

## Ihr Nutzen

- ✓ Know-How Transfer bei der Umsetzung erfolgreicher CRM Strategien und Initiativen
- ✓ Optimierung kundennaher Abläufe und Prozesse
- ✓ Aktionspläne zu mehr CRM Euphorie
- ✓ Kleine und gezielte Coachingeinheiten abgestimmt auf individuelle Bedürfnisse
- ✓ Mehr Kundenzufriedenheit durch motivierte und gut geschulte Mitarbeiter

## Basis für den CRM-Erfolg

### Kundenzufriedenheit braucht Strategie

Das übergreifende Know-How des CRMCoach hilft am Projektbeginn Antworten auf Fragen zu finden wie:

- Wie kann CRM zu mehr Zufriedenheit beitragen?
- Was soll CRM im eigenen Unternehmen bewirken?

Kein CRM Projekt gleicht dem anderen. Die Herausforderung ist aber immer, die vielfältigen Maßnahmen im Verkauf, Marketing und Service strategisch so zu steuern, dass konsistentes Kundenerlebnis erreicht wird. Der CRMCoach führt durch die Projekt Phasen.

### Neue Denkweisen im Umgang mit Kunden

CRM Visionen und Strategien bringen oft Veränderungen im Arbeitsablauf, neue Denkweisen und höhere Qualitätsansprüche im Umgang mit Kunden. Der CRMCoach hilft durch gezielte Maßnahmen auftreten- de Probleme und Konflikte zu lösen.

### Coaching—der Schlüssel zum Erfolg



Wir sehen Coaching als moderne „Weiterbildungsmaßnahme“ persönlicher Leistungsfähigkeit und eine professionelle Begleitung auf dem Weg zum Ziel. Mitarbeiter lernen durch besseres Selbstmanagement die eigene CRM Lösung im Kundeninteresse effektiv und erfolgreich zu betreiben.

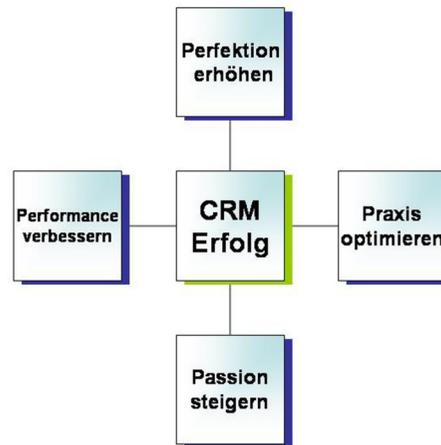
## Der CRMCoach

Unter dem Motto **Kunden finden - binden -begeistern** unterstützt der CRMCoach Unternehmen jeder Größe bei der Definition und Umsetzung einer erfolgreichen **Customer Relationship Management (CRM) Strategie**.

Im Mittelpunkt steht dabei immer der CRM-Erfolg mit **Ihren Kunden**.

Meine zentrale Empfehlung zum Projekterfolg:

- zuerst CRM Vision und Strategie definieren
- CRM-Initiativen detailliert planen und
- in kleinen Schritten umsetzen



## CRMCoach Christian Pusch

Döllachgasse 28  
2483 Ebreichsdorf

Telefon: +43 664 92 12 729  
E-Mail: christian.pusch@crmcoach.at  
Internet: www.crmcoach.at



CRMCoach  
4-Phasen Modell  
Der schnellste Weg  
zum CRM-Erfolg



{ [www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at) }

# CRM—der Weg zu erfolgreichen Kundenbeziehungen

1

## VISION und STRATEGIE



Am Anfang steht eine Vision

Die **Vision** gibt Antwort auf die Fragen „Was?“ man und „Warum?“ man etwas umsetzen will. Sie enthält Statements zu den Themen:

- Positionierung des eigenen Geschäftes gegenüber Kunden
- Kommunikation an Kunden und Mitarbeiter
- Abgrenzung gegenüber den Mitbewerbern

Die **Strategie** definiert „Wie?“ die Vision umgesetzt wird. Eng verzahnt mit Vertriebs-, Marketing- und Service-Strategie wird sie zum Kernelement der Unternehmensstrategie. Ziele sind Steigerung des „Werts“ und der Loyalität des einzelnen Kunden durch detailliertes Wissen über:

- Kunden und deren Bedürfnisse
- Kaufkraft einzelner Kundensegmente
- Beherrschende Marktkräfte

2

## 360° FEEDBACK

Ziel des 360° Feedbacks ist die Analyse der Ist-Situation im Unternehmen, um damit die Ausgangsbasis für die notwendigen Optimierungsmaßnahmen und CRM Initiativen zu ermitteln.

Die internen Analyse hat drei Schwerpunkte:

- Analyse der Ist-Situation
- Review früherer CRM-Initiativen
- Benchmarking gegen markt- und branchenübliche Referenz

Mit der externen Analyse werden anhand von Zufriedenheits- und Kundenloyalitätsanalysen CRM-Ziele und -Prozesse beleuchtet. Darin werden mögliche Potentiale zur Verbesserung der aktuellen Kundenorientierung identifiziert.

4

## ERFOLGSKONTROLLE

Die abschließende Aufgabe im Rahmen des Strategieprozesses ist Erfolgsmessung der CRM Strategie. Sie umfasst drei Gebiete:

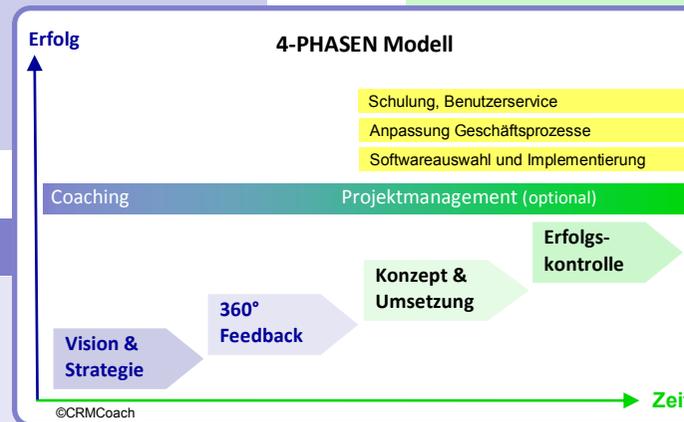
- Kundenbewertung (Potential zur Erhöhung des Kundenwerts)
- CRM Prozessanalyse (Potential zur Reduktion von Kosten)
- CRM Außenwirkungsanalyse (Potential für Ertragssteigerung)

Die CRM Strategie muss dynamisch und flexibel interpretiert werden, um das gestellte Ziel zu erreichen. Ziel ist es Vertriebs- Marketing und Serviceprozesse optimal auf die Kundensegmente so auszurichten, dass der Kunde die CRM Initiativen bewusst annimmt und davon begeistert ist.

Letztendlich entscheidet der Kunde über den mit seinen Reaktionen über Erfolg der Strategie und Initiativen.



Am Ende kann Erfolg so schön sein



3

## KONZEPT & UMSETZUNG

Jede Strategie ist nur so gut wie Ihre Umsetzung.. Zunächst wird die Beziehung von Zielen zu Initiativen bestimmt und visualisiert. Danach werden alle notwendigen Schritte detailliert geplant.

Im letzten Schritt werden folgende Faktoren bewertet:

- zu erwartende Akzeptanz bei Mitarbeitern und Kunden
- der erwartete Nutzen der einzelnen CRM Initiativen
- minimale Umsetzungszeit und notwendige Ressourcen

Egal ob via „Do-it-yourself“ oder „Partnervariante“ implementiert, der CRMCoach begleitet durch diese oft kritische Phase mit spezifischer Erfahrung in den Bereichen Projektmanagement, Entscheidungsfindung, Schulung und Coaching.

