



Aduies subscriptie management

V1.0

Rens Smolders
CRM Partners BV
Baron van Nagellstraat 136m
3771 LL Barneveld
24-7-2020

1.

Huidige Situatie

CNV heeft CRM Partners gevraagd om een advies uit te brengen met betrekking tot subscriptie management (in- en uitschrijven op e-mails). Op dit moment maakt CNV gebruik van meerdere oplossingen om leden mailen. Deze oplossingen zijn Copernica, Squeezly, Easydus, Connect, Conform. Het probleem dat hiermee bestaat is dat de informatie in meerdere bronnen staat. Hierdoor is er geen éénduidig overzicht of leden zich voor bepaalde marketingactiviteiten wel of niet hebben in- en uitgeschreven. Hiermee bestaat de kans dat leden informatie ontvangen, waarvoor zij zich uitdrukkelijk hebben uitgeschreven.

Doel

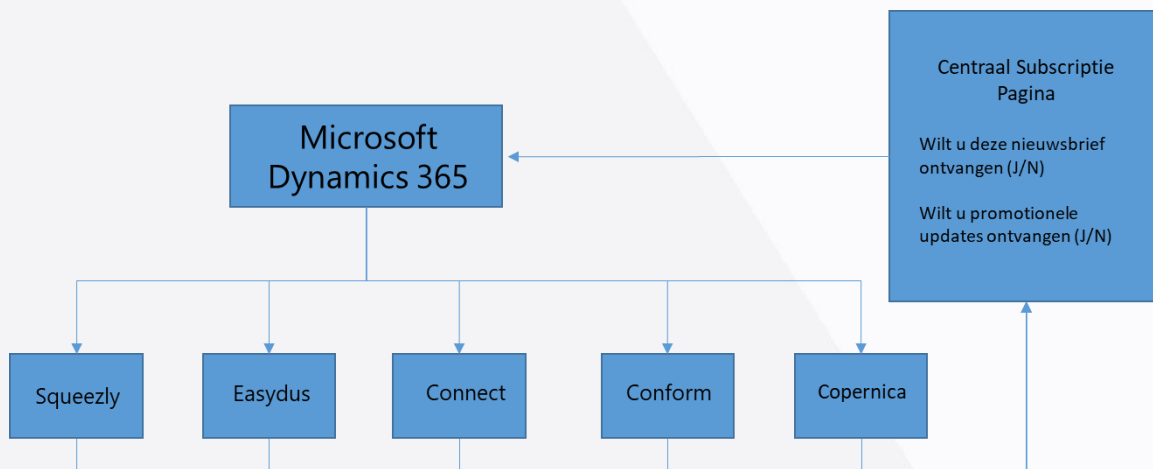
CNV heeft de wens uitgesproken om het management van subscripties centraal te registreren. Daarbij heeft het de voorkeur om dit in Microsoft Dynamics 365 te doen. Microsoft Dynamics 365 heeft op dit moment een centrale positie in het architectuurlandschap. En met de keuze van Microsoft Dynamics 365 Marketing is dit een logische plek om deze informatie op te slaan.

Oplossingsrichting

Om tot een gewenst resultaat te komen zijn er in totaal 2 oplossingen mogelijk. Deze oplossingen noemen wij:

- 1) centraal subscriptie management
- 2) decentraal subscriptie management

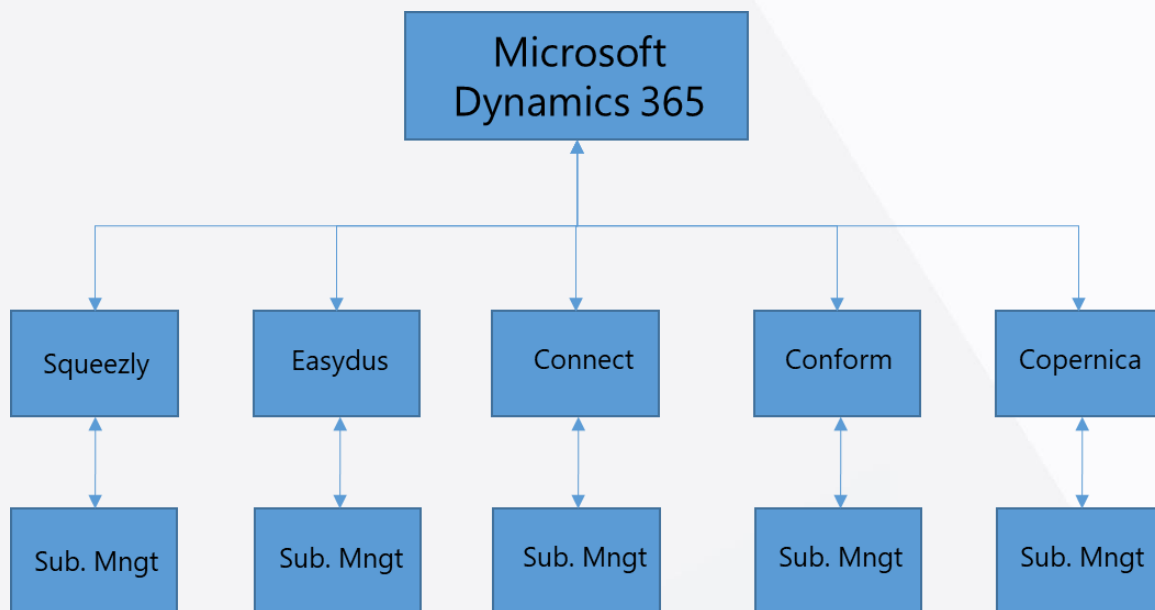
2.1 Centraal Subscriptie Management



Centraal subscriптиemanagement betekent dat alle data over leden in Microsoft Dynamics 365 staat. Alle in- en uitschrijvingen van alle bonden staan dus in CRM. Op het moment dat een medewerker een email wil versturen, wordt er vanuit Microsoft Dynamics 365 een segment (marketinglijst) aangemaakt. Deze segmenten worden naar de onderliggende marketing automation oplossingen verstuurd. Vanuit de marketing automation oplossing zal de medewerker de mail versturen. Op het moment dat een lid zich wil in- en of uitschrijven dan komt hij op een centrale subscriptie management pagina terecht. Deze subscriptie management pagina wordt gebruikt door alle oplossingen en is gekoppeld aan Microsoft Dynamics 365. Op deze pagina kan het lid zich in- en uitschrijven. De data komt automatisch weer in Microsoft Dynamics 365 terecht.

Voordelen	Nadelen
Makkelijk onderhoudbaar, de integraties van Microsoft Dynamics 365 naar de Marketing Automation oplossing is eenrichting.	Op dit moment is het nog niet duidelijk of de andere oplossingen zoals Copernica het toestaan om naar een externe subscriptie management pagina te verwijzen.
Alle informatie staat op één plek, hierdoor zijn er geen onduidelijkheden meer en minder kans op mails die niet naar bepaalde leden gestuurd hadden mogen worden. Iedereen werkt op één uniforme wijze	Medewerkers van de marketing afdeling zullen gebruik moeten maken van Microsoft Dynamics 365 om segmenten (marketinglijsten) te maken en kunnen dit niet in hun eigen tool doen.
Deze oplossing is toekomstproof met het oog op het gebruik van Microsoft Dynamics 365 Marketing.	

2.2 Decentraal Subscriptie Management



Ook bij decentraal subscripitiemanagement staat alle data over leden in Microsoft Dynamics 365 staat. Alle in- en uitschrijvingen van alle bonden staan dus in Microsoft Dynamics 365. Het verschil met centraal subscripitiemanagement is dat iedere marketing automation oplossing haar eigen subscription management heeft. Via verschillende integraties worden de in-en uitschrijvingen in Microsoft Dynamics 365 opgeslagen.

Voordelen	Nadelen
In deze situatie verandert er voor medewerkers niets. Zij kunnen op dezelfde manier blijven werken.	Deze oplossing is complexer en het is moeilijker onderhoudbaar, de integraties met Microsoft Dynamics 365 is tweezijdig op.
	Deze oplossing is foutgevoeliger, omdat er kans bestaat dat een lid in meerdere marketing automation systemen voor komt. Wat complexiteit in de integratie met MSD met zich mee brengt. Welk systeem is bijvoorbeeld leidend?
	Omdat deze oplossing complexer is, zal ook de investering groter zijn.