

Whitepaper: Customer Success Manager

Alles wat je moet weten over de
werkzaamheden en aannemen van
Customer Success Managers

Inleiding

Hallo, mijn naam is Ruben van Dam en ik ben Customer Success Manager bij Search X Recruitment. Waar mijn functietitel tien jaar geleden nog bijna niet bestond, hebben nu steeds meer bedrijven de Customer Success Managers in het leven geroepen. Maar wat doet een Customer Success Manager precies en hoe recruit je ze? We hebben bij Search X Recruitment veel ervaring in het werven van Customer Success Managers en sales professionals en in deze whitepaper vertel ik je alles wat je moet weten!



Meer weten?

E-mail: ruben@searchxrecruitment.com

Telefoon: +31 (0) 6 343 168 58

Website: www.searchxrecruitment.com

Wat is Search X Recruitment?

Wij zijn Search X. Een internationaal recruitment agency, gespecialiseerd in het bemiddelen van IT, Renewable Engineering, Sales en Marketing professionals voor vaste vacatures en freelance opdrachten. Van Junior tot Executive level en van Start-up tot Multinational, maar altijd met het uitgangspunt: Kwaliteit boven kwantiteit, eerlijk en oprecht.

Benieuwd wat Search X Recruitment voor jou kan betekenen? Neem direct contact met ons op!



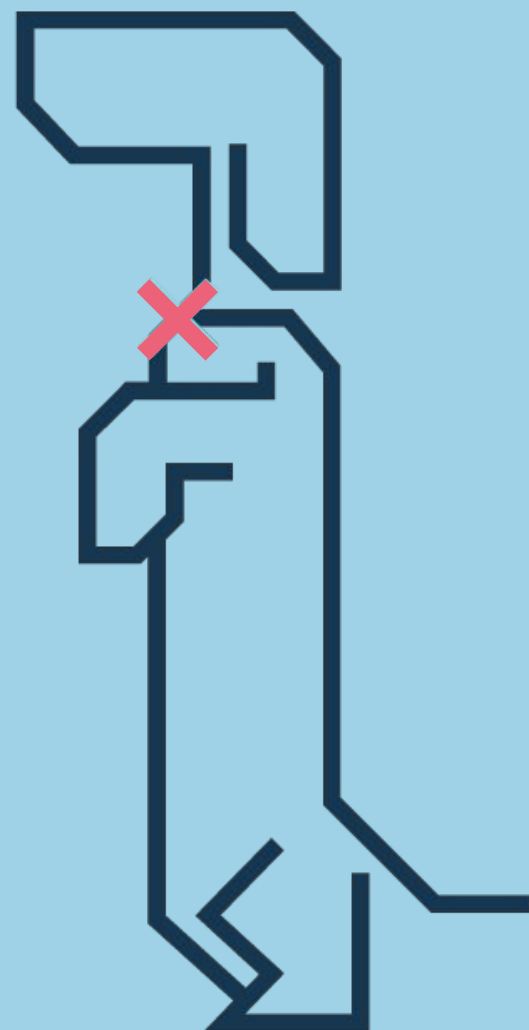
Wat is een Customer Success Manager?

Om de taken van een Customer Success Manager goed in kaart te brengen, is het belangrijk om een jaar of 20 jaar terug in de tijd te gaan. Een tijd waar het internet nog geen allesbepalende rol speelde in de verdienmodellen van de meeste bedrijven. Vroeger waren er plat gezegd twee afdelingen; support en verkoop. Als er iets te verdienen viel, had je als klant contact met de verkoopafdeling. Zij hielpen je verder tot de factuur werd verstuurd. Werkt er iets niet optimaal, dan heb je contact met support. Geen bericht, is goed bericht.

Tegenwoordig zijn producten veel complexer. Met name in de High-Tech sectoren is de ouderwetse verdeling daardoor niet meer haalbaar. Een Customer Success Manager is daarin voor steeds meer bedrijven de uitkomst. Hier komen namelijk de functies van support en verkoop samen met één doel: de klant een zo goed mogelijk product en service bieden.

“Des te succesvoller jij als klant bent, des te succesvoller wij als bedrijf zijn.”

Het grootste voordeel voor bedrijven is dat het gemakkelijker wordt voor je klanten om zaken met je te doen. Het afbreukrisico van nieuwe klanten wordt kleiner en de klant heeft een contactpersoon die je overal bij kan helpen. De Customer Success Manager heeft hierbij wel meerdere petten op en werkt zowel vanuit het belang van de klant als dat van het bedrijf.



Waarom zie je steeds meer Customer Success Managers?

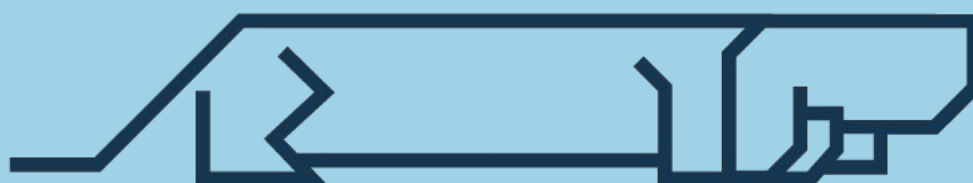
De eerste echte Customer Success Managers kwam je tien jaar geleden tegen bij Early-stage SaaS-Bedrijven. Deze bedrijven maakten de switch in verdienmodellen en gingen van eenmalige transacties over naar abonnementsvormen. Ze kwamen er al snel achter dat de oude manier van werken zorgde voor veel ontevreden klanten. Een abonnement heeft namelijk een groot nadeel, het kan gemakkelijk worden opgezegd. Ze moesten daarom vanaf de start een goed en consistent resultaat leveren om de klanten te behouden. Wanneer de klant blij was, was het bedrijf blij. Om te kunnen groeien moeten ze niet alleen bestaande klanten behouden, maar ook op zoek naar nieuwe klanten.

Na het succes bij Early-Stage SaaS bedrijven, zijn steeds meer bedrijven (gedwongen) overgestapt naar verdienmodellen met abonnementsvormen. Dat is ook niet zo gek, want het is voor klanten natuurlijk een risico om een grote investering te doen. Daarbij werd het grootste deel van de investering ook gedaan voordat het project officieel van start ging.

Met het nieuwe model is het risico verplaatst van de klant, naar de leverancier. Leveranciers investeren vooraf en verdienen dat vaak in de eerste 6 tot 12 maanden pas terug. Stopt de klant eerder, dan maakt het bedrijf verlies. Bedrijven kunnen ook alleen succesvol zijn als zij de klanten voor een langere periode weten te behouden. De retentie van klanten is dus allesbepalend om op lange termijn succesvol te zijn.

Gaan we Customer Success Managers in de toekomst vaker tegenkomen?

Ja; dat gaan we zeker. Niet alleen binnen SaaS en Cloud dienstverleners, maar binnen bijna alle industrieën gaat de Customer Success Manager zijn intreden doen. Klanten kopen namelijk niet een product of dienst, ze kopen een resultaat! Customer Success brengt het product en de verwachtingen van de klant bij elkaar. Ze zorgen ervoor dat de klant het juiste product of dienst kiest en deze op de beste manier wordt gebruikt. Ze helpen de klanten met het bereiken van het resultaat, ongeacht de uitdagingen die ze onderweg tegenkomen. Het is hun taak om door middel van sales, support en begeleiding het beste resultaat af te leveren.



Een Customer Success Manager aannemen

Hoe start je met de eerste Customer Success Manager?

Voordat je de eerste Customer Success Manager aanneemt, is het belangrijk om alle processen piekfijn in orde te hebben. De nieuwe Customer Success Manager heeft namelijk een proces nodig om te kunnen begeleiden. Een ervaren Customer Success Manager is namelijk goed in het onderhouden en uitbreiden van een proces, maar niet in het uitdenken van processen. Wanneer je organisatie een goed proces heeft, kan een Customer Success Manager het verschil maken!

Het is ook belangrijk dat de Customer Success Manager niet wordt gezien als bijrol maar als essentieel onderdeel van het bedrijfsproces. Het is geen ondersteunende dienst die af en toe bij kan springen. Het is een vast onderdeel van de Customer Journey.

Wat maakt een goede Customer Success Manager?

Omdat de functie van Customer Success Manager nog relatief nieuw is, zullen niet alle kandidaten ervaring hebben als Customer Success Manager. Het is daarbij vooral belangrijk om te kijken naar de ervaringen competenties van een kandidaat.

Er is daarnaast ook geen one-size fits all Customer Success Manager die bij elk bedrijf past. De competenties hangen sterk af van je organisatie, de markt en je klanten. Toch zijn er een aantal eigenschappen waar elke goede Customer Success Manager aan moet voldoen.

Eigenschappen van een goede Customer Success Manager:

- Een hoog EQ
- Technische kennis over het product of dienst (en de wil om te leren)
- Proactief
- Positief
- Oplossingsgericht
- Doortastend
- Organisatorisch

Een goede Customer Success Manager kan ervaring hebben opgedaan in verschillende functies:

- Account Management
- Support
- Marketing
- Inside Sales
- Project management
- Consultant



Het recruitmentproces

Net als bij elke recruitmentproces is snelheid voor Customer Success Managers belangrijk. Des te sneller het proces kan worden afgerond, des te lager het afbreukrisico van de kandidaat. Kandidaten in het algemeen, en zeker Customer Success Managers hebben vaak meerdere ijzers in het vuur en kunnen niet wachten op eindeloze processen. We raden daarom ook aan om het proces maximaal twee weken te laten duren, van sollicitatie tot offer.

Hoe ziet een snel proces eruit?

Telefonische intake: (Duur: 15 minuten)

Start met een kort telefonisch kennismakingsgesprek om de ruwe selectie te doen. Tijdens dit gesprek check je of het interessant is om de kandidaat uit te nodigen voor een eerste interview. Hierbij presenteer jij jouw organisatie, kan de kandidaat zichzelf voorstellen en kunnen de verwachtingen van het proces van beide kanten worden besproken. Ter afsluiting wordt het eerste interview gepland.

1e interview: (Duur: 45 minuten tot 1,5 uur)

Het eerste interview kan gezien worden als een uitgebreide kennismaking. Tijdens dit gesprek wordt jouw organisatie, de functie inhoudelijk besproken en kan de kandidaat meer vertellen over zijn kennis en ervaring, competenties en DNA. Na dit gesprek moet je weten of de kandidaat bij jouw organisatie past en op basis van zijn ervaring en competenties de werkzaamheden kan uitvoeren.

2e interview: Duur: (45 minuten tot 2 uur)

Het tweede interview richt zich op de inhoud van de functie en de kandidaat. Tijdens dit gesprek kunnen beide kanten dieper op de functie ingaan. Het kan echter lastig zijn om de diepte in te gaan. Waar het voor sales posities gebruikelijk is om directe on-the-spot vragen te stellen zoals “Verkoop mij het product van je vorige werkgever”, is het voor Customer Success Managers wat ingewikkelder. Sales is immers maar een van de vele taken.

Veel bedrijven gebruiken hiervoor een kleine case of voorbereidende opdracht. De voorbereiding duurt ongeveer een uur en kan vooraf, thuis worden gedaan. Hierbij moet de kandidaat een product cross-sellen of upsellen. Door hierna door te vragen op de antwoorden uit de case, kun je veel over de kandidaat te weten komen.

Een Customer Success Manager schakelt met veel personen binnen de organisatie. Het is daarom in dit gesprek belangrijk om de teams te betrekken bij het proces. Zorg dat de kandidaat met maximaal 2 personen tegelijkertijd aan tafel zit, maar zorg wel hij hij/zij meerdere teams kan ontmoeten.



De Customer Success Manager aannemen!

Welke arbeidsvoorwaarden biedt je een Customer Success Manager?

Wanneer de kandidaat door het sollicitatieproces heen is, kan er een offer worden gedaan. Het is daarvoor natuurlijk belangrijk om te weten welke voorwaarde gebruikelijk zijn voor een Customer Success Manager. De voorwaarden verschillen veel in de verschillende industrieën. Het is gebruikelijk om een vast basissalaris met een bonus te bieden. Eventuele perks zoals een leaseauto of een mobiliteitspakket zijn ook niet ongebruikelijk. De hoogte van het salaris zijn redelijk te vergelijken met dat van andere commerciële functies zoals accountmanagers. Het is voor Customer Success Managers echter wel gebruikelijk om een hoger basissalaris te hebben met een lagere bonus omdat het een minder commerciële functie betreft.



Het advies van onze recruiter:

Hoi, ik ben Michel en eindverantwoordelijk voor de recruitment van ondermeer Customer Success Managers. Het is leuke en uitdagende markt waarbij je vooral creatief naar kandidaten moet kijken. Het is een relatief nieuwe functie en daardoor is er maar een kleine groep van mensen die dit momenteel al doen.

De meeste Customer Success Managers die wij bemiddelen waren nog geen Customer Success Manager. Door goed naar het profiel en het DNA van de kandidaat te kijken; vinden we toch relatief snel de juiste kandidaat.

E-mail: ruben@searchxrecruitment.com
Telefoon: +31 (0) 6 343 168 58
Website: www.searchxrecruitment.com

Ben je ook op zoek naar een Customer Success Manager? Neem dan snel contact met ons op!