



# *Agenda*

- CRM-Philosophie
- Warum CRM?
- Chancen und Nutzen einer CRM Lösung
- Das CRMCoach 4 Phasen Modell
- CRM Teilbereiche und Architektur
- Einführung einer CRM Lösung
- CRM-Lösungen und der Markt
- Zusammenfassung
  
- Praktisches Beispiel

# CRM ...

Kunde ← Beziehung → Unternehmen

↑  
Nutzung  
von  
Potential  
↓



# Warum CRM ?

## Kunde

- ✓ Kunden werden immer mündiger -> geringe Kundenloyalität
- ✓ Internet: Consumerforen, Infosites, Preissuchmaschinen etc.
- ✓ Steigende Erwartungen der Kunden bzgl. Service und Reaktionen

## Markt

- sehr hohe Markt- und Preistransparenz, Produkte austauschbar
- immer schwieriger und teurer neue Kunden zu gewinnen
- steigende Gefahr wichtige Kunden an den Mitbewerb zu verlieren

## Firma

- ? wie können neue profitable Kunden gewonnen werden?
- ? wie können bestehende Kunden langfristig gebunden werden?
- ✓ kundennahe Aktivitäten, Prozesse / Abläufe in Vertrieb, Marketing und Service stehen im Zentrum der Aufmerksamkeit
- ✓ immer stärker entscheiden Beziehungen darüber, ob erfolgreich verkauft und eingekauft werden kann
- ✓ Kundenbindung und Kundenzufriedenheit werden zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal gegenüber Mitbewerber

# CRM – Big Picture



# CRM – Prozesse

Marketing Kampagnen, Messen, Veranstaltungen  
Internet, Datenbanken, Kontaktnetzwerk



**Kontaktmanagement** (Allgemeine Infos, Profil, Segmentierung)

**Aktivitätenmanagement** (Aufgabe, E-Mail, Brief, Termin, Telefon, Fax, Service, Kampagnen)

**Berichte und Analysen** (Übersichten, Details, Pipeline, Warteschlangen)

**Produktmanagement** (Vorlagen, Vertriebsdokumentation, Preislisten)

**Vertriebsprozessmanagement** (Gebiete, Kundenlebenszyklus)

**Kampagnenmanagement** (Listen, Marketingkampagnen)

**Opportunitymanagement** (Verkaufschancen, Angebote)

**Auftragsmanagement** (Aufträge, Rechnungen)

**Servicemanagement** (Anfragen, Verträge)

W  
o  
r  
k  
f  
l  
o  
w  
s

Schwerpunkt:

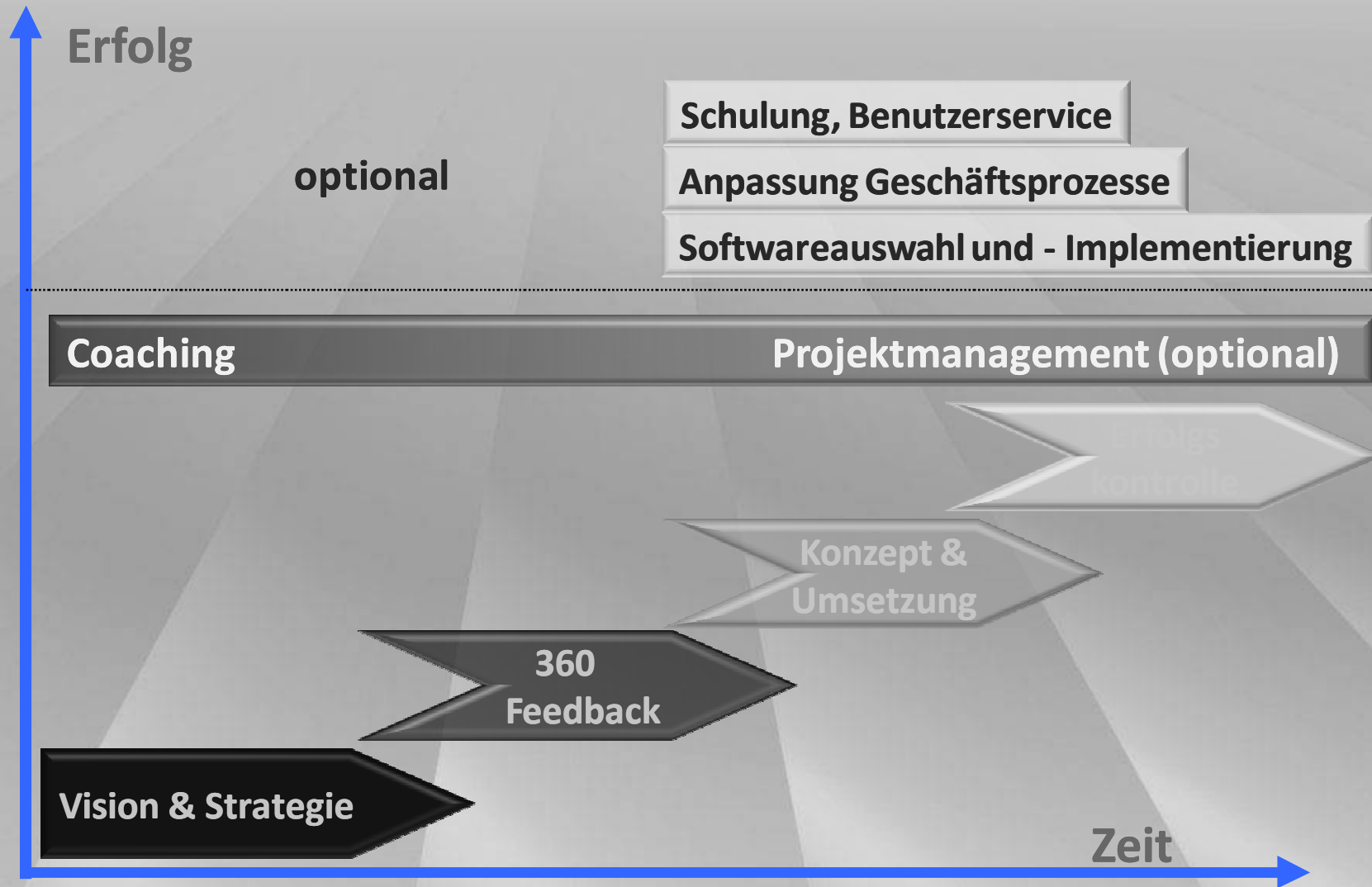
Allgemein

Marketing

Vertrieb

Service

# 4-Phasen Modell für Ihr CRM



# Nutzen einer CRM Lösung

## Kunde

- Schnelle Reaktionszeiten** – durch zentrale Datenerfassung
- Kompetente Ansprechpartner** - dank gespeicherter Aktivitäten-Historie
- Gezielte Ansprache möglich** – durch gespeicherte Kundenprofile
- **Bessere Betreuung Ihrer Kunden**

## Mitarbeiter

- Entscheidungshilfen immer zur Hand** – On- und Offline Verfügbarkeit von Informationen, Emails, Faxe, Dokumente, Notizen etc.
- Hohe Transparenz der Kundendaten für alle Mitarbeiter** - Merkmale, Umsatz und Kosten, Loyalität, Kaufverhalten
- Ergonomische, professionelle Arbeitsumgebung** – durch Integration von Kalender, Mail, Fax, Telefonie und Vorlagen etc.
- **Gesteigerte Motivation und Leistungsfähigkeit**

## Firma

- Mehr Umsatz mit den Kunden** - Präferenzen, Personalisierung ermöglichen effiziente Kundenbetreuung
- Erhöhung des Kundenwertes** – durch langfristige Kundenbindung und Nutzung von Cross Selling Potentialen
- Archivierung und Dokumentation** – alle Vorgänge und Aktivitäten werden logisch archiviert und stehen auf Knopfdruck zur Verfügung
- Geringe Kosten** – durch gesteigerte Effizienz
- **Nachhaltiger Unternehmenserfolg**

# Der Markt der CRM Lösungen

