

## Kundenbeziehungsmanagement (CRM) – Der Kunde wird König.

### Aus Daten Wissen generieren

Beim Kundenbeziehungsmanagement (engl.: Customer Relationship Management, CRM) steht der Kunde im Mittelpunkt sämtlicher Unternehmensaktivitäten. Ziel ist es, den Kunden und sein Verhalten kennen zu lernen sowie seine Loyalität zum Unternehmen zu festigen.

#### CRM-Systeme einsetzen, das heißt:

- **Zentrale Datenhaltung sämtlicher Kundeninformationen**  
Ihre Daten über Kunden werden zentral in einem System eingegeben und gepflegt.
- **Durchführung effektiverer Marketingmaßnahmen**  
Viele Ihrer Marketingtätigkeiten können aufgrund der zentralen Datenhaltung nach entsprechender Analyse besser auf bestimmte Kundensegmente ausgerichtet und automatisiert durchgeführt werden.
- **Zugriff auf relevante Kundeninformationen**  
Ihre Vertriebsmitarbeiter können jederzeit von jedem Ort aus auf aktuelle Kundendaten zugreifen.
- **Erleichterung des Arbeitsaufwandes**  
Nach einem Kundentermin können Informationen von einem entfernten System direkt in die zentrale Datenbank eingegeben werden.
- **Schnellere Bearbeitung von Kundenanfragen**  
Da alle benötigten Anwendungen mit einer einheitlichen Bildschirmoberfläche ausgestattet sind, kann Ihr Kundendienstmitarbeiter entsprechende Kundenanfragen in kürzerer Zeit bearbeiten.
- u.v.m.

### Ihre Vorteile auf einen Blick

- + **Wettbewerbsvorteil durch schnelle und intelligente Informationsbeschaffung**
- + **Übergreifender Einsatz in Vertrieb, Marketing und Service**
- + **Nahtlose Zusammenarbeit aller Mitarbeiter, die im Kontakt mit Kunden stehen**
- + **Effektive und effiziente Kundenbetreuung**
- + **Steigerung der Kundenzufriedenheit**

#### Wichtig:

**Die Basis für elektronische Geschäftsabwicklung über das Internet bilden eBusiness-Standards!**

Speziell für den Bereich des CRM existieren jedoch noch keine eBusiness-Standards. Sie werden aber bei anderen eBusiness-Anwendungen, die Sie vielleicht zusätzlich zu CRM durchführen möchten, auf eBusiness-Standards stoßen.

#### Warum?

Wer auf elektronischem Wege Geschäfte abwickeln möchte, muss sich mit seinen Geschäftspartnern auf eine „gemeinsame Sprache“ verständigen. eBusiness-Standards sind im elektronischen Geschäftsverkehr daher unerlässlich.

#### Was sind eBusiness-Standards?

Standards im eBusiness legen Datenformate fest, die dem Informationsaustausch innerhalb und zwischen Unternehmen zugrunde liegen.

❖ Lesen Sie dazu auch unser Merkblatt **„eBusiness-Standards einsetzen – Die „gleiche Sprache“ sprechen.“**

#### Was Sie noch wissen sollten:

##### Exkurs: Online Shops

Häufig entscheiden sich Unternehmen für die Einführung von CRM, wenn sie bereits einen Online-Shop eingerichtet haben. Denn ein wesentlicher Teil des CRM besteht darin, Kundendaten zu erfassen und diese entsprechend weiterzuverwerten. Diese wichtigen Daten erhalten Sie u.a. über einen Online-Shop.

❖ Lesen Sie dazu auch unser Merkblatt **„Online-Shops – Kundenservice überall und jederzeit.“**

### EIN BEISPIEL AUS DER PRAXIS:

Hersteller von Produktkennzeichnungen aus Bayern setzt CRM-System ein:

#### Das Unternehmen

Rathgeber GmbH & Co. KG aus Oberhaching wurde 1948 gegründet und beschäftigt rund 140 Mitarbeiter in Deutschland und in Tochtergesellschaften in Tschechien und Polen.



#### Die Produkte

Das Unternehmen hat sich auf die Produktion von kundenindividuellen Etiketten und Schildern spezialisiert. Das Produktspektrum reicht von edler Produktkennzeichnung für Marketing und Technik bis zu technisch hochwertigen Identtechnik-Lösungen mit Transpondern (Tochterfirma smart-TEC GmbH & Co. KG).

#### Warum CRM?

„Als innovatives Unternehmen möchten wir die CRM-Lösung nutzen, um unseren Kunden optimalen Service zu bieten und sie enger an das Unternehmen zu binden. Nach jedem Auftrag wird zukünftig der Kunde mit einer automatisierten, aber individualisierten eMail angeschrieben und nach seiner Zufriedenheit gefragt. Dies wird automatisch im Kundenstamm hinterlegt und dokumentiert eine Zufriedenheitsentwicklung des Kunden, die jederzeit ausgewertet werden kann.“

Die Anbindung wichtiger Kunden über Benutzername und Passwort an das Kundenportal soll u.a. Optionen wie Auskunft über den Liefertermin eines Auftrags, Bestellen aufgrund einer getätigten Anfrage oder Freigabe bzw. Änderung von Korrekturvorgängen nutzbar machen. Kunden können sich online über bisherige und laufende Aufträge und Anfragen informieren, was bisher telefonisch abgewickelt wurde und sehr viel Zeit gekostet hat.“

Andreas Schrägle, Geschäftsführung, Rathgeber

❖ Mehr dazu auch unter: [www.rathgeber-online.de](http://www.rathgeber-online.de)

❖ Weitere Praxisbeispiele unter: [tf.prozeus.de](http://tf.prozeus.de)

# Praxisbewährt:

1

## Bedarf ermitteln

### Schritt 1

#### Erfüllt ein CRM-System genau Ihren Bedarf?

Bevor Sie sich für oder gegen ein CRM-System entscheiden, sollten Sie zunächst Ihren Bedarf ermitteln.

#### Wie kommunizieren Ihre Kunden mit Ihnen?

Das Internet unterstützt die Stärken von CRM. Wenn Sie Ihre Kunden mit Hilfe eines elektronischen CRM genauer kennenlernen möchten, müssen Sie zuvor klären, wie Ihre Kunden mit Ihnen kommunizieren. Wenn Sie Informationen über das Internet sammeln möchten, müssen Ihre Kunden auch dort tätig sein. CRM kann für Sie sinnvoll sein, wenn

- ✓ Ihre Kunden per eMail erreichbar sind
- ✓ Ihre Kunden Ihre Website besuchen
- ✓ Ihre Kunden in Ihrem Online-Shop einkaufen

#### Was sind Ihre Ziele?

Überlegen Sie sich in einem ersten Schritt, ob Sie neue Kunden ansprechen und gewinnen möchten oder ob Sie zunächst Ihre bestehenden Kunden langfristig an das Unternehmen binden möchten. Aggressive Marketingstrategien, die darauf abzielen, möglichst viele neue Kunden zu gewinnen, könnten dazu führen, dass Sie bestehende Kunden verlieren. Berücksichtigen Sie daher auch für das Internet den Leitsatz: „Es ist erheblich teurer, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende Kunden zu halten.“

#### Das sollten Sie klären

- ✓ **Ziel:** Was wollen Sie mit dem CRM-System erreichen? Welche Kunden möchten Sie ansprechen?
- ✓ **Unternehmensprozesse:** Welche Prozesse werden durch ein CRM-System berührt oder verändert?
- ✓ **Akzeptanz:** Steht die Geschäftsführung 100%ig hinter dem geplanten CRM-System?
- ✓ **Anwender:** Welche Ihrer Mitarbeiter haben direkten Kundenkontakt? (Innen- und Außendienst)
- ✓ **Bestehende Systeme:** Können Sie das CRM-System in die bestehende Systemlandschaft integrieren?

2

## Kosten-Nutzen abwägen

### Schritt 2

#### Was kostet ein CRM-System?

Zu Beginn entstehen Kosten für die Vorüberlegungen und Planungen des CRM-Systems. Dann folgen die konkreten Investitionskosten der Umsetzung – abhängig davon, ob Sie sich für eine Kauf- oder Mietlösung entscheiden. Die Höhe der Gesamtkosten kann stark variieren: Von unter 10.000 Euro bis zu über 100.000 Euro.

#### Was nützt ein CRM-System?

Der größte Nutzen von CRM liegt in der verbesserten Kundenbetreuung, die letztlich nur durch Automatisierung und Arbeitserleichterung möglich wird. Langfristig führt das zu zufriedenen und treuen Kunden. Das ist im Zeitalter des Internet wichtiger als je zuvor, denn Ihr nächster Konkurrent ist oftmals nur den berühmten „Mausklick“ entfernt.

#### Die Rolle des Außendienstes

Der maximale Nutzen eines CRM-Systems wird erreicht, wenn alle Unternehmensbereiche davon profitieren. Besonders der Außendienst benötigt den externen Zugriff auf alle Kundeninformationen. Daher ist die Anbindung an mobile Systeme von hoher Bedeutung. Prüfen Sie vor der Anschaffung eines CRM-Systems, welche mobilen Endgeräte (Handy, PDA, Notebook) eingesetzt werden können.

#### Diese Kosten sollten Sie berücksichtigen

- ✓ **Investitionskosten** für benötigte Hardware und Software (Kauf oder Miete)
- ✓ **Beratungskosten** Ihres Dienstleisters
- ✓ **Programmierkosten** und Kosten für Anpassungen
- ✓ **Projektkosten** Ihrer Mitarbeiter
- ✓ **Folgekosten** (Wartung, Lizenzgebühren, Updates etc.)

#### Ihre Vorteile auf einen Blick

- + **Reduzierung** von Verwaltungsarbeit in Kundenservice, Marketing und Vertrieb
- + **Verbesserung** der individuellen Kundenansprache
- + **Steigerung** der Kundenzufriedenheit und Kundentreue
- + **Steigerung** der Effizienz Ihres Personaleinsatzes
- + **Umsatzsteigerung**

# 4 Schritte zum Erfolg!

3

## Dienstleister wählen

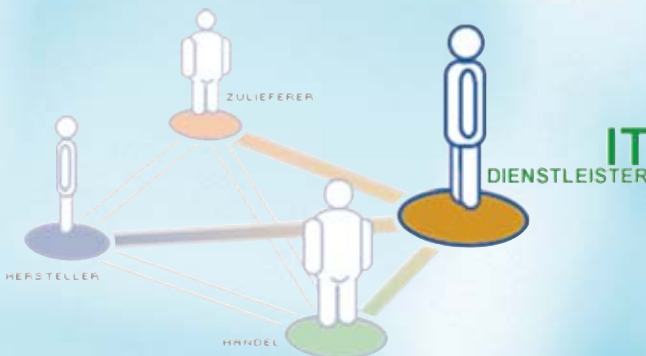
Schritt 3

### Welcher Dienstleister ist der richtige für Ihr CRM-System?

Bei eBusiness-Projekten empfiehlt es sich, externe Spezialisten einzubeziehen, die ohne „Betriebsblindheit“ objektiv unterstützen können und bereits Projekterfahrung im eBusiness haben.

### Alles aus einer Hand oder viele Spezialisten?

Ob Sie einen einzigen Dienstleister wählen, der Ihnen Hard- und Software liefert, Sie bei der Umsetzung begleitet und Ihr CRM-System zukünftig verwaltet oder ob Sie für jeden Schritt einen Spezialisten wählen: die Entscheidung ist Ihnen überlassen. Die Praxis hat allerdings gezeigt: Wenn mehrere Dienstleister an einem Projekt arbeiten, können auftretende Fehler im Zweifelsfall nicht immer ursächlich zugeordnet werden. Es bietet sich hier an, einen Generalunternehmer zu bestimmen, der die Zusammenarbeit aller externen Dienstleister koordiniert.



### Darauf sollten Sie achten



- ✓ **Hat der Dienstleister Erfahrung mit CRM-Systemen?** Lassen Sie sich seine Referenzen zeigen.
- ✓ **Wünschen Sie persönliche Betreuung auch außerhalb der gewöhnlichen Geschäftszeiten?** Kleine Dienstleistungs-Unternehmen können bei hoher Auslastung Kapazitätsengpässe bekommen, große Dienstleistungs-Unternehmen dagegen ziehen eventuell größere Projekte vor.
- ✓ **Vereinbaren Sie Festpreise** (z.B. für einzelne Module). Wenn sich im Laufe des Projekts notwendige Ergänzungen ergeben, kann dies sonst zu Zusatzkosten führen!
- ✓ **Halten Sie Ihre Vereinbarungen schriftlich in einem Pflichtenheft fest!**

4

## Pflichtenheft erstellen

Schritt 4

### Was sollten Sie im CRM-Pflichtenheft beachten?

Das Pflichtenheft ist wichtig, da es Vertragsgrundlage für die Vereinbarung mit Ihrem Dienstleister ist. Anforderungen, die nicht im Pflichtenheft stehen, sind nicht Vertragsbestandteil und können somit nachträglich berechnet werden. Und das kann für Sie teuer werden. Kalkulieren Sie daher ausreichend Zeit für die Erstellung des Pflichtenhefts ein.

### Welche Anforderungen soll Ihr CRM-System erfüllen?

Halten Sie die Ergebnisse Ihrer Bedarfsanalyse im Pflichtenheft fest. Klären Sie mit Ihren Mitarbeitern, welche Funktionen Ihr CRM-System bieten soll und lassen Sie sich von Ihrem Dienstleister erklären, welche technischen Voraussetzungen dafür notwendig sind. Wünschen Sie beispielsweise, dass Ihre Außendienstmitarbeiter laufend aktuell auf die Bestandsdaten zugreifen können, muss Ihr CRM-System auch an Ihr Warenwirtschaftssystem gekoppelt sein.

### Arbeits- und Zeitplan: Projektarbeit läuft neben Tagesgeschäft

Entscheidend für einen reibungslosen Ablauf des Projekts ist ein gut ausgearbeiteter Arbeits- und Zeitplan. Definieren Sie Meilensteine und Arbeitspakete, um die eigenen Projektfortschritte sowie die Fortschritte des externen Dienstleisters kontrollieren zu können. Erstellen Sie eine realistische Ressourcenplanung, in der Sie Urlaubszeiten, Messen etc. und auch zeitliche Puffer für z.B. Ausfallzeiten einplanen.

### Das sollte Ihr Pflichtenheft enthalten



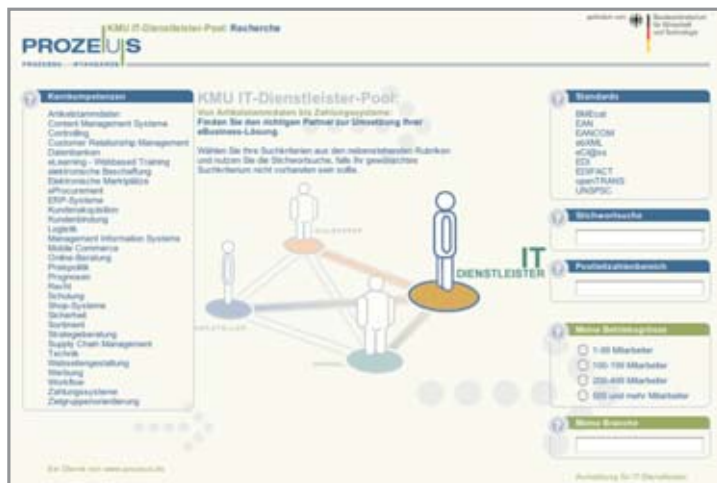
- ✓ **Ausgangslage** (z.B. zu wenig Informationen über Kunden)
- ✓ **Zielsetzung** (z.B. umfassende Kundeninformation für Vertrieb)
- ✓ **Anforderungen** an geplantes CRM-System (z.B. Zugriff per Internet für den Außendienst)
- ✓ **Umsetzung** und Anbindung an bestehende Systeme (z.B. Anbindung an CallCenter)
- ✓ **Arbeits- und Zeitplan** (Arbeitspakete, Meilensteine, Termine)
- ✓ **Kostenplan und Erfolgskontrolle**



## Wer zeigt Ihnen wie es geht?

**Kleine und mittlere Unternehmen stellen dar, wie sie eBusiness in ihrem Unternehmen umsetzen.**

Unter [www.prozeus.de](http://www.prozeus.de) können Sie nachlesen, wie Betriebe der Industrie und der Konsumgüterwirtschaft – von der Bäckerei bis zum Biotechnologie-Unternehmen – elektronische Marktplätze nutzen, Online-Shops erstellen und mit Hilfe von neuen Marketing- und Logistikstrategien ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen stärken. Basis ist dabei die Berücksichtigung von global einsetzbaren, definierten Prozessen und Standards.



## Direkte Hilfe, schnell und kompetent:

Der KMU Dienstleister-Pool von PROZEUS für kleine und mittlere Unternehmen hilft Ihnen, den richtigen Spezialisten zur Umsetzung oder Begleitung Ihrer geplanten eBusiness-Aktivitäten zu finden.

Recherche unter: [dl.prozeus.de](http://dl.prozeus.de)

Kostenfreie Erstberatung bei eBusiness-Fragen bietet Ihnen das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, ein Verbund von über 20 regionalen Kompetenzzentren, die kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk speziell bei den Themen Elektronische Beschaffung und Märkte, E-Logistik, E-Management, Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit sowie Unternehmenskooperationen neutral mit Rat und Tat zur Seite stehen. Weitere Informationen unter: [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de)



PROZEUS steht für „Förderung der eBusiness-Kompetenz von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Teilnahme an globalen Beschaffungs- und Absatzmärkten durch integrierte PROZESSE Und Standards“. Die GS1 Germany GmbH und das Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (IW Consult) realisieren PROZEUS für Konsumgüterwirtschaft und Industrie gemeinsam als Verbundprojekt. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Weitere Informationen zum Projekt selbst erhalten Sie unter: [www.prozeus.de](http://www.prozeus.de).



## So erstellen Sie ein Pflichtenheft:

Am Anfang eines jeden eBusiness-Projektes steht die Planung. Wichtige Elemente des Projektes sollten zum Erhalt der Planungs- und Investitionssicherheit in einem Pflichtenheft festgehalten werden. Das PROZEUS Muster-Pflichtenheft für eBusiness-Projekte mit Kommentaren und Beispielen basiert auf den Erfahrungen der PROZEUS-Pilotunternehmen der Industrie. Es zeigt praxisorientiert Aufbau und Inhalte eines Pflichtenhefts für eBusiness-Projekte.

Kostenloser Download unter: [www.prozeus.de/broschueren.htm](http://www.prozeus.de/broschueren.htm)

