachtingen** kunnen leiden tot verzoeken om maatwerk, wat buiten de scope valt.
- **Beperkte flexibiliteit:** het starter pack is een compromis.
- **Geen blijvende samenwerking:** na oplevering bestaat er geen gezamenlijke governance meer.
- **Afhankelijkheid van leverancier of implementator** voor het onderhoud van de basisconfiguratie.
- **Organisaties die later instappen** genieten niet dezelfde voordelen van de gedeelde configuratie.

9.3.4.2 Motivatie

- **Sterkere kostendeling:** niet alleen op licenties, maar ook op configuratie.
- **Snellere start:** organisaties beginnen met een kant-en-klaar fundament.
- **Collectieve kennisopbouw** in de sector tijdens de selectiefase.
- **Maximale autonomie na oplevering:** iedereen kan verder op eigen tempo.
- **Laagdrempelig model** voor organisaties die willen samenwerken zonder langdurige verplichtingen.

9.4. Model 4: Platform delen SaaS CRM



In dit scenario kiezen meerdere sociaal-culturele organisaties samen voor één SaaS CRM-oplossing. Dit kan een open source of commercieel CRM zijn. Iedere organisatie gebruikt een eigen CRM-omgeving, maar de groep werkt wél samen rond selectie, basisconfiguratie, afspraken, jaarlijkse evolutie en mogelijke uitbreidingen.

De groep deelt de kosten voor gezamenlijke basisfunctionaliteit en platform-onderhoud, terwijl organisaties individueel verantwoordelijk blijven voor hun eigen licenties en optionele modules. Het scenario biedt een haalbare, schaalbare en betaalbare CRM-oplossing, vooral geschikt voor organisaties met een lagere digitale maturiteit. De samenwerking met de leverancier wordt aangegaan voor minimaal drie jaar, maar kan langer blijven bestaan zolang ze waarde oplevert.

9.4.1 Technologische keuze

Het scenario gaat uit van een SaaS CRM-platform, commercieel of open source, dat voldoet aan de volgende voorwaarden:

- **1. Eigen omgeving per organisatie**

Elke organisatie beschikt over een afzonderlijke CRM-omgeving, waardoor:

- data volledig gescheiden blijft;
- organisaties autonoom kunnen werken;
- instap en exit eenvoudiger en met minder risico verlopen;
- configuratie centraal kan worden uitgerold zonder dat omgevingen afhankelijk worden van elkaar.

- **2. Beperkte basisfunctionaliteit**

De groep definieert een gedeelde basisset van CRM-functionaliteiten, die voor alle organisaties beschikbaar is. Deze set blijft bewust beperkt, zodat:

- organisaties verschillen in maturiteit kunnen overbruggen;
- de configuratie beheersbaar blijft;
- de oplossing betaalbaar en schaalbaar blijft.

- **3. Geen maatwerk**

Omdat dit een SaaS-model is, wordt geen maatwerk ontwikkeld. Uitbreidingen kunnen enkel bestaan uit:

- extra modules die door de leverancier worden aangeboden;
- configuraties of instellingen die generiek zijn en beschikbaar worden voor alle organisaties.

- **4. Generieke uitbreidingen**

Nieuwe functionaliteit die door een deelgroep of door de volledige groep wordt gefinancierd, moet altijd generiek zijn. Alle organisaties kunnen die functionaliteit activeren in hun eigen omgeving.

9.4.2 Governance

- **Samenwerking zonder rechtspersoon**
De samenwerking gebeurt als een los verband van organisaties. Er wordt geen aparte juridische structuur opgericht; de afspraken zitten in een gezamenlijk akkoord.
- **Heldere rolverdeling**
 - Deelnemende organisaties bepalen samen richting en prioriteiten.
 - De leverancier beheert de gedeelde configuratie, de SaaS-omgeving en levert standaardfunctionaliteit.
- **Gezamenlijke sturing van de basis**
De groep beheert samen met de leverancier een gedeelde basisfunctionaliteit die voor alle organisaties beschikbaar is. Deze basis is bewust beperkt, generiek en eenvoudig te ondersteunen.
- **Flexibiliteit voor verschillen**
Organisaties kunnen optionele modules activeren volgens hun eigen noden. De governance maakt verschillen in maturiteit, processen en capaciteit mogelijk.
- **Collectieve én vrijwillige investeringen**
Nieuwe generieke functionaliteit kan op twee manieren tot stand komen:
 - Collectief: alle organisaties betalen mee.
 - Vrijwillig: een deelgroep investeert, maar resultaat blijft generiek inzetbaar.
- **Gezamenlijke roadmap**
De groep bepaalt samen de belangrijkste evoluties van de gedeelde configuratie en ontwikkelingen.
- **Afspraken rond consistentie**
Er zijn gezamenlijke afspraken over datastandaarden, velden en configuratie principes. Deze afspraken zorgen dat omgevingen consistent blijven zonder te veel uniformering op te leggen.
- **Eenvoudige instap en exit**
Organisaties kunnen aansluiten of vertrekken zonder zware verplichtingen. Instap en exit hebben geen impact op de continuïteit van het platform of de andere deelnemers.
- **Transparantie en voorspelbaarheid**
Beslissingen, kosten, procesafspraken en roadmap worden transparant gecommuniceerd. Iedere deelnemer weet wat verplicht is en waar ruimte is voor eigen keuzes.
- **Focus op haalbaarheid**
De governance is bewust licht, eenvoudig en pragmatisch, zodat organisaties met een lage digitale maturiteit kunnen deelnemen zonder complexe processen of zware verplichtingen.

9.4.3 Financiering

De financiering bestaat uit een combinatie van individuele en gedeelde kosten.

9.4.3.1 Individuele kosten

- SaaS-licenties per gebruiker of per organisatie.
- Eventuele optionele modules die per organisatie geactiveerd worden.
- Beperkte kosten voor lokale ondersteuning of aanpassing.

9.4.3.2 Gedeelde kosten

Alle organisaties dragen jaarlijks bij aan een gezamenlijk platformbudget. Dat budget dekt:

- de basisconfiguratie en -template;
- het onderhoud van gedeelde elementen;
- jaarlijkse updates en template-evolutie;
- begeleiding en overlegmomenten;
- kennisdeling en documentatie.

9.4.3.3 Twee financieringsmodellen voor uitbreidingen

Omdat de sector divers is, worden twee opties aangeboden:

9.4.3.3.1 Collectieve investering (verplicht meebetalen)

- Nieuwe functionaliteit die als generiek wordt beschouwd, wordt door alle organisaties mee gefinancierd.
- Budgetten zijn voorspelbaar en governance eenvoudig.
- Risico: organisaties betalen soms mee voor functies die ze niet gebruiken.

9.4.3.3.2 Deelgroep-investering (vrijwillige instap)

- Een subset van organisaties kan een investering doen.
- Functionaliteit wordt generiek ontwikkeld en komt beschikbaar voor iedereen.
- Organisaties die betaalden krijgen eventueel tijdelijke prioritaire toegang of begeleiding.
- Dit model stimuleert innovatie zonder te verplichten.

9.4.4 Risicoanalyse en motivatie

9.4.4.1 Risico's

- **Verschillende digitale maturiteit** kan leiden tot uiteenlopende verwachtingen.
- **Free-rider gedrag** bij vrijwillige investeringen.
- **Beperkingen van SaaS** kunnen functionaliteit en flexibiliteit beperken.
- **Discussies over basisfunctionaliteit** wanneer noden sterk verschillen.
- **Governance** kan te zwaar worden bij een grote groep deelnemers.
- **Te weinig deelnemers** maakt dit scenario financieel en organisatorisch minder haalbaar.
- **Afwachtgedrag** kan de start vertragen, omdat organisaties pas willen instappen wanneer het platform "rijp" voelt.
- **Afhankelijkheid van de integrator** kan betekenen dat de evolutie van het platform beperkt blijft tot wat binnen de aanbestedingsperiode mogelijk is.

9.4.4.2 Motivatie

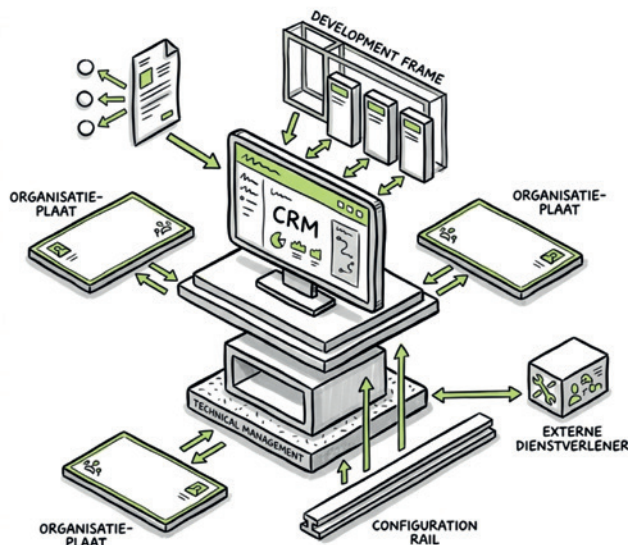
Dit scenario is bijzonder geschikt voor organisaties die:

- een **haalbare, betaalbare CRM-oplossing** zoeken zonder maatwerkcomplexiteit;
- willen profiteren van **gedeelde expertise en schaalvoordelen**;
- waarde hechten aan **autonomie**, maar toch samenwerking willen rond basisfunctionaliteit;
- een CRM-oplossing willen met **eenvoudige instap en eenvoudige exit**.

9.4.5 Succesvol voorbeeld

Eengemaakt Bibliotheekstelsel (EBS)
Cultuurconnect platform voor bibliotheken

9.5. Model 5: Platform delen open source self-hosted CRM



In dit scenario kiezen organisaties voor een gedeeld open source CRM-platform dat zelf gehost en beheerd wordt. De groep beheert niet alleen de CRM-toepassing maar ook de onderliggende infrastructuur. Dit model biedt maximale onafhankelijkheid en volledige toegang tot de broncode, waardoor functionaliteit en evoluties volledig onder controle van de groep blijven.

De voordelen van open source blijven hier volledig gelden: de technologie kan langdurig gebruikt worden, investeringen zijn duurzaam, en functionaliteit blijft beschikbaar zolang de groep dit wil. Het beheer van de omgeving kan worden uitgevoerd door een externe partij, door één van de deelnemende organisaties, of kan worden uitbesteed aan een nieuw op te zetten coöperatie, naar analogie met modellen zoals de Mobility Factory.

Dit model kan ook toegepast worden voor het delen van andere soorten applicaties of biedt ook de mogelijkheden een bredere groep van nonprofit organisaties te betrekken als afnemers of coöperanten.

9.5.1 Technologische keuze

De groep kiest voor een open source CRM-oplossing die lokaal of in de cloud kan worden gehost. Aandachtspunten:

1. Volledige toegang tot broncode

De groep kan de toepassing aanpassen, uitbreiden en integreren zonder beperkingen van leveranciers.

2. Geen vendor lock-in

Omdat de technologie open source is, blijft de groep onafhankelijk van commercieel licentiebeleid.

3. Flexibele hosting

Hosting kan intern, extern of via een derde partij gebeuren, afhankelijk van capaciteit en voorkeuren.

4. Duurzame inzetbaarheid

Open source technologie kan langdurig meegaan mits degelijk beheer en regelmatige updates.

9.5.2 Governance

Omdat de groep eigenaar is van het platform en de infrastructuur, vereist dit scenario een zwaardere governance dan een SaaS-model.

Belangrijkste principes:

1. Gedeeld applicatie- en infrastructuurbeheer

Deelnemers bepalen samen hoe het platform wordt onderhouden, beveiligd en verder ontwikkeld.

2. Beheerstructuur

Hosting, monitoring, back-ups en technisch onderhoud worden uitgevoerd door een externe partij, een deelnemer, of een gezamenlijke coöperatie.

3. Gezamenlijke besluitvorming

De groep beslist collectief over nieuwe functionaliteit, investeringen, prioriteiten en wijzigingsbeheer.

4. Instap en exit

Nieuwe organisaties sluiten aan bij de bestaande architectuur en standaarden en betalen een instapfee. Bij exit kan een organisatie:

- de open source software zelf blijven gebruiken, of
- migreren naar een ander systeem met export van eigen data.

9.5.3 Financiering

De financiering bestaat uit:

1. Gezamenlijke kosten

Hosting, infrastructuur, applicatiebeheer, updates, beveiliging en doorontwikkeling van gedeelde functionaliteit. De kosten worden jaarlijks verdeeld.

2. Initiële investeringen

Ontwikkeling, inrichting en opzet van de gedeelde infrastructuur. Deze investering kan (deels) ondersteund worden door subsidies of externe financiering.

3. Individuele kosten

Training, adoptie en organisatie-specifieke configuraties binnen de afgesproken grenzen.

9.5.4 Risicoanalyse en motivatie

9.5.4.1 Risico's

- Hogere technische en organisatorische beheerlast dan bij SaaS.
- Afhankelijkheid van expertise bij de beheerpartij of coöperatie.
- Wisselende maturiteit van open source CRM-oplossingen.
- Zwaardere governance nodig om kwaliteit en stabiliteit te bewaken.
- Minimum aantal deelnemers nodig om kosten beheersbaar te houden.

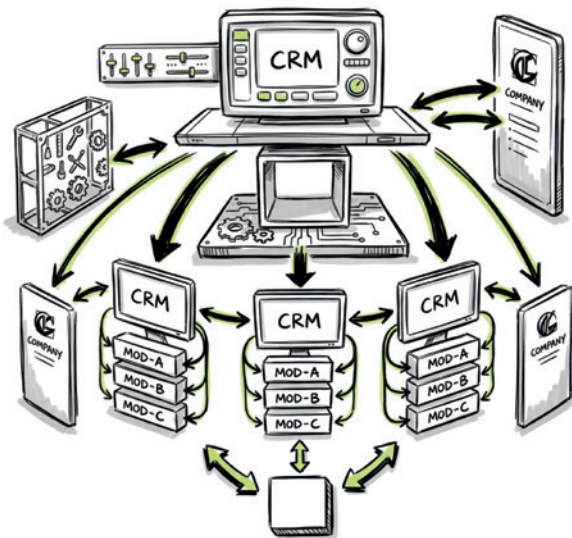
9.5.4.2 Motivatie

- Volledige onafhankelijkheid en geen vendor lock-in.
- Investeringen zijn duurzaam dankzij volledige controle over code en infrastructuur.
- Functionaliteit blijft beschikbaar zolang de groep dit wil.
- Flexibele hosting en beheeropties, inclusief de mogelijkheid om een gezamenlijke coöperatie op te zetten.
- Kan uitgroeien tot een stabiel, gezamenlijk platform dat de hele sector ondersteunt.

9.5.5 Succesvol voorbeeld

Een aantal deeloplossingen/modules die Cultuurconnect aanbiedt aan bibliotheken.

9.6. Model 6: Platform delen custom Low-code



In dit scenario bouwen meerdere sociaal-culturele organisaties samen een op-maat-gemaakt CRM op basis van een low-code platform. Low-code laat toe om digitale toepassingen te bouwen via configuratie in plaats van code. Daardoor is ontwikkeling sneller en potentieel goedkoper dan klassiek maatwerk, terwijl er toch hoge flexibiliteit mogelijk is.

De organisaties bepalen gezamenlijk de noden en laten die omzetten in een gedeelde oplossing. De samenwerking is langdurig en intensief, omdat alle organisaties hetzelfde platform gebruiken en de evolutie ervan delen.

9.6.1 Technologische keuze

Het scenario vertrekt vanuit één centraal low-code platform waarop een gezamenlijke CRM-oplossing gebouwd wordt. Belangrijke uitgangspunten:

9.6.1.1 Eén gedeelde oplossing

Alle organisaties gebruiken dezelfde toepassing, opgebouwd vanuit een gezamenlijk functioneel ontwerp. De oplossing is configureerbaar per organisatie, maar slechts binnen de grenzen van het gekozen platform.

9.6.1.2 Low-code i.p.v. maatwerk

De oplossing wordt opgebouwd via configuratie, visuele procesbouwers en vooraf beschikbare componenten. Dit vermindert de afhankelijkheid van klassieke softwareontwikkeling, maar:

- beperkingen van het platform zijn bepalend voor wat mogelijk is;
- complexiteit kan snel toenemen naarmate er meer configuraties worden toegevoegd;
- integraties zijn mogelijk, maar afhankelijk van connectoren of API-mogelijkheden.

9.6.1.3 Platformkeuze is cruciaal

Omdat de low-code markt jong is:

- volwassen platformen richten zich op grotere bedrijven (hogere kostprijs);
- meer toegankelijke platformen zijn minder bewezen qua stabiliteit en toekomstzekerheid;
- open-source alternatieven zijn slechts beperkt aanwezig.

De keuze voor één platform bepaalt de flexibiliteit, kost, veiligheid en levensduur van de CRM-oplossing.

9.6.2 Governance

De governance is intensiever dan bij SaaS-scenario's, omdat de groep zelf eigenaar is van de oplossing en de evolutie ervan.

9.6.2.1 Gezamenlijke sturing

- Alle deelnemers bepalen samen het functioneel ontwerp, wijzigingen, uitbreidingen en prioriteiten.
- De roadmap wordt collectief bepaald, omdat iedereen de gevolgen draagt van nieuwe toevoegingen.

9.6.2.2 Duidelijke rolverdeling

- Organisaties: brengen noden aan, stemmen mee over de roadmap, testen nieuwe releases.
- Integrator / low-code implementator: bouwt de oplossing, voert wijzigingen door, bewaakt technische kwaliteit.
- Coördinatiegroep: zorgt voor alignment tussen deelnemers, en bewaakt dat configuraties consistent en beheersbaar blijven.

9.6.2.3 Strikte afspraken rond configuraties

Omdat elke wijziging impact heeft op alle deelnemers:

- configuraties worden centraal afgestemd;
- per-organisatie afwijkingen worden zoveel mogelijk vermeden;
- er worden standaarden vastgelegd voor processen, velden, workflows en datadefinities.

9.6.2.4 Instap

Nieuwe organisaties stappen in op de bestaande gedeelde low-code toepassing. Ze sluiten aan op de afgesproken processen, velden en standaarden. Instap vraagt een onboarding (data-import, opleiding) en een instapfee om eerdere investeringen te compenseren. Eigen procesafwijkingen zijn beperkt, omdat wijzigingen impact hebben op alle deelnemers.

9.6.2.5 Exit

Een organisatie kan op twee manieren uitstappen:

1. Uit de groep stappen maar de toepassing blijven gebruiken

De organisatie gebruikt het low-code CRM verder als individuele klant van de implementator. Ze neemt de gedeelde configuratie over, maar evolueert vanaf dan los van de groep. De groep herberekent de kosten voor de resterende deelnemers.

2. Volledig wegmigreren naar een ander CRM

De organisatie stopt met de gedeelde oplossing en neemt enkel haar data mee. De configuratie is niet overdraagbaar naar een ander platform, dus er is een nieuw CRM-traject nodig. Er geldt een opzegtermijn zodat de groep tijd heeft om de impact op kosten en roadmap op te vangen.

9.6.3 Financiering

9.6.3.1 Gezamenlijke investering in ontwikkeling

De bouw van de low-code CRM-oplossing wordt collectief gefinancierd. De ontwikkelkosten worden verdeeld onder de deelnemende organisaties.

9.6.3.2 Jaarlijks budget voor doorontwikkeling

Omdat de groep eigenaar blijft van de toepassing, is er elk jaar budget nodig voor:

- updates
- nieuwe functionaliteit
- platformaanpassingen
- onderhoud en opvolging door de implementator

9.6.3.3 Kosten per organisatie

Naast de gezamenlijke kosten betaalt iedere organisatie:

- een licentiekost voor het low-code platform (per gebruiker of per omgeving)
- kosten voor lokale inrichting binnen de beschikbare configuratiemogelijkheden
- support- of hostingkosten, afhankelijk van het platform

De totale kost ligt doorgaans hoger dan bij een standaard SaaS oplossing, maar lager dan klassiek maatwerk.

9.6.4 Risicoanalyse en motivatie

9.6.4.1 Risico's

- **Onvolwassen low-code markt**
De markt evolueert snel, waarbij sommige platformen verdwijnen, opgekocht worden of hun prijsmodel wijzigen.
- **Geen open-source alternatief**
Er bestaan geen volwassen open-source low-code platformen. De groep blijft dus afhankelijk van één leverancier.
- **Vendor lock-in**
De investering in configuratie is niet overdraagbaar naar een ander platform. Een exit betekent vaak opnieuw beginnen.
- **Complexiteit neemt toe**
Wanneer meerdere organisaties wijzigingen aanbrengen, kan de oplossing snel complex worden, wat leidt tot moeilijk onderhoud.
- **Hoge governance-last**
Intensieve samenwerking is noodzakelijk om de oplossing beheersbaar te houden. Dit vraagt tijd, capaciteit en discipline.

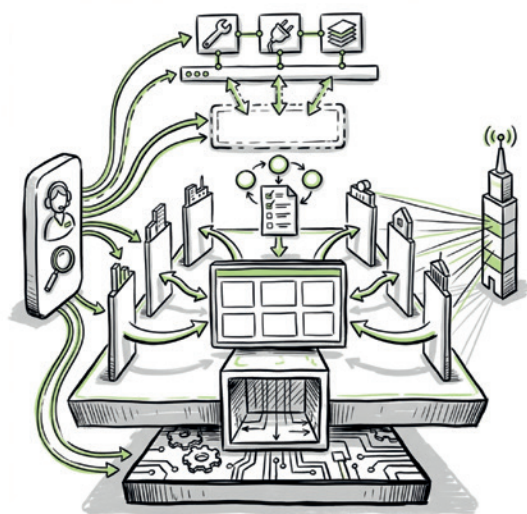
9.6.4.2 Motivatie

Dit scenario is interessant wanneer:

- de sector een **hoog niveau van flexibiliteit** nodig heeft dat niet beschikbaar is in bestaande SaaS-pakketten;
- organisaties bereid zijn om **langdurig intensief samen te werken** aan één gedeeld systeem;
- er voldoende organisaties zijn om de **ontwikkelkosten en doorlopende kosten** te dragen;
- men een CRM-oplossing wil die sterk aansluit bij sector-specifieke processen die in andere systemen moeilijk te realiseren zijn.

Het scenario is **niet geschikt** voor organisaties die op korte termijn willen instappen of uitstappen, of voor sectoren met beperkte stabiliteit, beperkte capaciteit of grote verschillen in werkwijze.

9.7. Model 7: Platform delen custom development



In dit scenario ontwikkelen meerdere sociaal-culturele organisaties samen een volledig op-maat-gemaakt CRM-systeem. De toepassing wordt van nul opgebouwd op basis van gedeelde functionele noden en sector-specifieke processen. Dit vraagt een intensieve, langdurige samenwerking en een aanzienlijke gezamenlijke investering.

Het voordeel is maximale flexibiliteit: de oplossing kan exact aansluiten op hoe de sector werkt. De keerzijde is dat dit scenario de hoogste kost, hoogste complexiteit en grootste gezamenlijke verantwoordelijkheid met zich meebrengt.

9.7.1 Technologische keuze

De groep beschikt over volledige vrijheid om de technische architectuur te bepalen. Belangrijke uitgangspunten:

1. Volledige ontwerp-vrijheid

De oplossing kan precies worden afgestemd op sectorbehoeften, inclusief processen, datamodel, rapportage en integraties.

2. Geen afhankelijkheid van platformbeperkingen

Alles kan ontwikkeld worden zoals nodig, zonder limieten van SaaS of low-code systemen.

3. Open source als optie

De groep kan ervoor kiezen om het eindproduct open source te publiceren, zodat de bredere sector of externe partners kunnen bijdragen en er minder afhankelijkheid ontstaat van één leverancier.

4. Eigen ontwikkel- en releasecyclus

De groep bepaalt zelf de roadmap, het tempo en wanneer nieuwe functionaliteit wordt uitgerold.

5. Integraties volledig op maat

Koppelingen met externe systemen kunnen exact volgens nood worden ontwikkeld, zonder afhankelijkheid van bestaande connectoren.

9.7.2 Governance

Custom development vereist de meest intensieve governance van alle scenario's.

Kernprincipes:

1. Gezamenlijk producteigenaarschap

Deelnemende organisaties beslissen samen wat wordt gebouwd, in welke volgorde en met welke prioriteit.

2. Formele besluitvorming

- strategische keuzes over roadmap en budget
- tactische keuzes over specificaties en kwaliteitsnormen
- operationeel beheer van releases, testen en ondersteuning

3. Coördinatie- en beheerstructuur

Een aparte stuurgroep, projectorganisatie of beheereenheid is nodig om:

- het ontwikkelteam aan te sturen
- kwaliteit en beveiliging te bewaken
- wijzigingsbeheer en releases te organiseren
- documentatie en support te voorzien

4. Strikte afspraken rond wijzigingen

Elke wijziging heeft impact op alle deelnemers. Daarom zijn procedures nodig voor:

- wijzigingsaanvragen
- impactanalyses
- acceptatie en testing

5. Instap en exit

- **Instap:** nieuwe organisaties sluiten aan bij het bestaande product en betalen een instapfee voor eerdere investeringen.
- **Exit:** organisaties nemen hun data mee. De code kan enkel meegenomen worden wanneer dit via open-source licentie of gezamenlijke eigendom is vastgelegd. Vaak betekent exit dat een organisatie elders een nieuw CRM moet opbouwen.

6. Kritische massa

Dit scenario is alleen haalbaar wanneer voldoende organisaties meedoen om de ontwikkelkosten en doorlopende kosten te dragen.

9.7.3 Financiering

De financiering bestaat uit meerdere componenten:

9.7.3.1 Initiële ontwikkeling

- Gezamenlijke investering in analyse, ontwerp en bouw.
- Kosten worden verdeeld volgens een vooraf afgesproken verdeelsleutel.
- De initiële investering kan (gedeeltelijk) worden gedekt door een externe partij, zoals een subsidieprogramma of fonds, om de financiële drempel te verlagen.

9.7.3.2 Doorlopende kosten

- onderhoud, bugfixing en beveiligingsupdates
- hosting en monitoring
- jaarlijkse doorontwikkeling
- kwaliteitscontrole, support en releasebeheer

9.7.3.3 Nieuwe functionaliteit

- Wordt doorgaans collectief gefinancierd.
- Deelgroep-financiering is mogelijk, maar complexer omdat alles in één gedeelde codebase zit.

9.7.3.4 Individuele kosten

- lokale adoptie, training en processen
- eventuele kleine configuraties per organisatie binnen de afgesproken kaders

9.7.4 Risicoanalyse en motivatie

9.7.4.1 Risico's

- **Hoge investerings- en exploitatiekost:** analyse, ontwikkeling, onderhoud en hosting.
- **Complexe governance:** intensieve samenwerking en besluitvorming noodzakelijk.
- **Volledige afhankelijkheid van het eigen ontwikkelteam:** verlies van kennis is een risico.
- **Complexiteit kan snel toenemen** bij meerdere organisaties en wijzigingsverzoeken.
- **Vendor lock-in via eigen ontwikkeling:** exit betekent in de praktijk vaak opnieuw beginnen in een ander systeem.
- **Kritische massa noodzakelijk:** als te weinig organisaties meedoen, is het financieel niet haalbaar.

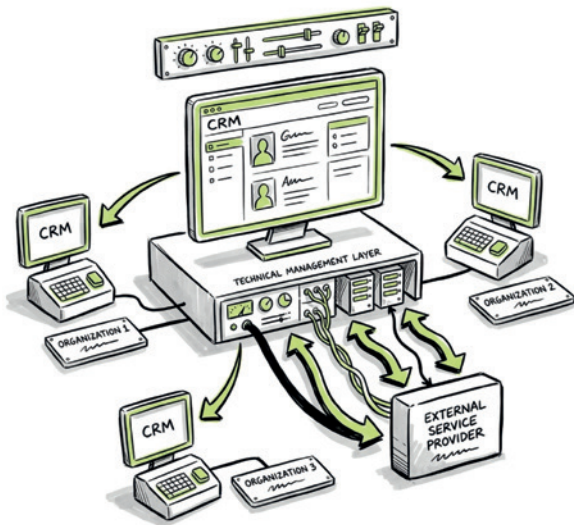
9.7.4.2 Motivatie

- **100% afstemming op de sector:** uniek scenario dat alle sector-specifieke processen en vereisten kan ondersteunen.
- **Volledige controle over technologie en roadmap.**
- **Geen afhankelijkheid van beperkingen van bestaande platformen.**
- **Mogelijkheid tot open source release,** wat innovatie, transparantie en samenwerking stimuleert.
- **Strategisch potentieel:** een gedeelde maatwerkoplossing kan de basis worden voor uniforme registratie en data-uitwisseling binnen de sector.

9.7.5 Succesvol voorbeeld

The Mobility Factory: cooperatie van coöperaties met een platform voor deelauto's.

9.8. Model 8: Diensten en platform uitbesteden



In dit scenario wordt een aparte organisatie opgericht die zowel een gedeelde digitale infrastructuur (minimaal CRM en financiële processen) als een reeks ondersteunende diensten aanbiedt aan sociaal-culturele organisaties. Het doel is om zoveel mogelijk generieke administratieve taken te centraliseren zodat organisaties zich kunnen focussen op hun kernopdracht.

Dit is het meest ingrijpende model dat in de privésector al gangbaar is, maar in de non-profitsector nog nauwelijks is toegepast. De piste valt grotendeels buiten de scope van deze opdracht, maar verdient expliciet aandacht omdat ze op langere termijn aanzienlijk meerwaarde en schaalvoordeel kan opleveren.

De deelnemende organisaties bepalen zelf welke diensten ze uitbesteden, maar er is een **kritische massa nodig** om de structuur levensvatbaar te maken.

Typische diensten die kunnen uitbesteed worden zijn:

- IT ondersteuning
- Boekhouding
- Aankoop
- Personeelsbeheer
- Gebouwenbeheer
- Juridische expertise

9.8.1 Technologische keuze

De dienstenorganisatie beheert een centraal CRM-platform en een gedeeld financieel systeem voor alle deelnemers. De oplossing kan SaaS, open source of een commerciële technologie zijn; het type is minder belangrijk dan het feit dat het platform centraal beheerd en uniform gebruikt wordt.

Belangrijke uitgangspunten:

1. Eén gedeelde digitale kern

Minimaal CRM en financiële processen worden centraal gehost, onderhouden en beveiligd.

2. Integraties op maat van de groep

De dienstenorganisatie beheert koppelingen met loonverwerking, boekhouding, rapportage en andere ondersteunende tools.

3. Professioneel beheer

Hosting en infrastructuur kunnen worden uitgevoerd door een externe partij, door één deelnemer, of door een aparte beheereenheid binnen de dienstenorganisatie.

9.8.2 Governance

De governance is zwaar en formeel, omdat de nieuwe organisatie meerdere kritische processen overneemt.

Principes:

1. Aparte organisatie

Deelnemers richten een nieuwe entiteit op. De rechtsvorm (VZW, coöperatie, kostendelende vennootschap, ...) blijft bewust open.

2. Modulaire dienstverlening

Organisaties kunnen diensten afnemen “à la carte”, maar de processen worden altijd centraal georganiseerd volgens uniforme standaarden.

3. Besluitvorming via deelnemers

Deelnemende organisaties hebben inspraak in strategische keuzes, roadmap, kostenverdeling en kwaliteit.

4. Professionele uitbating

De dienstenorganisatie heeft een eigen team voor:

- applicatiebeheer
- support
- financieel beheer
- IT-ondersteuning
- documentatie en processen

5. Hoge verantwoordelijkheid

Omdat de organisatie cruciale processen overneemt, moeten governance, toezicht, risicobeheer en kwaliteitsmetingen duidelijk zijn.

9.8.3 Financiering

De financiering combineert pay-per-use met een kostendelingsmechanisme.

1. Kostendeling

De totale kost van diensten, infrastructuur, personeel en licenties wordt verdeeld over de deelnemende organisaties volgens een afgesproken verdeelsleutel (bijv. aantal medewerkers, aantal dossiers, aantal leden ...).

2. Pay-per-use

Organisaties betalen bijkomend op basis van het gebruik van specifieke diensten (bijvoorbeeld aantal boekingen, calls naar IT-helpdesk, hoeveelheid verwerking, ...).

3. Instapfee

Nieuwe organisaties betalen een instapkost die eerdere investeringen compenseert en onboarding dekt.

4. Herinvestering

Kostenbesparingen in administratie kunnen worden ingezet om te investeren in modernisering (CRM, data, automatisatie).

9.8.4 Risicoanalyse en motivatie

9.8.4.1 Risico's

- **Hoge complexiteit en organisatorische impact:** processen verschuiven van individuele organisaties naar een centrale speler.
- **Governance moet sterk zijn** om kwaliteit en continuïteit te garanderen.
- **Minimum aantal deelnemers nodig** om financieel levensvatbaar te zijn.
- **Exit mag niet te aantrekkelijk zijn:** deelnemers moeten commitment tonen, anders is stabiliteit in gevaar.
- **Mogelijke weerstand** bij organisaties die autonomie willen behouden.
- **Opstartkost en veranderingstraject zijn groot:** zowel technologisch als organisatorisch.

9.8.4.2 Motivatie

- **Groot schaalvoordeel:** gedeelde kosten voor administratie, IT, support en processen.
- **Meer investeringsruimte voor CRM en digitalisering:** minder middelen gaan naar overheadprocessen.
- **Professionalisering van de sector:** kwaliteitsvolle, efficiënte en uniforme processen.
- **Sterke ontzorging:** organisaties kunnen zich focussen op hun maatschappelijke missie.
- **Duurzame samenwerking:** één gedeelde digitale infrastructuur voor meerdere organisaties.

9.8.5 Succesvolle voorbeelden

Cultureworks

Een model van verregaande samenwerking tussen nonprofit organisaties enerzijds en de backoffice diensten leverancier anderzijds.

MACC

The Metropolitan Alliance of Connected Communities

Leden hebben de mogelijkheid om zich te abonneren op de administratieve diensten die ze zelf nodig hebben:

- Financiële diensten
- Human Resources-diensten
- Klantgegevensdiensten
- Evaluatiediensten
- IT-diensten
- Medische facturatediensten

bijlage



Verslag Socius CRM en data- gedreven werking deel 1

1 Samenvatting

Het project *“Begeleidingstraject voor het bepalen van specifieke noden en behoeften op het vlak van datagedreven werken en CRM voor organisaties uit het civiel sociaal-cultureel werk en haalbaarheidsonderzoek voor de ontwikkeling van een gedeeld CRM-systeem”* heeft als primair doel kleine en middelgrote sociaal-culturele non-profitorganisaties te ondersteunen bij het in kaart brengen van hun CRM-behoeften. Dit rapport focust specifiek op Deel I van het project, waarbij de concrete noden en behoeften van organisaties op het gebied van CRM en datagedreven werken gedetailleerd zijn onderzocht.

De inzichten voor dit rapport zijn systematisch verzameld tussen maart en juni 2025. De methodologie omvatte een online enquête met 88 respondenten (waarvan 48 volledig), twee interactieve workshops met 20 organisaties gericht op CRM-behoeften en toekomstvisie, individuele gesprekken, en deskresearch. Verschillende innovatieve instrumenten, zoals de Data Piramide, Nexus Map, 15%-oplossingen, het CRM Maturiteitsmodel, Design Thinking en User Stories, werden ingezet om organisaties te faciliteren bij de zelfanalyse en om gedeelde patronen en struikelblokken binnen de sector te identificeren.

Het onderzoek onthult een reeks gedeelde en significante uitdagingen binnen de non-profitsector. Veel organisaties worstelen met technische beperkingen en de complexiteit van bestaande CRM-systemen, die vaak niet gebruiksvriendelijk zijn of onvoldoende aansluiten bij de specifieke noden van de non-profitsector, wat resulteert in weerstand bij medewerkers en onvolledige data. Daarnaast leiden inefficiënte en handmatige processen tot aanzienlijk tijdverlies, terwijl financiële bezorgdheden zoals hoge en stijgende kosten, beperkte budgetten en een zwakke onderhandelingspositie met leveranciers de digitalisering belemmeren. Tot slot is er een breed tekort aan interne digitale expertise en vaardigheden, gecombineerd met onvoldoende of kostbare support van externe leveranciers.

Ondanks deze uitdagingen ziet de sector aanzienlijke opportuniteiten in samenwerking en kennisdeling. Er heerst een sterk “samen-sterker”-gevoel, gevoed door de herkenning van gemeenschappelijke digitale worstelingen. Samenwerking wordt gezien als een krachtig middel om tijd te besparen bij het selecteren van oplossingen, kosten te drukken door een sterkere collectieve onderhandelingspositie, en systemen te realiseren die beter zijn afgestemd op de unieke processen en de taal van de non-profitsector. Bovendien hoopt de sector via collectieve initiatieven softwareleveranciers te stimuleren om meer aandacht te besteden aan digitale toegankelijkheid en de diverse niveaus van digitale geletterdheid binnen hun gebruikersgroepen.

De centrale conclusie van dit eerste deelrapport is dat de uitdagingen en behoeften op het gebied van CRM en datagedreven werken in de sociaal-culturele non-profitsector uitgesproken uniform en herkenbaar zijn, ondanks een sterke interne perceptie van uniciteit bij individuele organisaties. Dit spanningsveld tussen gedeelde noden en de neiging tot individualiteit verklaart waarom samenwerking, hoewel als essentieel erkend, niet vanzelfsprekend is. De motivatie tot samenwerking in de sector is desondanks groot.

2 Inleiding

Het project “Datagedreven werken en CRM voor organisaties uit het civiel sociaal-cultureel werk” heeft tot doel om kleine en middelgrote sociaal-culturele organisaties te ondersteunen bij het definiëren van hun CRM-behoefte en onderzoekt de mogelijkheden voor een gedeeld CRM-systeem als dienst. De resultaten zullen aangeven op welke manieren er initiatieven ontwikkeld kunnen worden die de CRM problematiek binnen de sector van het sociaal-cultureel werk op een duurzame manier kunnen vormgeven.

Het project bestaat uit 2 delen:

Deel 1: Een begeleidingstraject van een 20-tal organisaties om hun specifieke noden en behoeften op het gebied van CRM en inzake datagedreven werken concreet in kaart te brengen.

Deel 2: Haalbaarheidsonderzoek en strategievorming. Het uitwerken van scenario's en bijbehorende strategieën voor de ontwikkeling en opvolging van shared services op het gebied van CRM om het werkveld te ontzorgen, de mogelijkheden tot financiering ervan en het formuleren van pistes voor operationalisering.

In dit rapport vind je een overzicht en conclusies over Deel 1 van de opdracht.

2.1 Onderzoeksmateriaal deel 1

De input voor dit rapport komt uit de volgende activiteiten die plaatsvonden tussen maart en juni 2025:

- Online survey, volledig beantwoord door 48 organisaties, gedeeltelijk door 88.
- 2 workshops over Inventarisatie en analyse CRM-behoefte met 20 organisaties
- 2 workshops over Toekomstvisie en strategie voor CRM & data-gedreven werken met 20 organisaties
- Het resultaat van een aantal opdrachten ingestuurd door deelnemers
- Individuele gesprekken met deelnemers
- Een korte online bevraging volgend op de workshops
- Desk research en gesprekken tussen Rutger Meekers en Ines Vanlangendonck van Enter Digital
- Feedback momenten met Zé Vandenhoeck en Max Frans van Socius

De volledige gegevens van zowel online survey als workshop oefeningen zijn in het bezit van Socius voor verdere verwerking en toekomstige referentie.

2.2 Deelnemende organisaties

Bij de keuze voor deelnemende organisaties probeerden we om de volledige diversiteit binnen het sociaal-cultureel volwassenenwerk binnen te brengen. Het gaat hierbij om diverse representatie op elk van deze criteria:

- organisaties die **regionaal** werken
- **doelgroeporganisaties** die zich inzetten voor een specifieke doelgroep in de samenleving (ouderen, vrouwen, mensen met een handicap, mensen met een andere achtergrond, ...)
- **thema-organisaties** die een specifiek maatschappelijk vraagstuk centraal stellen (mensenrechten, duurzaamheid, inclusief samenleven, ...).

Qua organisatiegrootte lag de focus voornamelijk op zeer kleine, kleine en middelgrote organisaties (minder dan 10 VTE), maar ook een aantal grotere organisaties werd geselecteerd. Zo hebben we ook de diversiteit op gebied van organisatiegrootte ingebracht in dit begeleidingstraject.

Er waren in totaal 88 organisaties die hebben gereageerd op de online enquête waarvan 48 de vragenlijst volledig hebben beantwoord.

Onderstaande 24 organisaties namen vervolgens deel aan de 2 workshops van dit project.

- | | |
|---|--|
| • AIF+, Actieve Interculturele Federatie+ | • Ouders van Verongelukte Kinderen |
| • Avansa Citizenne | • Pasform |
| • Avansa Kempen | • Sankaa |
| • Avansa regio Mechelen | • Similes |
| • CCV, Christelijke Cultuur Vandaag | • Symfoon - Vlaams blinden- en slechtziendenplatform |
| • Community Land Trust Gent | • Uilenspel |
| • Federatie van Mondiale Democratische Organisaties | • Vermeylenfonds |
| • Hart boven Hard | • Vlaamse actieve senioren |
| • InclusieAmbassade | • Voem |
| • Konekt | • Vrede |
| • LINC | • Vredesactie |
| • Motief | • Way To Go |

3 Workshop instrumenten

We boden verschillende instrumenten aan om deelnemende organisaties te helpen de eigen noden in kaart te brengen en nieuwe inzichten op te doen over hun werking. Deze instrumenten werden tijdens de workshops geïntroduceerd, er was tijd om er individueel aan te werken en feedback te krijgen. Waar nodig konden deelnemers achteraf individueel verder werken.

De geaggregeerde resultaten werden gebruikt om conclusies te trekken over gedeelde noden, patronen en struikelblokken in de werking van organisaties. Daarover gaan de volgende hoofdstukken. We hopen dat de deelnemende organisaties deze instrumenten ook voor andere uitdagingen in digitalisering zullen gebruiken.

We leggen hier eerst een paar van die instrumenten uit.

3.1 Data piramide

Master data analyse is een methode om heel goed te kijken naar de 'basisgegevens' van je doelgroep. Door die duidelijk in kaart te brengen kan je ervoor zorgen dat ze kloppen en goed georganiseerd zijn, omdat dit het fundament is van alle andere informatie die er op verder bouwt (de bovenste lagen van de data piramide). Als je basisgegevens rommelig zijn, wordt alles wat je ermee doet ook rommelig. Het doel is om een betrouwbaar en consistent overzicht te krijgen van je belangrijkste gegevens (leden, deelnemers, activiteiten, vrijwilligers, etc.) en waar die zich bevinden.

Welke informatie verzamelt je organisatie?

Analytische data

Inzichten die jullie afleiden uit verzamelde gegevens.

Bijvoorbeeld:

Best bereikte leeftijdscategorie

Transactionele data

Gegevens over interacties of gebeurtenissen.

Bijvoorbeeld:

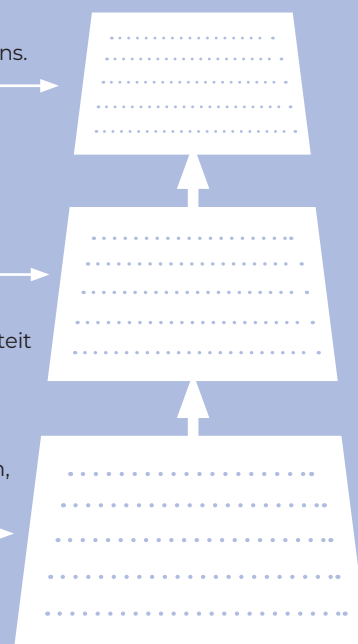
Lid neemt deel aan een bepaalde opleiding/activiteit op een bepaalde datum

Master data

Vaste gegevens die jullie bijhouden over personen, organisaties of plaatsen.

Bijvoorbeeld:

- Naam deelnemers
- Adres van vrijwilligers



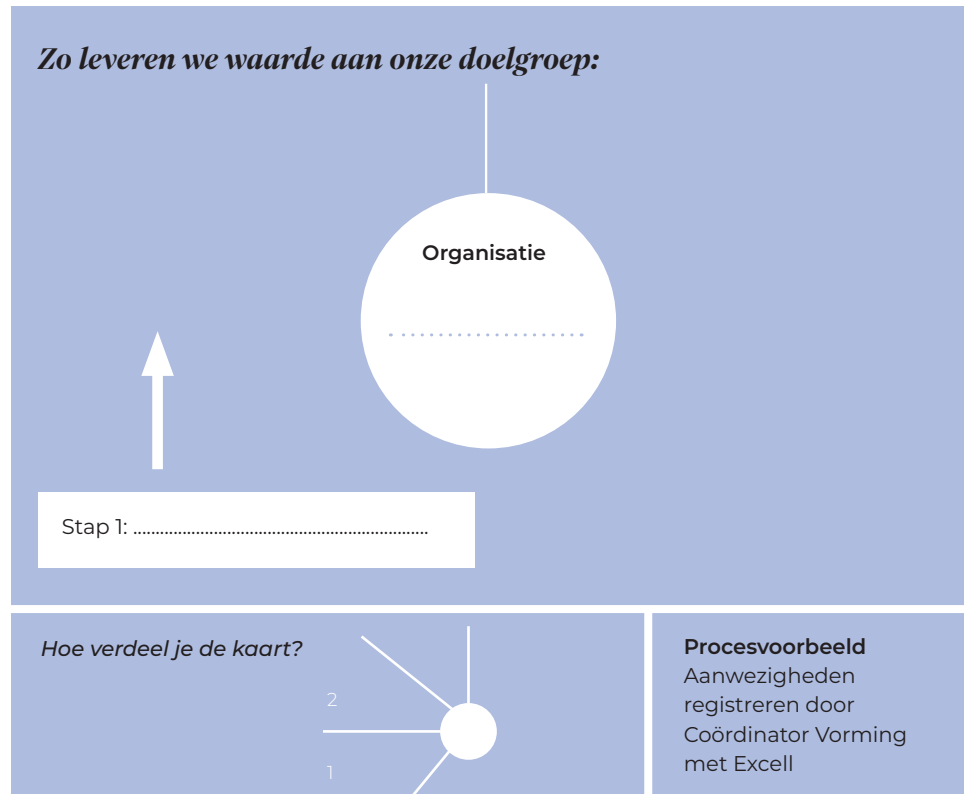
In de **data piramide oefening** gaat elke organisatie voor zichzelf op zoek naar 3 types van gegevens:

- **Master data**
Gegevens die zelden veranderen: basis persoons en contactgegevens van de doelgroepen, partners, locaties, etc
- **Transactionele data**
Gegevens over interacties tussen jouw organisatie en je doelgroep, dat kan zowel gaan over online interacties als deelnames aan activiteiten, aankopen, etc
- **Analytische data**
Dit zijn gegevens waar je lessen uit kan trekken, inzichten mee kan opbouwen, met deze gegevens kan je je werking evalueren en keuzes maken voor de volgende periode (maand, trimester, schooljaar, kalenderjaar, beleidsperiode)

Een data piramide oefening brengt duidelijkheid over de opbouw van gegevens in een organisatie. Hoe beter elke niveau georganiseerd is en beheerd wordt, hoe beter het niveau daarboven kan functioneren en hoe vlotter je uiteindelijk inzichten kan verwerven uit data van je organisatie. Het geeft ook een eerste blik op versnippering van data in je organisatie.

3.2 Nexus Map

De Nexus Map oefening brengt de processen en datastromen binnen een organisatie gedetailleerd in kaart en koppelt ze aan de systemen die gebruikt worden. De map helpt om een duidelijk beeld te krijgen van de operationele behoeften en knopen in de organisatie. Het brengt ook in kaart op welke manier een organisatie gestructureerd is: werken alle medewerkers aan verschillende dingen mee? Zijn er duidelijk onderscheiden teams die in een bepaalde fase aan de slag zijn?



De oefening richt zich op het in kaart brengen van:

- Wat zijn de fases die je activiteiten doorlopen?
- Wie doet daarin wat?
- Welke gegevens gebruik je daarvoor?
- Welke gegevens geef je door?
- Welke tools worden daarvoor gebruikt?

3.3 15% oplossing

In deze oefening deelden deelnemers hun 15% oplossingen. Een 15% oplossing is een kleine oplossing voor een terugkerend probleem, een oplossing die jij zelf kan maken/in gang zetten binnen je organisatie. Je hebt er alleen de tools voor nodig die je al tot beschikking hebt, er hoeft niks groots te veranderen om je oplossing te bouwen, je hebt er geen toestemming of ingewikkelde beslissingen voor nodig.

De beste 15% oplossingen zijn een eerste stap naar een grotere oplossing, het kan bijvoorbeeld een prototype zijn van iets groters, gemaakt met eenvoudige middelen. Door de 15% oplossingen van andere organisaties te leren kennen, komen mensen op ideeën en zien ze mogelijkheden waar ze die voordien niet zagen. Het zet aan tot veranderings-goesting en creatief oplossingsdenken. Deze soort oplossingen zijn dikwijls het soort experiment dat organisaties nodig hebben om hun noden beter te begrijpen, dankzij experiment leren ze dingen over bestaande oplossingen, maar zeker ook over hun eigen werking. Het bevordert het digitale denken binnen een team en maakt hen sterker voor digitale veranderingen in de toekomst.

3.4 CRM Maturiteitsmodel

Het CRM maturiteitsmodel laat nadenken over volgende aspecten van je organisatie:

- Organisatie: wat is de visie en het beleid van mijn organisatie rond CRM?
- Medewerkers: hoe staan medewerkers tegenover de taken die met gegevens te maken hebben?
- Processen: heeft mijn organisatie eenduidige processen en evolueren die processen voldoende mee?
- Systemen: hebben we tools ter beschikking die de medewerkers voldoende ondersteunen en de processen mogelijk maken?

Waar staat jouw organisatie vandaag?

	Chaos	Beheerd	Gedefinieerd	Gemeten	Optimaal
Organisatie	Geen beleid rond CRM	Wat vage ideeën en doelen	Beleid rond welke data verzamelen	Beleid rond data én monitoring	Beleid gestuurd door data-gebaseerde inzichten
Medewerkers	Weinig bewust	Doen wat gevraagd zonder veel inzicht waarom	Goed op de hoogte	Proactief zoeken naar verbetering	Goed bewust van doelstellingen en datagebruik
Processen	Iedereen op zijn eigen manier, alles is toeval	Er zijn een aantal afspraken, meestal voor specifieke activiteiten	Er zijn heldere afspraken over alle activiteiten heen	Goede processen die permanent geëvalueerd en deels geautomatiseerd worden	Doorgedreven automatisatie en zeer gebruiksvriendelijke processen
Systemen	Mailbox, boekjes, Excel sheets, geheugen	Aparte silo's van gegevens	1 CRM + nog wat versnippering	1 CRM en een paar integraties met andere systemen	CRM + geïntegreerde website + automation

Dankzij een duidelijk inzicht in je CRM maturiteit kan je een zicht krijgen op wat je organisatie te doen staat om te kunnen verbeteren. Vervolgens kan je op een zinvolle manier starten aan een eventuele zoektocht naar een CRM. Veel organisaties hebben eerst werk te doen rond visie, processen, samenwerking en communicatie alvorens ze op zoek kunnen naar de juiste software.

3.5 Design thinking

We werkten in de workshop rond de design thinking methode. Design thinking herinnert ons eraan om voldoende tijd te voorzien om een probleem te begrijpen alvorens naar oplossingen te grijpen. Bovendien moedigt de design thinking aanpak uit tot prototyping en testing, alvorens duidelijk een oplossing te definiëren. Die experimenten leiden tot een dieper inzicht van het probleem en de mogelijke oplossingen, en maakt organisaties beter voorbereid en zelfverzekerder in hun zoektocht naar de beste oplossing.



3.6 User stories

De laatste methode die werd aangereikt is de user story. De deelnemers leerden wat user stories zijn en schreven hun eigen CRM noden uit in user stories. User stories geven een manier om aandacht te schenken 'waarom' een organisatie een bepaalde nood heeft en weg te blijven van het oplossingsdenken waarin men beschrijft 'hoe' een systeem iets moet aanbieden. De CRM markt is een mature software markt, waarin de overlap tussen systemen groot is. De manier waarop ze verschillen is precies in HOE ze bepaalde dingen mogelijk maken. Leveranciers zullen dus een veel zinvoller en diepgaand antwoord kunnen bieden op de noden van een organisatie als die vooral de 'waarom' voorleggen. Organisaties zullen de oplossing van leveranciers veel beter met elkaar kunnen vergelijken, als de leveranciers moeten tonen HOE ze bepaalde noden zullen invullen.

User stories
Als een (wie? welk soort gebruiker/systeem?)
Wil ik (wat wil je kunnen doen/welk probleem wil je oplossen)
Zodat (waarom? beschrijf welk doel je hiermee hebt, wat je hiermee bereikt)

User stories zijn een manier om de noden van een groep gebruikers te noteren en komen uit de methodiek van Agile Software ontwikkeling. Een user story heeft een vaste structuur en is een standaard methode geworden om de noden van gebruikers te beschrijven op een manier dat technische profielen ermee aan de slag kunnen. We raden organisaties op hun zoektocht naar software aan om user stories in te zetten wanneer ze de markt opgaan. Het zal hen toelaten grondig te bestuderen wat ze nodig hebben, zonder daarbij te veel in oplossingen te denken en een softwarepakket te gaan beschrijven gebaseerd op wat men al kent.

4 Situatie en gedeelde uitdagingen

In dit hoofdstuk belichten we de gemeenschappelijke uitdagingen waar diverse organisaties in de non-profit sector mee kampen bij het gebruik of de introductie van een CRM systeem en databeheer.

We brengen in kaart waar organisaties vandaag tegenaan lopen in hun manier van werken. Een grondig inzicht in de probleemstelling is noodzakelijk om een goed begrip te krijgen van de actuele situatie. We selecteerden daaruit de meest voorkomende problemen die bij de diverse collectie van organisaties terugkwamen.

“Als je het systeem maar af en toe gebruikt leer je het nooit”

4.1 Technische beperkingen en systeemcomplexiteit

Er heerst frustratie over logge, moeilijk te begrijpen of slecht geïntegreerde systemen. Veel organisaties vinden bestaande CRM-systemen te complex, niet gebruiksvriendelijk en moeilijk te implementeren. Ze botsen bovendien op oplossingen die niet ontworpen zijn voor non-profits, waarbij ze zich moeten aanpassen aan een logica en taalgebruik die op verkoop in een commerciële omgeving gericht zijn. Dit alles leidt tot weerstand bij medewerkers en vrijwilligers om deze systemen te gebruiken.

Van de 49 organisaties die de vraag naar een CRM systeem beantwoordden zijn er 32 die een CRM systeem gebruiken. 17 deelnemende organisaties hebben vandaag geen CRM systeem in huis.

Uit 45 volledige antwoorden op de vraag geven 17 organisaties expliciet aan dat hun huidige CRM systeem niet gebruiksvriendelijk is. Het wordt daardoor niet of te weinig gebruikt, met onvolledige gegevens tot gevolg. Door gebrek aan gebruiksvriendelijkheid krijgen organisaties hun medewerkers niet gemotiveerd om het CRM te gebruiken. Gebrek aan gebruiksvriendelijke systemen vormt nog een grotere barrière voor vrijwilligers, die maar af en toe in het systeem moeten werken.

Bij deze organisaties zijn de volgende CRM systemen in gebruik:

- Salesforce (zowel eigen inrichtingen als Parcours)
- MS Dynamics
- Procurios
- CiviCRM
- Zamel CRM
- Axoclub
- Bigin (van Zoho)
- Odoo
- Hubspot
- 3 organisaties geven aan een maatwerkoplossing te hebben

“Zelfs CRM demo's bekijken is vaak al overweldigend.”

4.2 Tijdverlies door inefficiënte processen

Organisaties ervaren complexiteit in hun processen en structuren, wat leidt tot inefficiëntie en verwarring. Veel processen, zoals inschrijvingen, verwerken van betalingen, annulaties, facturen, registraties en rapportages, zijn handmatig en tijdrovend.

Een belangrijk deel van de organisaties getuigt over relatief weinig maturiteit in gestructureerd werken. De organische groei, personeelsverloop en beperkte expertise dragen bij aan dat gebrek aan procesmatig werken, waarbij medewerkers vaak op hun eigen manier taken uitvoeren en processen niet meegroeien met organisatieveranderingen.

“Iedereen organiseert zijn contacten op zijn eigen manier waardoor er geen overzicht meer is”

De afwezigheid van processen wordt expliciet vermeld door 14 organisaties in de enquête en kwam in de workshops zeer regelmatig terug als gespreksonderwerp.

De meest voorkomende tijdrovende, veelal handmatige processen die uit de enquête naar voor komen zijn:

“Er is iemand weggegaan en die had heel veel contacten in zijn mailbox, die zijn we nu kwijt”

1. **Rapporteren en monitoren** van projecten/activiteiten (inclusief financieel): 5 vermeldingen
2. **Verwerking van betalingen** en facturatie (handmatig): 4 vermeldingen
3. **Handmatige data-invoer** en -onderhoud in CRM/systemen: 4 vermeldingen
4. Gefragmenteerd **Contactbeheer**: 4 vermeldingen
5. Handmatige **Inschrijvingen en Annulaties**: 3 vermeldingen
6. Aanmaken/inboeken van **activiteiten**: 3 vermeldingen
7. Algemene administratie / Handmatig werk door versnipperde tools: 3 vermeldingen
8. Data-integratie en overdracht tussen systemen (**kopiëren-plakken, vertalen**): 2 vermeldingen

4.3 Rapportering en monitoring

Het genereren van rapporten en het monitoren van projecten en activiteiten is tijdrovend en complex, vooral omdat dit grotendeels handmatig moet gebeuren en er geen centrale en/of betrouwbare gegevens zijn. Bijna alle organisaties maken hiervan melding.

De meest voorkomende problemen zijn;

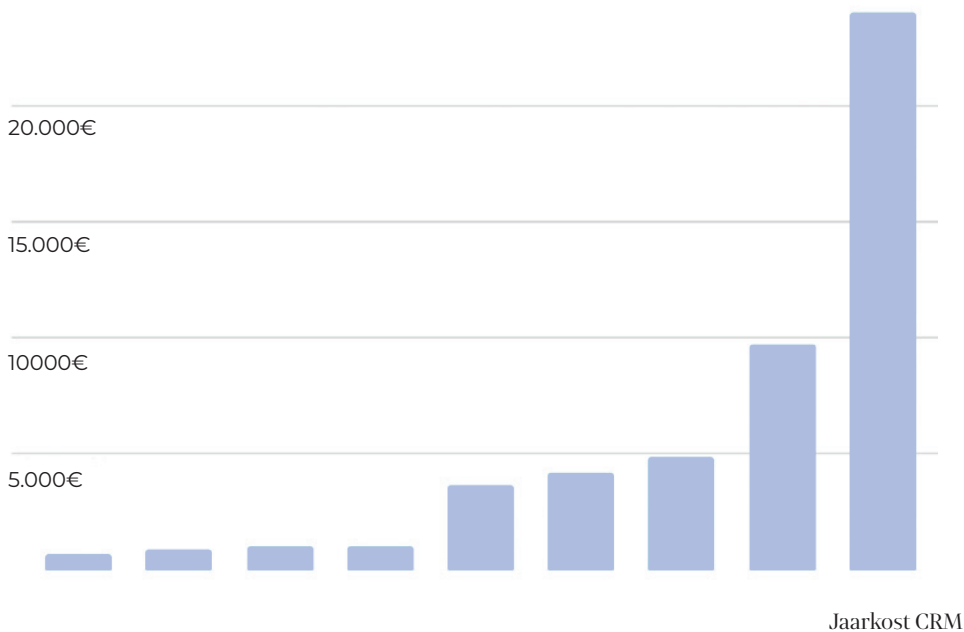
“We verliezen het meeste tijd aan rapportage van projecten, zowel inhoudelijk als financieel”

- **Tijdrovend en complex:** Het genereren van rapporten wordt als een van de meest tijdrovende taken beschouwd. Rapportages vergen veel handmatig werk
- **Gebrek aan betrouwbare en centrale gegevens:** Omdat data versnipperd is, is het moeilijk om betrouwbare en accurate rapporten te genereren.
- **Niet up-to-date:** De rapporten zijn vaak al verouderd wanneer ze klaar zijn, wat ze weinig bruikbaar maakt voor besluitvorming.
- **Gebrek aan diepgaande inzichten:** De huidige rapporten bieden onvoldoende bruikbare inzichten voor strategische beslissingen over bijvoorbeeld projectvoortgang of de effectiviteit van communicatie.

De huidige problemen belemmeren niet alleen hun dagelijkse werking, maar ook het vermogen om datagedreven te werken en strategische beslissingen te nemen. De frustraties over versnipperde data, tijdrovende rapportages en de hoge drempel van nieuwe technologieën zijn alomtegenwoordig.

4.4 Financiële bezorgdheden en onduidelijkheid over kosten

De sector is prijsgevoelig en kampt met beperkte middelen, wat vaak leidt tot frustraties. De kosten vormen een grote drempel voor veel organisaties, vooral voor de hele kleine organisaties. Verschillende organisaties botsen tegen onverwachte evoluties in de kost van CRM systemen, die aanvankelijk betaalbaar waren maar gaandeweg sterker stijgen dan verwacht. Er spelen echter ook onrealistische verwachtingen rond het kostenplaatje van digitalisering.



“We hebben al veel geld uitgegeven aan CRM en we hebben nog steeds niets.”

Uit een kleine bevraging bij de workshop deelnemers blijkt dat de kosten voor CRM schommelen tussen 700€/jaar tot 9000€/jaar met een uitschieter naar 24.000€/jaar voor een grotere organisatie.

Geen enkele organisatie had reeds helder hoeveel potentieel aan besparing er te realiseren is bij een evolutie naar meer procesmatig werken, het gebruik van een CRM en datagedreven werken. Een latere steekproef daarover toont dat een tijdswinst van 10% tot 20% voor organisaties een realistisch doel lijkt.

Er is een grote nood aan ijkpunten rond CRM-kost en digitaliseringskost, de deelnemende organisaties tasten vandaag in het duister over wat een realistische kost voor digitalisering is, wat voor hen een interessant licentiemodel is en welke kostenbesparing ze er op termijn mee kunnen realiseren. Uit de workshops kwam duidelijk naar voor dat de organisaties vandaag zo goed als geen onderhandelingsruimte of argumenten hebben wanneer ze met leveranciers in zee gaan en dus overgeleverd zijn aan de voorstellen die ze krijgen, die ze bovendien moeilijk kunnen interpreteren en die hen geen zicht geven op kostenevolutie op langere termijn.

4.5 Gebrek aan interne expertise en vaardigheden en gebrek aan support

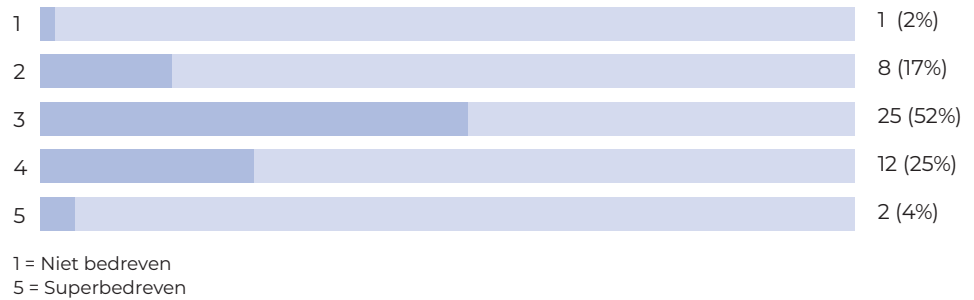
“Gebrek aan IT-vaardigheid – als een knop van plaats wisselt, veroorzaakt dat al problemen.”

Bijna alle organisaties ervaren een tekort aan kennis en vaardigheden rond digitale tools, met name CRM-systemen. Dit heeft impact op adoptie, beheer en strategische keuzes. Het leidt tot afhankelijkheid van enkele medewerkers die weten hoe bepaalde processen moeten worden uitgevoerd.

Sommige organisaties hebben bovendien last van veel verloop of afwezigheid van personeel waardoor kennis voortdurend verdwijnt.

“Onze teams zijn niet bekwaam om om te gaan met data.”

Hoe bedreven zijn jullie medewerkers of administratieve vrijwilligers in het gebruik van digitale tools: weinig, redelijk comfortabel of uitstekend?



De support van software leveranciers blijkt niet te voldoen aan de behoeften of creëert te veel extra kosten. Organisaties hebben dikwijls meer hands-on ondersteuning nodig dan wat hun leveranciers hen kunnen bieden.

5 Verschillen tussen organisaties

Er is een grote diversiteit tussen de organisaties die deelnemen aan dit project. We sommen hier de 3 belangrijkste verschillen op die relevant zijn voor een samenwerking rond CRM.

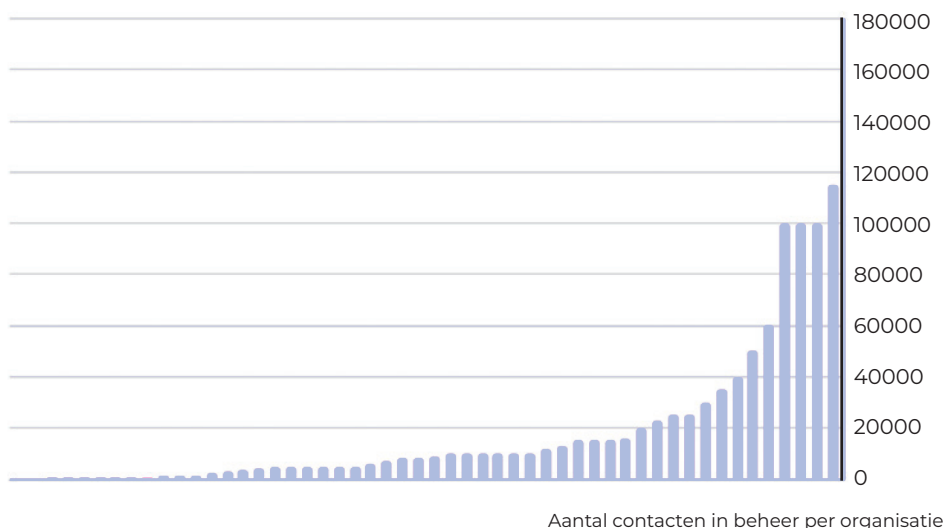
5.1 Beginsituatie CRM

De beginsituatie van de verschillende organisaties varieert sterk. Sommige organisaties hebben al een CRM-systeem, maar worstelen met de implementatie, kosten, of het volledig benutten van de functionaliteiten. Veel andere organisaties werken nog met diverse, versnipperde systemen (Excel, Outlook, lokale databases). Nog anderen hebben een systeem dat niet langer onderhouden wordt. We onderscheiden hier 4 belangrijke groepen:

1. **Huis-tuin-keuken organisatie:** ze hebben geen oplossing of hun data zit verspreid over veel verschillende, ongestructureerde bronnen.
2. **Goed genoeg organisatie:** ze hebben een oplossing en die voldoet net aan hun noden, ze kunnen er zeker nog een tijd mee verder.
3. **Oplopende kosten organisatie:** ze hebben een oplossing die almaar duurder is geworden, en nu dus te duur.
4. **Doodlopend straatje organisatie:** ze hebben een oplossing die door de ontwikkelaar niet langer onderhouden wordt/zal worden.

5.2 Aantal contacten

Er is veel variatie in het aantal contacten die beheerd worden, hoe snel de contacten evolueren en hoe hard de organisatie groeit in aantal contacten of hoe vluchtig haar contacten zijn. Binnen de deelnemers van de enquête gaan de cijfers van nauwelijks 100 beheerde contacten tot meer dan 100.000. Een paar organisaties geven aan geen betrouwbaar idee te hebben van het aantal contacten die beheerd worden. Meer dan een derde van de organisaties weet niet precies hoeveel contacten er jaarlijks bijkomen.



We kunnen dit opdelen in 3 groepen;

1. **Klein** aantal contacten: maximum 20.000 contacten
2. **Gemiddeld** aantal contacten: 20.000 tot 60.000 contacten
3. **Groot** aantal contacten: meer dan 60.000 contacten

5.3 Financiële draagkracht

In deze fase van het project werd slechts beperkt in kaart gebracht wat de financiële verwachtingen zijn rond een CRM systeem. Het is echter reeds duidelijk dat er erg grote verschillen bestaan in financiële mogelijkheden om zo'n traject te realiseren.

Een kleine steekproef toonde wel aan dat de meeste organisaties bereid zijn te investeren in een kwaliteitsvolle oplossing, eerder dan altijd te willen kiezen voor de goedkoopste oplossing, omdat de ervaringen hen geleerd hebben dat die hen op termijn toch niet verder helpen.

“Modulariteit is belangrijk — niet omwille van eenvoud, maar om alleen te betalen voor wat we gebruiken.”

6 Behoeften en gewenste oplossingen

Tijdens de workshops met vertegenwoordigers uit het sociaal-cultureel werkveld werden ideeën, zorgen, inzichten en ervaringen verzameld over digitale transformatie, CRM-systemen en datagedreven werken. De deelnemers brachten vanuit hun praktijkervaring een breed scala aan input aan: losse observaties, anekdotes, inzichten en meningen. De enquêtes gaven inzicht in de verschillende organisaties, hun werking en hun problemen. De workshops hadden als doel om beter te begrijpen welke drempels, verwachtingen en noden er leven in de sector rond CRM en databeheer.

Wat daarbij meteen opviel, is hoe weinig verrassingen er opdoken. De thema's, uitdagingen en wensen die naar voren kwamen, waren stuk voor stuk herkenbaar voor wie al langer actief is in het veld van sociaal-cultureel werk. Dat hoeft niet als negatief geïnterpreteerd te worden. Het bevestigt dat veel organisaties met gelijkaardige vragen en worstelingen zitten en dat er gedeelde inzichten bestaan over wat beter kan.

Toch is deze vaststelling niet zonder betekenis. Waar wij als externe begeleiders vooral veel patronen, terugkerende knelpunten en gedeelde noden zien, leeft binnen veel organisaties toch het idee dat hun situatie uniek is. Er bestaat een sterke perceptie van eigenheid. "Bij ons is het toch anders." "Onze structuur is echt heel specifiek." Die overtuiging leidt er vaak toe dat organisaties afzonderlijke oplossingen zoeken en zelf het warm water proberen uit te vinden.

Dit verschil in perspectief vormt een belangrijk spanningsveld. Het verklaart waarom samenwerking of het ontwikkelen van gedeelde oplossingen niet vanzelfsprekend is, ook al zijn de onderliggende noden vaak bijna identiek.

6.1 Opportuniteiten uit de sector

Hoewel de uitdagingen duidelijk zijn, kwamen er tijdens het traject ook verschillende opportuniteiten naar voren. Organisaties beseffen dat samenwerking en kennisdeling belangrijke hefboomen kunnen zijn om efficiënter te werken, kosten te besparen en hun maatschappelijke impact te vergroten. De bereidheid om oplossingen gezamenlijk te verkennen groeit, zeker wanneer deze goed aansluiten bij de realiteit van het werkveld. In dit hoofdstuk bundelen we de belangrijkste kansen die de sector zelf ziet om vooruitgang te boeken.

6.1.1 Wens naar samenwerking

Er is openheid voor collectieve structuren, mits die aansluiten bij de noden en cultuur van de sector. Er bestaat een 'samen-sterker' gevoel omdat organisaties elkaars moeizame leerpad in de digitale wereld hard herkennen. Daarin was er unanimiteit binnen de groep workshop-deelnemers.

Er is echter, zoals reeds vermeld, een contradictie tussen het besef dat elke organisatie op zijn eigen eiland gelijkaardige problemen probeert op te lossen en anderzijds de hang naar eigenheid. Er is nog niet genoeg realisme aanwezig over die gedeelde noden. Men heeft veel aandacht voor de verschillen tussen organisaties en is daardoor blind voor de gelijkenissen.

6.1.2 Tijdswinst

Samenwerking binnen de sector kan zowel de zoektocht naar oplossingen als de uitrol van een oplossing sneller en vlotter doen verlopen. Vandaag worstelen organisaties ermee om hun noden helder te verzamelen en te verwoorden. Ze lopen verloren in het aanbod van CRM systemen (en andere) en geraken niet vlot aan een longlist of shortlist

van aanbieders die de moeite zijn om te bestuderen. Vervolgens vinden ze het lastig om verschillende aanbieders met elkaar te vergelijken en geïnformeerde keuzes te maken. Ze botsen bovendien op cultuur en taalverschillen wanneer ze puur commercieel gerichte CRM systemen proberen te overwegen of lopen verloren in technische aspecten die ze niet voldoende begrijpen of waarvan ze de consequenties niet kunnen inschatten. Het uitwisselen van ervaring en kennis wordt daarin gezien als een oplossing die tijdwinst kan opleveren.

6.1.3 Besparing

De deelnemende organisaties hopen dat een sector-samenwerking tot besparing kan leiden. Men verwacht dat samenwerken in een gedeeld systeem ervoor zal zorgen dat dat systeem goedkoper is.

Kleine non-profit organisaties voelen dat ze een erg zwakke onderhandelingspositie hebben tegenover software aanbieders en integratoren. Ze zien in sector-samenwerking ook een mogelijkheid om harder te kunnen wegen in prijsonderhandelingen met bestaande aanbieders en zo meer interessante aanbiedingen kunnen krijgen.

6.1.4 Betere afstemming op werking

De organisaties hopen dat ze dankzij samenwerking een systeem krijgen dat beter is afgestemd op hun noden. Een systeem dat niet louter gericht is op verkoop maar specifiek aangepast is aan de non-profit sector, met een woordenschat en aandacht voor processen die in non-profit aanwezig zijn. Door samenwerking hopen ze de software sector te bewegen meer aandacht te besteden aan de specifieke functionele noden van non-profitorganisaties.

6.1.5 Afstemming op gebruikersgroep

We zien dat organisaties met een diverse populatie in het CRM systeem werken. De graad van digitale geletterdheid is dikwijls erg gespreid (zie figuur in paragraaf 4.5). Digitale toegankelijkheid is bovendien voor sommige organisaties een harde vereiste, zeker waar mensen met een beperking actief zijn.

Vooraf bij het online inschrijven op activiteiten door de doelgroep ervaren organisaties uitdagingen om het aanbod toegankelijk te houden.

Een groot deel van de organisaties heeft nood aan oplossingen die de digitale drempel verlagen, zowel voor medewerkers, vrijwilligers als de doelgroep. Door samenwerking hopen ze meer aandacht te creëren bij software aanbieders voor deze belangrijke nood.

“Ik ben bang dat er dan te veel naar de cijfers gekeken wordt. We werken in een mensensector!”

6.2 Barrières voor verandering

6.2.1 Verwarring over wat ‘datagedreven werken’ inhoudt

De term wordt vaak gebruikt, maar niet altijd correct begrepen of eenduidig geïnterpreteerd. Het verzamelen van gegevens heeft negatieve connotaties in verschillende organisaties. Meerdere organisaties spreken over bezorgdheden rond:

- **Angst voor verlies van menselijke focus:** er leeft een idee dat datagedreven werken de menselijke werking van organisaties zal bedreigen. Medewerkers voelen zich oncomfortabel bij datagedreven analyse uit angst de mensgerichte kern van hun sociaal-cultureel werk te verliezen.

“Afspraken uit het verleden worden niet losgelaten.”

- **Moeite met het duiden van het belang:** leidinggevendens krijgen aan medewerkers moeilijk verkocht dat data kan leiden tot een betere werking en grotere maatschappelijke impact
- **Onzekerheid over data-benutting:** sommige organisaties verzamelen al belangrijke data maar weten dan niet goed wat ermee aan te vangen, op welke manier die data om te zetten in waardevolle inzichten of beleidsbeslissingen.

6.2.2 Procesweerstand, tijdsgebrek en cultuur van voorzichtigheid

Verandering wordt vaak vertraagd door oude gewoontes, individuele weerstand of gebrek aan ruimte en tijd voor verandering. Uit een oefening rond succesvolle adoptie van nieuwe tools kwam naar voor dat er, zonder intensieve, permanente ondersteuning en motivatie, zeer dikwijls snel teruggegrepen wordt naar oude manieren van werken. En er is niet genoeg capaciteit om die ondersteuning te bieden.

Verschillende organisaties geven aan dat er al gebrek aan tijd en ademruimte is, gezien de intensieve manuele processen. Medewerkers kunnen het idee van verandering er niet meer bijnemen. Het is hollen om niet te verzuipen, waardoor tijd maken om over verandering na te denken en die verandering in gang zetten, onoverkomelijk lijkt. Wanneer plannen tot verandering botsen op weerstand van een paar medewerkers, wacht men liever af dan door te zetten. Er is een grote voorzichtigheid vanuit de leidinggevendens om keuzes toch door te drukken.

“Advies moet afgestemd zijn op onze werking.”

6.2.3 Verwachtingen ten opzichte van consultants

Vertrouwen in externe experts is niet vanzelfsprekend. Advies wordt alleen gevolgd als het resoneert met de eigen realiteit. De meeste organisaties ervaren dat externe consultants hun realiteit niet begrijpen, niet weten hoe hun organisatie functioneert en bovendien hun taal niet spreekt.

Er heerst een algemene frustratie over zowel niet begrepen worden door externe experts als de perceptie dat alle externe expertise duur is.

“Als iemand ‘klant’ zegt in plaats van ‘donateur’, haken we af.”

6.2.4 Misverstanden over privacy en data-eigendom

Er leven enkele hardnekkige misvattingen over juridische of ethische aspecten van digitale systemen. Er is weinig kennis over de precieze consequenties en beperkingen van GDPR regels. Daardoor wordt GDPR snel ingezet als motivatie om iets niet te doen, zelfs wanneer daar geen juridische grond voor bestaat.

Er leeft bij een aantal organisaties argwaan over wat software leveranciers met hun data kunnen of mogen doen. Deze argwaan is deels gebaseerd op gebrek aan kennis of inzichten, maar anderzijds ook op gebrek aan transparantie van (potentiële) leveranciers.

“Als we met een commercieel systeem werken, zijn we onze data kwijt.”

6.2.5 Keuzestress en risico-aversie bij beslissingen

Bestuursstructuren en eerdere negatieve ervaringen maken organisaties terughoudend. Een handvol organisaties geeft expliciet aan dat er geen visie is binnen het bestuur om procesmatig werken en digitalisering op de agenda te zetten.

Veel organisaties rapporteren over pijnlijke ervaringen in het verleden, waarbij een investering in digitalisering niet het verwachte resultaat heeft opgeleverd. Dit zijn ‘organisatorische littekens’ die tot voorzichtigheid of terughoudendheid leiden in nieuwe beslissingen rond digitalisering en proces innovatie.

“We moeten ons bestuur meekrijgen.”

“We hebben al veel geld uitgegeven, en nog steeds geen systeem.”

6.3 Prioriteiten in oplossingen

Maar wat zijn dan die gemeenschappelijke aspecten waar diverse non-profitorganisaties naar kijken als oplossing om op vlak van CRM en data beter te functioneren. We brengen ze hier samen. Deze 5 aspecten beschouwen de deelnemers aan de workshops als de belangrijkste basisvoorwaarden om tot een succesvol systeem en werking te komen.

6.3.1 Gebruiksvriendelijkheid, inclusie en training

De implementatie van gebruiksvriendelijke, aangepaste CRM-systemen wordt vaak genoemd als deel van de oplossing. De tools moeten gemakkelijk gebruikt kunnen worden door alle medewerkers, inclusief vrijwilligers, die maar af en toe gebruik maken van het CRM.

Sommige organisaties hebben behoefte aan betere en betaalbare training en ondersteuning voor hun medewerkers en vrijwilligers, vooral bij het gebruik van digitale tools en CRM-systemen.

Digitale toegankelijkheid is voor sommige organisaties een harde vereiste, zeker waar mensen met een beperking actief zijn.

Uit de workshops met 20 organisaties kwamen 'gebruiksvriendelijkheid' en 'afgestemd op nonprofit' naar voor als de 2 belangrijkste succesfactoren voor een CRM systeem.

6.3.2 Centralisatie, integratie en automatisering

Het integreren van verschillende systemen, zoals CRM met boekhoudsystemen of CMS, wordt gezien als een manier om data beter te beheren en processen te stroomlijnen. Het centraal bijhouden van data wordt genoemd als een oplossing om bruikbare en kwaliteitsvolle data te hebben, de data-overdracht te verbeteren en de efficiëntie te verhogen.

Automatisering van processen zoals inschrijvingen, betalingen, verzenden van communicatie en data-overdracht tussen systemen wordt gezien als een manier om tijd te besparen en fouten te verminderen.

6.3.3 Duidelijke procedures en structuren

De organische groei van organisaties, het soms grote personeelsverloop en de beperkte expertise, zorgen in veel organisaties voor een groot gebrek aan procesmatig werken.

Dikwijls doet men de dingen nog steeds zoals het 'vroeger' was. Soms vult elke medewerker die erbij komt zijn taken op zijn eigen manier en met eigen tools in. Soms bestaan er processen maar groeien ze niet mee of evolueren niet met de veranderingen in de organisatie.

Organisaties zouden baat hebben bij het opzetten van duidelijke procedures en structuren om het gebrek aan overzicht en de bestaande inefficiëntie op te lossen.

6.3.4 Rapportage en data inzicht

Er is behoefte aan betere tools voor rapportage, zoals het vlot genereren van rapporten die voldoen aan decretale vereisten, rapporten voor het bijhouden van budgetten en het genereren van financiële rapporten.

Het beter benutten van data en het implementeren van dashboards met nuttige inzichten wordt gezien als een manier om beleidsbeslissingen te ondersteunen, de effectiviteit van communicatie te meten en organisaties weerbaarder te maken.

6.3.5 Specifieke gevraagde functionaliteiten

De deelnemers aan de workshop formuleerden hun verwachtingen van een toekomstig CRM systeem aan de hand van user stories. We vonden een groot aantal gemeenschappelijke verwachtingen in de user stories, we vatten hier de voornaamste samen.

A. Behoeftte aan overzicht en centralisatie van contact- en relatiegegevens:

Het kunnen raadplegen van alle contacten (donateurs, vrijwilligers, partners, leden, deelnemers, etc.) op één plek, met alle relevante informatie erbij (interesses, contactmomenten, historie, demografie, etc.) met de garantie dat de gegevens up-to-date zijn.

B. Efficiënte rapportage en data-analyse voor besluitvorming en verantwoording:

Gemakkelijk betrouwbare rapporten kunnen genereren voor zowel interne monitoring (beleidsdoelstellingen, projectvoortgang, financiën) als externe verantwoording (subsidiegevers). Het gaat hier om het verzamelen van diepgaande inzichten uit de data.

C. Stroomlijning en automatisering van operationele processen

(vnl Inschrijvingen, Events, Communicatie en Financieel):

Het verminderen van handmatig werk, fouten en tijdverlies bij veelvoorkomende taken. Integratie tussen systemen is daarbij cruciaal.

D. Integratie met de website(s) (zodat processen gestart kunnen worden door de deelnemers/leden/vrijwilligers zelf en zodat communicatie sneller online staat)

Organisaties verwachten dat hun website naadloos geïntegreerd is met een centraal CRM systeem. Ze willen de mogelijkheid om activiteiten, evenementen en inschrijvingen direct en automatisch vanuit het CRM op de website te publiceren en vice versa. Ook is er een duidelijke wens om de communicatie met contacten via de website te stroomlijnen, zoals het inschrijven voor events en nieuwsbrieven, het segmenteren van doelgroepen op basis van website-interacties of downloads. Verder zijn gebruiksvriendelijkheid, professionaliteit en meertaligheid van de website van belang voor externe inschrijvingen en een optimale gebruikerservaring van een divers publiek.

De website wordt gezien als een cruciaal extern communicatie- en interactiekanaal dat niet los mag staan van de interne databeheer- en communicatiesystemen.

E. Gebruiksvriendelijkheid en aanpasbaarheid van het systeem:

De digitale tools moeten intuïtief en flexibel zijn, zodat gebruikers (ook minder technisch onderlegde) er efficiënt mee kunnen werken zonder continue externe hulp of diepgaande IT-kennis.

7 Toekomstvisie vanuit de sector

De toekomstvisie van sociaal-culturele organisaties rond CRM vertrekt vanuit hun dagelijkse realiteit. Beperkte middelen, lage digitale maturiteit en een duidelijke focus op maatschappelijke doelen vormen het vertrekpunt. Tegelijk groeit het besef dat CRM een strategisch hulpmiddel kan zijn, op voorwaarde dat het systeem aansluit bij de werking, cultuur en taal van de sector.

Samenvattend komen deze elementen het meest naar voor:

7.1 Frustratie uit het verleden, hoop op vernieuwing

Veel organisaties dragen negatieve ervaringen mee uit eerdere CRM-trajecten. Toch klinkt er ook hoop. Organisaties willen opnieuw proberen, als de aanpak dit keer écht afgestemd is op hun noden. Dat betekent eenvoudig in gebruik, betaalbaar en op maat.

7.2 Voorkeur voor gedeelde oplossingen

De roep om samenwerking klinkt luid. Organisaties willen niet langer allemaal apart opnieuw het warm water uitvinden. Zolang gedeelde oplossingen aansluiten bij de praktijk van de sector en geen opgelegde structuren worden, staan veel organisaties hiervoor open.

7.3 Nood aan richting en leiderschap

Tijdens de workshops bleek dat succesvolle CRM-werking meer vraagt dan software alleen. Organisaties hebben nood aan structuur, intern eigenaarschap en duidelijke processen. Uit het “conversation café” kwamen verschillende voorwaarden naar voren:

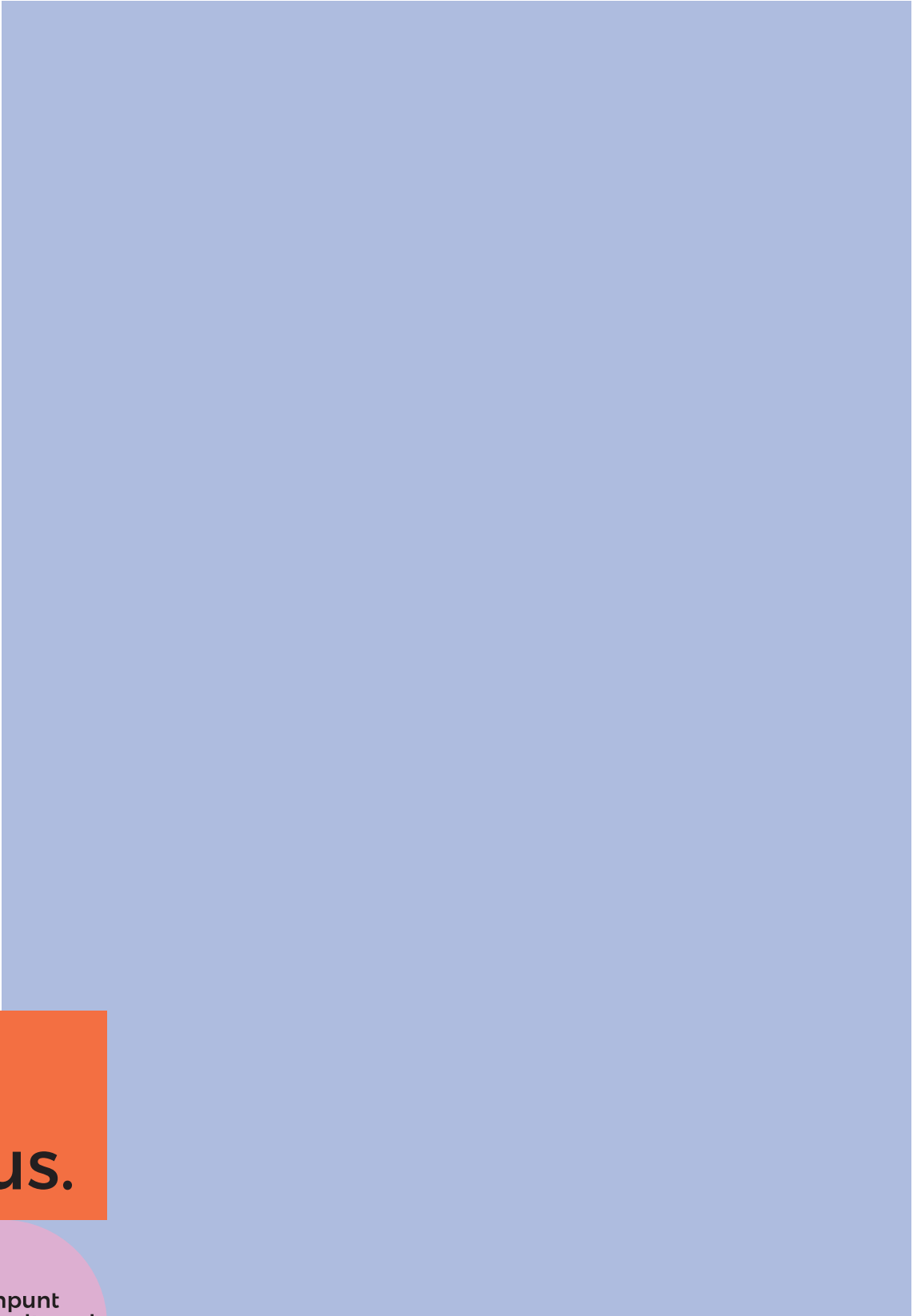
- Leidinggevenden moeten de implementatie mee aansturen
- Heldere afspraken zijn nodig over het gebruik
- Er moet meer bewustzijn komen over het belang van gegevensverzameling
- Verplichte tools worden sneller aanvaard dan vrijwillige

7.4 Verwachting dat de overheid initiatief neemt

Opvallend is dat verschillende deelnemers naar het departement kijken voor een oplossing of regie. Deze afwachtende houding toont aan dat organisaties niet altijd zelf het voortouw willen of kunnen nemen. Tegelijk geeft dit aan dat er nood is aan beleidsmatige ondersteuning en een sectorbrede aanpak.

7.5 Nonprofit focus als sleutel tot vertrouwen

Vertrouwen is cruciaal. Organisaties nemen geen genoegen meer met generiek advies of commerciële systemen die hun eigenheid als nonprofit niet respecteren. De toekomst van CRM in de sector ligt dus niet in een kant-en-klare oplossing uit de commerciële wereld, maar in een aanpak die vertrekt vanuit de praktijk, de taal en het ritme van nonprofit organisaties zelf.



**SO
CIUS.**

steunpunt
sociaal-cultureel
werk

socius.be