

Customer Relationship Management

C u s t o m e r R e l a t i o n s h i p
M a n a g e m e n t – o d e r w i e d e r
K u n d e w i e d e r z u m K ö n i g w i r d

“I want it the way I want it and I want it now!”

Durch die Fülle der Angebote im Internet ist der Verbraucher in seiner Entscheidung heute ungeduldiger denn je. Findet er nicht auf Anhieb das, was er sucht, wendet er sich mit wenigen Klicks der Konkurrenz zu. Keine Frage also, dass Unternehmen, die in diesen stark umkämpften Märkten in extrem hohem **Wettbewerbsdruck** zueinander stehen, Überlegungen anstellen, den Verbraucher langfristig an ein Produkt oder eine Dienstleistung zu binden.

Die Gunst und das **Vertrauen** des Verbrauchers zu erlangen, ist dabei als Wettbewerbsvorteil von nahezu existenzieller Bedeutung. Nur auf Basis aussagekräftiger Informationsgrundlagen kann Wissen systematisch aufgebaut, können die richtigen Rückschlüsse gezogen und anschließend geeignete Maßnahmen zur **Kundenbindung** und **Neukundengewinnung** eingeleitet werden. Daher ist es heute für ein Unternehmen wichtiger denn je, seine Klientel kontinuierlich und aufmerksam zu studieren, um Verbrauchewünsche und –bedürfnisse zu erheben und ggf. sogar zu antizipieren. Denn: Nur ein zufriedener Kunde ist ein guter Kunde, und ein guter Kunde kauft in der Regel wiederholt beim gleichen Unternehmen.

Vor diesem Hintergrund wurde das **Customer Relationship Management** – kurz **CRM** – in den letzten Jahren von Marketing-, Vertriebs- und IT-Abteilungen gleichermaßen zunehmend als wichtiges Instrument zur Datengewinnung und Kundenbindung erkannt.

Definition und Ziele

Unter dem Akronym CRM subsumieren sich mannigfaltige Begrifflichkeiten und unterschiedlichste Technologien. Eine Definition von CRM ist deshalb nur unter Berücksichtigung der Interessen unterschiedlicher Abteilungen eines Unternehmens möglich und somit immer auch eine Frage des Blickwinkels.



e - t r e n d

e - t r e n d

Your Success
by

e-trend
Media Consulting GmbH
Herforder Strasse 74
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99
<http://www.e-trend.de>
sales@e-trend.de

Customer Relationship Management

C u s t o m e r R e l a t i o n s h i p
M a n a g e m e n t – o d e r w i e d e r
K u n d e w i e d e r z u m K ö n i g w i r d

Allen Abteilungen übergeordnet sind zunächst die **strategischen Unternehmensziele**: Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit durch den langfristigen Aufbau und die nachhaltige Festigung von Verbrauchervertrauen. Um diese Ziele zu erreichen, müssen auf sämtlichen Ebenen des Unternehmens alle Möglichkeiten des CRM optimal genutzt werden. Die maßgeschneiderte und **individualisierte Ansprache** des Kunden als Instrument zur Erhöhung der **Kundenzufriedenheit** ist dabei der zentrale Erfolgsfaktor. Denn auch noch heute gilt die alte Regel: Es ist teurer einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen bestehenden zu halten.

Abteilungsübergreifendes Ziel ist es, mit Unterstützung von Informations- und Kommunikationstechnologien, profitable, ganzheitliche und individuelle Marketing-, Vertriebs- und Servicekonzepte aufzubauen und nachhaltig zu festigen. Während EDV- oder IT-Abteilungen die besseren **Service- und Supportmöglichkeiten** durch CRM hervorheben, betonen Marketingabteilungen vor allem die erweiterten Möglichkeiten zur effektiven **Kundendatenanalyse** und gezielten **Markt- und Kundensegmentierung**. Und für den Vertrieb ist CRM letztendlich die Erweiterung bereits am Markt erhältlicher Softwarelösungen zur **Vertriebsautomatisierung** bzw. zum **Kundenkontakt-Management**.

Kundennutzen durch Servicequalität

Ein Unternehmen auf CRM auszurichten bedeutet vor allem, sich konsequent auf die **Wünsche, Bedürfnisse** und **Probleme** des Verbrauchers einzustellen. Die heutigen Erwartungen an ein modernes Kundenmanagement sind in den Zeiten des e-Business kontinuierlich gewachsen und umfassen vor allem den Wunsch nach:



e - t r e n d

e - t r e n d

Your Success

by

e-trend
Media Consulting GmbH
Herforder Strasse 74
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99
<http://www.e-trend.de>
sales@e-trend.de

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management – oder wie der Kunde wieder zum König wird

- einer direkten, schnellen und bedarfsorientierten Kommunikation über alle Kommunikationskanäle (Stationär, e-Mail, Internet, Call Center, etc.)
- einem qualifizierten Ansprechpartner mit Echtzeitzugriff auf die eigene Kundenhistorie
- einer persönlichen, freundlichen und kompetenten Ansprache
- einem professionellen Beschwerdemanagement – d.h. geäußerte Kritik wird konstruktiv entgegengenommen
- einer maßgeschneiderten Anpassung von Dienstleistungen an Individualbedürfnisse
- einer Serviceautomatisierung (elektronische Rechnungen, Kontoauszüge, Auftragserteilung und -änderung, etc.)

CRM ist die Bereitschaft, sich selbst zu ändern

Der Aufwand, der bisweilen betrieben wird, CRM in ein Unternehmen zu implementieren, ist je nach Projektgröße immens und verursacht erhebliche Kosten. Da die Projektauswirkungen und die damit einhergehenden notwendigen organisatorischen Veränderungen im Unternehmen oftmals unterschätzt werden, schlagen gerade große Projekte immer wieder fehl – am Ende steht deshalb mitunter nichts anderes als der geliftete **elektrifizierte Ist-Zustand** eines Unternehmens.

Kundenorientierung also nicht nur als Phrase sondern als Mission zu begreifen, setzt daher zunächst eine klare unternehmerische **Strategie** und effiziente **Planung** voraus. Das Unternehmen auf allen Ebenen in allen Phasen auf **Kunden-** und **Serviceorientierung** auszurichten ist dabei ein wesentlicher Schritt zum Erfolg. Klar definierte Ziele und Werte entlang der Wertschöpfungskette können hier in zunehmendem Maße vom weichen zum harten Faktor werden, wenn sie nachhaltige **Vorteile gegenüber der Konkurrenz** verkörpern.



e - t r e n d

e - t r e n d

Your Success
by

e-trend
Media Consulting GmbH
Herforder Strasse 74
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99
<http://www.e-trend.de>
sales@e-trend.de

Customer Relationship Management

C u s t o m e r R e l a t i o n s h i p
M a n a g e m e n t – o d e r w i e d e r
K u n d e w i e d e r z u m K ö n i g w i r d

Das Zusammenspiel von Mensch und Technologie

Den gestiegenen Ansprüchen des Verbrauchers nach Servicedienstleistungen im e-Business gerecht zu werden, bedarf es immer auch geeigneter technischer Lösungen. CRM-Systeme sind hier der Technologie-Enabler.

Da der Markt zu CRM-Software mittlerweile aber sehr unübersichtlich ist, kommt der Identifikation und Auswahl einer entsprechenden Software eine entscheidende Rolle zu. Ziel ist schließlich, unter Berücksichtigung eines verantwortungsbewussten und kostenorientierten **Projektmanagements**, die nahtlose **Integration in bereits bestehende IT-Architekturen** zu gewährleisten.

Die Entwicklung einer kundenzentrierten CRM-Business-Lösung ist letztendlich aber nicht nur allein die technische Optimierung bestehender Marketing- und Vertriebsaktivitäten, sondern im Idealfall deren komplette Neugestaltung. Unternehmen sind deshalb gut beraten, wenn sie Partner und Mitarbeiter von Beginn an konsequent in CRM-Projekte einbeziehen und sie bereits vor der Umstellung auf CRM mit intensiven **Schulungsmaßnahmen** auf den Wandel im Unternehmen vorbereiten. Erst wenn die Mitarbeiter aller Abteilungen die technologischen Möglichkeiten schnell, effektiv, flexibel und mit **Begeisterung** zu nutzen wissen wird der Funke auch auf den Verbraucher überspringen – und er wird es ihnen danken.

Sie haben weitere Fragen zum Thema Customer Relationship Management? Unsere Berater stehen Ihnen gerne zu Ihrer Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr e-trend-Team



e - t r e n d

e - t r e n d

Your Success
by

e-trend
Media Consulting GmbH
Herforder Strasse 74
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99
<http://www.e-trend.de>
sales@e-trend.de