

Tevreden Klanten



Voor software ontwikkelaars





Voorwoord

Alles gedaan voor die moeilijke klant, niet alle uren geschreven en is het nog niet goed genoeg? "Underpromise and overdeliver" is je motto en is het geen schot in de roos voor je klant? Is het nooit genoeg? Frustrerend is dat. Maar er is een oplossing voor, op papier heel makkelijk, in de praktijk is het vooral voor je klanten eventjes wennen. Maar als je deze methode onder de knie krijgt, zullen je projecten altijd een succes zijn voor je klanten en dus ook voor jou.

Voor wie?

Ben jij zelfstandig softwareontwikkelaar, website bouwer of heb je in een klein team een IT-functie? Dan is dit document voor jou. Het laat je een framework zien waarmee projecten op een andere manier kunt benaderen waardoor je veel meer waarde gaat leveren. Dit doe je op een slimmere manier, waardoor je waarschijnlijk minder werk hoeft te doen, meer kunt factureren EN je klanten blijer zijn.

Wat kan ik voor jou doen?

In de 20 jaar dat ik software voor klanten ontwikkel heb ik veel geleerd. Niet alleen qua techniek maar ook qua projectverloop en klanten. Veel dingen heb ik goed zien gaan en bij heel veel dingen heb ik gezien dat ze lang niet optimaal zijn. Iets bouwen waar de klant maar half/half tevreden mee is of veel meer uren schrijven dan begroot. Halverwege het project kleine of grote wijzigingen tegenkomen, na oplevering half opnieuw kunnen beginnen. In loondienst heb ik de raarste dingen gezien. Toen ik voor mezelf begon wilde dat anders doen. In de loop van de tijd heb ik een framework opgezet met hierin eigen ervaring, kennis opgedaan uit gesprekken met anderen en kennis uit podcasts en blogposts. Dit framework heeft ervoor gezorgd dat ik nu vele malen sneller een accurate offerte kan aanleveren die de pijnpunten van de klant beschrijft en de oplossing voor een vaste prijs kan aanleveren.



Een paar opmerkingen

In dit boek wordt overal jij/jou gebruikt. Als je in een klein team werkt kun je dat natuurlijk vervangen door jullie.

Bij dit boek hoort een Word template die je kunt gebruiken voor de offertes die je maakt op basis van het beschreven framework.

Natuurlijk is deze methode geen heilige graal. Bij sommige projecten staat de input en output 100% vast, bij een koppeling bijvoorbeeld. Daarvoor is dit framework minder geschikt. Je kunt het wel toepassen, maar dan is het nodig om met gezond verstand wat aanpassingen te doen.

Bij grote projecten is het vaak beter om de boel op te splitsen, zodat je behapbare stukken houdt.

F E R O N I T

Wat is het grote probleem?

Als je software ontwikkelt is het je vast al eens overkomen dat je precies gebouwd had wat je klant gevraagd heeft en na oplevering ineens allerlei wensen naar voren komen. Je hebt het gevoel dat de klant niet weet wat hij wil en dat heel veel werk bespaard had kunnen worden door duidelijker te communiceren. Maar dat kunnen klanten vaak niet, ze hebben een probleem, denken zelf na over de oplossing en gaan dan met een "half idee" naar iemand die dit idee gaat uitwerken. Daarmee is hun probleem niet volledig opgelost en begint het sleutelen en uren verbranden.

Het is aan jou om het daadwerkelijke probleem te achterhalen en dat op te lossen. Dat kan met een paar eenvoudige vragen. Hoewel de praktijk vaak wat moeilijker is dan de theorie. Dat komt ten eerste omdat mensen moeilijk van een idee af te brengen zijn. Daarnaast hebben ze vaak bepaalde ervaringen met IT'ers waardoor ze zich geslotener opstellen.



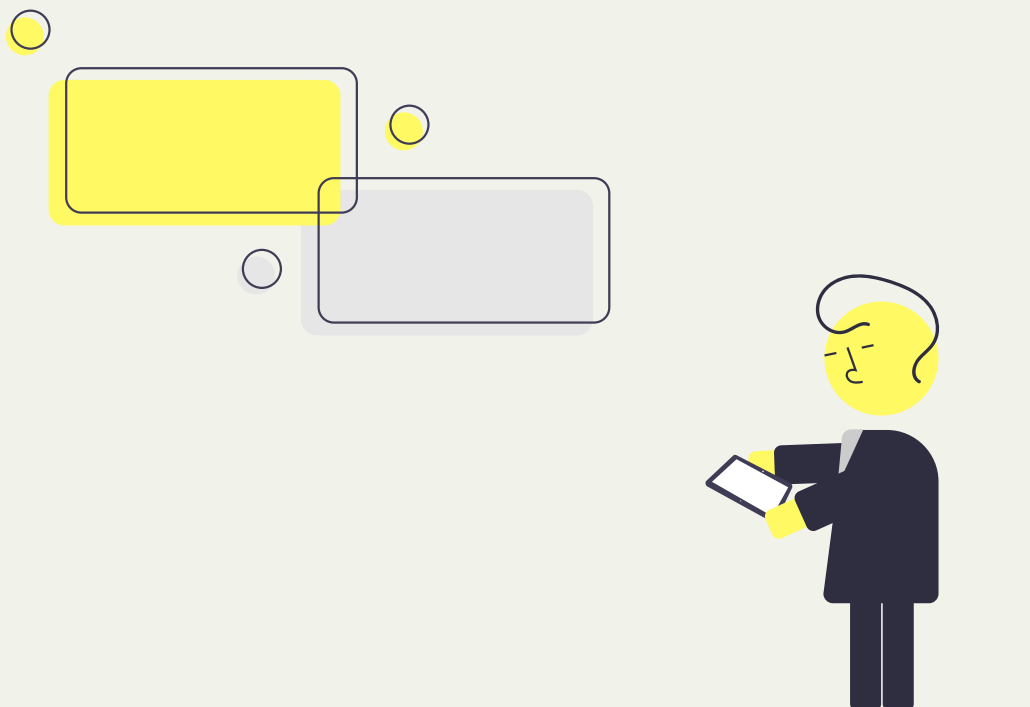
F E R O N I T

De oplossing

Eigenlijk is het heel eenvoudig om dit probleem op te lossen. Vind het echte probleem van je klant en los dat op. Helaas is dat moeilijker dan je zou zeggen. In de praktijk komt het neer op heel goed luisteren, kijken waar het pijn doet en vragen stellen. Veel vragen stellen. Niet zomaar vragen "waarom?" maar steeds een dieper op de materie ingaan tot je bij de kern komt. De kern heb je bereikt als je ziet waar het geld kost, letterlijk geld, het kan ook manuren (m/v) of materiaal betreffen. Vanaf de kern kun je weer naar boven werken en kom je soms bij een heel andere oplossing.

Hoe kom je bij de kern

Een klant zal na de kennismaking (blah blah) beginnen met een brain-dump. Een heel verhaal over wat ze doen, waarom ze project X nodig hebben, wat allemaal in project X moet zitten en hoeveel haast het wel niet heeft. In dit verhaal zitten grote hints, maar er ontbreken veel stukken. Welke verbanden moeten gelegd worden, waar zitten afhankelijkheden? Op welke manier draagt project X bij aan het succes van het bedrijf?



F E R O N I T

Na dit verhaal begint het vragenuurtje voor jou. Begin redelijk oppervlakkig en let goed op de reactie van de mensen. Worden ze enthousiast of proef je frustratie dan zit je op het goede spoor. Blijf in die richting doorvragen. Wanneer je op een doodlopend spoor zit ga je een paar stapjes terug.

Voorbeeld

In dit versimpelde voorbeeld pak ik even een website, daar kan iedereen zich iets bij voorstellen. Je zit bij een potentiële klant die jou vraagt om een website te bouwen. Bij een reguliere aanpak komen de stijl en de verschillende pagina's en eventueel nog bepaalde speciale functionaliteiten. Daarnaast wordt nog besproken wie de content aanlevert. Allemaal belangrijk, maar niet het belangrijkste.

Het belangrijkste is "het waarom". Waarom wil de klant een website? Waarom wil de klant juist nu een nieuwe website? Waarom is de klant bij jou uitgekomen voor de bouw van de website? Als eerste komen oppervlakkige redenen als "de huidige is verouderd", "we kunnen de inhoud niet zelf aanpassen", "de vorige beheerder is gestopt". Geen van deze antwoorden omvat het echte probleem. Ga nu doorvragen, wat maakt het uit dat de huidige website verouderd is? Waarom vormt dat een probleem? Wil je echt zelf teksten aan gaan passen? Vaak kom je dan al een stukje verder, want ineens blijkt dat de concurrent ook een nieuwe website heeft. En wat zou dat, wil jij een nieuwe auto omdat de buurman een nieuwe auto heeft? Een beetje provoceren of humor gebruiken mag. Doe dit met mate en probeer je klant aan te voelen. Nu blijkt ineens dat de concurrent ook een nieuwe webshop gekoppeld heeft. Okay, je voelt hem nu al aankomen denk ik, toch even doorvragen. Waarom vertel je dat de concurrent een nieuwe webshop heeft? Je klant vertelt dat de verkopen licht afnemen en dat hij die trend wil keren.



Zijn we er nu?

Ja, maar nee. Als we aankomen bij geld, tijd of materiaal besparen zijn we vaak bij het daadwerkelijke probleem aangekomen, check even of er nog iets diepers te vinden is. Misschien een aankomende actie, de lancering van een nieuw product of goederen die einde houdbaarheid naderen. Dat geeft soms een indicatie van de prioriteit aan, daar kom ik later nog op terug. De volgende stap is het bespreken van de oplossing. Meestal is de oplossing niet direct wat de klant voor ogen had. In plaats van een nieuwe website is het misschien voldoende om de webshop een beetje op te frissen met wat CSS en tegelijk een advertentiecampagne te draaien.

Helaas staan sommige klanten niet open voor andere ideeën dan hun eigen voorstel. Dat merk je snel genoeg. Als klant toch een nieuwe website wil ook al is dat niet de oplossing kun je misschien beter passen voor deze opdracht. Het zal namelijk bijna nooit de oplossing zijn voor het probleem van de klant, dus zal deze niet helemaal tevreden zijn.

Als je merkt dat de klant enthousiast wordt van jouw inbreng kun je definitief en specifiek een antwoord krijgen op het doel met de volgende vraag: "Wanneer is dit project een schot in de roos?". Het antwoord hierop kan luiden, als we binnen 3 maanden 10% meer verkopen hebben dat afgelopen jaar.

En nu ben je er.



De offerte

De volgende stap is het schrijven van de offerte. Gebruik eventueel de template die bij dit boek hoort als hulpmiddel. Het is heel belangrijk dat deze stap precies aansluit op het eerder gevoerde gesprek. De offerte wijkt qua opzet af van een reguliere offerte, omdat de opzet en uitkomst anders zijn. De offerte bestaat uit een aantal hoofdstukken welke hieronder los beschreven worden. Probeer de offerte altijd persoonlijk te maken door bijvoorbeeld de logo's van jou en je klant toe te voegen.

Introductie

Bij de introductie vertel je kort wie jij bent, wie de klant is en hoe jullie bij elkaar gekomen zijn, dat scheidt vertrouwen. Daarnaast benoem je kort het project. Geef het een leuke naam, zonder op de inhoud in te gaan. Als laatste benadruk je dat de genoemde prijs een vaste prijs is voor een gegarandeerd resultaat. Waarbij je ook aangeeft dat als jij de hoeveelheid werk onderschat hebt, dat jouw probleem is en niet dat van de klant.

Huidige situatie

In dit hoofdstuk beschrijf je de huidige situatie. Benadruk hier heel duidelijk het pijnpunt en ook hoeveel pijn dit doet. Je kunt hier zinnen gebruiken als:

- Sinds concurrent X een nieuwe webshop heeft, lopen de verkopen met 10% per maand terug
- De handmatige invoer is vervelend en fout gevoelig werk, het levert veel frustratie op bij de werknemers en kost daarnaast anderhalf uur per order
- De huidige manier van bestellen en voorraadbeheer zorgt ervoor de ongeveer 5% van de bestellingen niet tijdig geleverd worden. Daarnaast moet 3% van de voorraad met korting verkocht worden in verband met een te korte houdbaarheid door te grote voorraden.

F E R O N I T

Noem hier geen bedragen, iedereen kan zelf rekenen. Voor jezelf is het natuurlijk nuttig om een schatting te maken van de besparing die je op gaat leveren voor de klant, dit bepaalt de waarde van het project. Beschrijf natuurlijk niet alleen het probleem, maar beschrijf het hele proces in grote lijnen. Dat is voor jouw beeldvorming beter en daarmee laat je ook aan de klant zien dat je het overzicht hebt.

Gewenste situatie

Dit is logisch: beschrijf hier het einddoel. Ga nog niet in op details van de uitwerking, maar benoem de eindsituatie. Gebruik hier het antwoord op de vraag "Wanneer is dit project een schot in de roos".

Oplossing

Aan dit onderdeel zou ik een heel e-book kunnen wijden, misschien doe ik dat ook nog wel. Het belangrijkste is in ieder geval:

Als het mogelijk is beschrijf je hier 3 verschillende oplossingen, die steeds een stap verder gaan. Hierbij is oplossing 1 de eenvoudigste, oplossing 2 bevat oplossing 1 volledig + een aantal extra's en oplossing 3 bevat oplossing 1, 2 en nog wat extra's. Een extreem simpel voorbeeld:

- Optie 1: Ik installeer Wordpress en het door jou gekozen thema.
- Optie 2: Optie 1 en daarnaast krijg je een instructie hoe je de site opbouwt in Wordpress en help ik met de eerste 3 pagina's
- Optie 3: Optie 1 en 2. Daarnaast bouwen we de hele site samen. Verder optimaliseer ik de site voor snelheid en maak dat de site hoog scoort in Google.

Bij de oplossing beschrijf je wat je gaat doen en wat dat oplevert voor de klant. Hier benoem je ook een aantal features van het product zodat de klant een goed beeld kan vormen. Let

F E R O N I T

erop dat je niet te technisch wordt en dat je niet te veel details benoemt. Tijdens het gesprek met de klant zijn vast een aantal punten opgevallen die de klant belangrijk/aantrekkelijk vond of die verplicht zijn, benoem deze specifiek.

Voorwaarden

Beschrijf hier de randvoorwaarden waaraan voldaan moet worden. Dit loopt uiteen van bijvoorbeeld aanleveren van de huisstijl in een bepaald formaat tot het beschikbaar hebben van alle licenties voor server software. Maar ook hardware kan aanbod komen evenals afspraken die gemaakt zijn met de klant. Als je 10% extra omzet garandeert ten opzichte van een jaar eerder, moeten wel vergelijkbare acties gedaan worden.

Veel dingen in dit stukje lijken triviaal, maar zijn wel erg belangrijk om vast te leggen. Stel je voor dat jij denkt dat de klant voor de hele webshop nieuwe foto's gaat aanleveren terwijl de klant er vanuit gaat dat jij dit verzorgt. 1 Simpele zin kan heel veel ellende besparen.

Waarom wij

Leg hier kort uit waarom de klant met jou in zee zou moeten gaan. Benoem ervaringen met soortgelijke projecten en bedrijven.

Keuze

Noem per optie de prijs die je vraagt. Probeer van deze prijs een trap te maken waarbij optie 2 ongeveer 2.5x zo duur is als optie 1 en optie 3 tussen de 5 en 10x zo duur als optie 1. Dus 100, 250 en 800.

Meestal gaan mensen eerst op zoek naar de prijs. Doordat je 3 opties biedt moeten ze de offerte goed doorlezen. Daarna is het niet zo zeer de vraag JA/NEE maar eerder welke optie.



Overige tips

Hieronder staan nog een paar handige tips.

Prijsstelling

Bij het offerte hoofdstuk heb je al gezien dat je het liefst 3 opties met 3 verschillende prijzen gaat aanbieden. Omdat je heel precies weet hoeveel pijn het doet, kun je ook een simpele schatting maken van de besparing die jouw oplossing gaat opleveren. Als een oplossing 3 manuur per week bespaart, dan kun je als natte vinger berekening zeggen $3 \text{ (uur)} \times 4 \text{ (weken)} \times 25 \text{ (uurloon)} = 300$ per maand. Afschrijving van software kun je op anderhalf jaar zetten, dus dan bespaart je oplossing $18 \times 300 = 5400$.

In dit voorbeeld zou je een oplossing kunnen aanbieden van 750, 2000 en 7000. De eerste 2 zijn goed te verantwoorden, bij die laatste moet je nog meer waarde gaan leveren waardoor dit voor de klant misschien een interessante oplossing is. Volgende stap is te bepalen wat je voor 750 kunt doen en wat je voor 2000 kunt doen. Dat klinkt raar he?

Je bepaalt eerste de kosten van het probleem, dan bepaal je de prijzen van de oplossingen en als laatste ga je kijken wat je kunt bieden voor deze prijs. Dat lijkt raar en is zeker in het begin wennen: je rekent in je hoofd nog met schermen en functionaliteiten, terwijl je in waarde moet gaan denken. Je levert een bepaalde waarde voor je klant ongeacht de hoeveelheid werk. Natuurlijk moet je beoordelen of de hoeveelheid werk past binnen budget. Als je 100 euro waarde levert en het is 50 uur werk voor jou, dan moet je de opdracht niet uitvoeren.



Scope creep

De grootste angst bij fixed price projecten is natuurlijk scope creep. Een klant die steeds een klein beetje extra functionaliteit wil of iedere weer dingen aangepast wil hebben. Als je de hier beschreven methode toepast, heb je daar geen last van. Je wordt immers beoordeeld op het behalen van een bepaald doel. Als je klant met een geniaal idee komt kun je simpelweg vragen "Hoe draagt dit bij aan het gestelde doel?". Is het antwoord dat het niet bijdraagt dan kun je dit idee negeren, daarvoor heb jij een veto. Draagt het wel bij aan het doel dan levert het idee dus daadwerkelijk meerwaarde op en dan kun je het wel meenemen, je wilt immers zo veel mogelijk meerwaarde leveren. Wees maar niet bang, het allergrootste gedeelte van de ideeën kun je gewoon negeren.

Gebruik template

De template voor de offerte die bij dit e book hoort, kun je het beste in je eigen stijl aanpassen. Deze is gemaakt met het standaard thema van Word. Praktisch, maar het springt er niet echt uit. Kijk zelf wat je mooi vindt en wat bij jou en je bedrijf past. Achterin dit boek heb ik een eenvoudig voorbeeld gezet zodat je een idee krijgt wat mogelijk is. Houdt wel de structuur en volgorde aan en als het voor het project passend is, probeer dan ook zeker 3 (niet meer) opties te bieden.

F E R O N I T

F E R O N I T



ERP Vervangen

Hallo Bart,

We hebben vanmiddag een prettig gesprek gehad over het vervangen van jullie ERP systeem. Als eigenaar van meubel makerij Barts Meubels heb je behoefte aan een geïntegreerd systeem voor voorraadbeheer, in en verkooporders en facturatie. Ingrid, boekhouder van ons beide heeft ons samengebracht omdat Feron IT ervaring heeft met ERP software. In ons gesprek hebben we alle wensen en eisen besproken, welke ik in onderstaande offerte verwerkt heb. LET OP, de prijzen die in deze offerte staan zijn vaste prijzen. Heb ik de hoeveelheid werk onderschat, dan is dat mijn probleem, niet dat van jou.

De huidige situatie

Op dit moment gebruikt Barts Meubels een oud en niet meer ondersteund ERP systeem. Dit systeem voldoet niet aan de wensen van Barts Meubels, wat ervoor zorgt dat orderinvoer zo'n 15 minuten per order extra kost. Voorraadbeheer ontbreekt waardoor een klein deel van de orders, 5 a 10%, niet tijdig geleverd kunnen worden en een van een aantal grondstoffen de voorraadwaarde veel te hoog is. Laatste grote manco is het ontbreken van een koppeling met Boekstart het boekhoudpakket, waardoor alle gegevens handmatig overgezet moeten worden. Dit kost iedere week zo'n 3 uur en bij de kwartaalafsluiting nog een 3 uur extra.

De gewenste situatie

Barts Meubels wil graag een ERP systeem hebben welke hun hele proces ondersteunt, bestelling naar leveranciers via EDI kan uitvoeren en een koppeling heeft met Boekstart.

Wat kan Feron IT voor Barts Meubels betekenen

Ik kan een drietal opties aanbieden, deze zijn cumulatief. Dat wil zeggen dat optie 2 alles omvat van optie 1 en meer. Optie 3 omvat alles van optie 2 en dus ook van 1.

F E R O N I T

Optie 1, de raadgever

Ik kom op locatie een volledige inventarisatie maken van de hele workflow en praat met verschillende gebruikers van het systeem. Op basis hiervan maak ik een lijst met alle benodigde functionaliteiten voor het ERP systeem. Met deze informatie vergelijk ik verschillende ERP systemen en maak ik een afspraak met de top-3 beste matches. Bij deze afspraken zal ik aanwezig zijn en kritische vragen stellen. Als laatste kunnen jullie mij als klankbord gebruiken bij de uiteindelijke keuze.

Hierbij krijg je:

- Functionaliteitenlijst
- Top-3 best overeenkomende ERP systemen
- Klankbord

Optie 2, de wijze

Naast de huidige functionaliteiten bekijk ik het hele bedrijfsproces van inkoop tot verkoop, HR, planning, marketing, boekhouding, webshop, inhuur diensten tot en met technische dienst. Ik zal alle gebruikte systemen inventariseren, het is verbazingwekkend op hoeveel plekken nog met pen en papier of Excel gewerkt wordt. Leveranciers waar telefonisch besteld wordt terwijl EDI beschikbaar is. Van dit alles maak ik een overzicht, deze worden meegenomen in de keuze voor het ERP systeem. Vaak hebben ERP systemen veel meer modules beschikbaar welke van elkaars data gebruik kunnen maken. Dat kan een aanzienlijke besparing opleveren.

Hierbij krijg je extra:

- Overzicht van alle functionaliteiten in het bedrijf
- ERP dat veel verder geïntegreerd is dan het huidige
- Optimaal werkproces

Optie 3, de opzichter

Nadat jullie een keuze hebben gemaakt voor het best passende ERP systeem op basis van kwaliteit en eventueel kosten begint het implementatie traject. Dit project zal ik volledig begeleiden tot een succes einde, dat is pas als aan alle eisen voldaan is. Daarbij zal ik ervoor zorgen dat alle vragen vanuit jullie medewerkers via mij lopen en stuur ik de leverancier aan.

Hierbij krijg je extra:

- Volledig verzorgt implementatie traject
- Vraagbaak tijdens de implementatie
- Aansturing leverancier

Randvoorwaarden

Natuurlijk zijn aan de opties met bijbehorende prijzen voorwaarden gekoppeld, deze zijn:

- Iedereen in het bedrijf mag input leveren, ook productie medewerkers. Dit zorgt voor een veel betere acceptatie
- Barts Meubels brengt kan mij in contact brengen met de juiste personen ten behoeve van koppelingen die gemaakt dienen te worden
- Na goedkeuring van de functionaliteitenlijst is deze statisch
- Bij optie 3 geldt extra dat de succesvolle implementatie alleen gegarandeerd wordt als het gekozen ERP bij mijn voorstel zat OF expliciet door mij geaccepteerd is

Waarom Feron IT

In de loop der jaren heb ik ruime ervaring opgedaan in zowel kantoor- als productie-omgevingen, dat stelt mij in staat om de snel de wensen van de gebruikers te achterhalen. Door mijn softwareachtergrond kan ik leveranciers goed aansturen meedenken eventuele problemen die zich voordoen tijdens het implementatietraject.

Prijs

De genoemde prijzen zijn vaste prijzen, heb ik de hoeveelheid werk onderschat dan is dat mijn probleem niet dat van jou. Heb je vragen tijdens het traject, dan hoef je niet bang te zijn voor een al maar oplopende factuur.

Optie 1: €1430

Optie 2: €2670

Optie 3: €11025

Deze offerte is geldig tot en met 12/12/2023, als de offerte voor deze datum getekend retour is, garandeer ik dat we beginnen met de gekozen optie op 2/1/2024.

Zet een handtekening bij de gekozen optie:

Optie 1:

Optie 2:

Optie 3: