



Customer Relationship Management (CRM)

Hobby oder Königsweg?



Sabrina Uthe, MBA
Managing Partner und Consultant
sabrina.uth@braiconn.de
Mobil: 0173/87 49 653

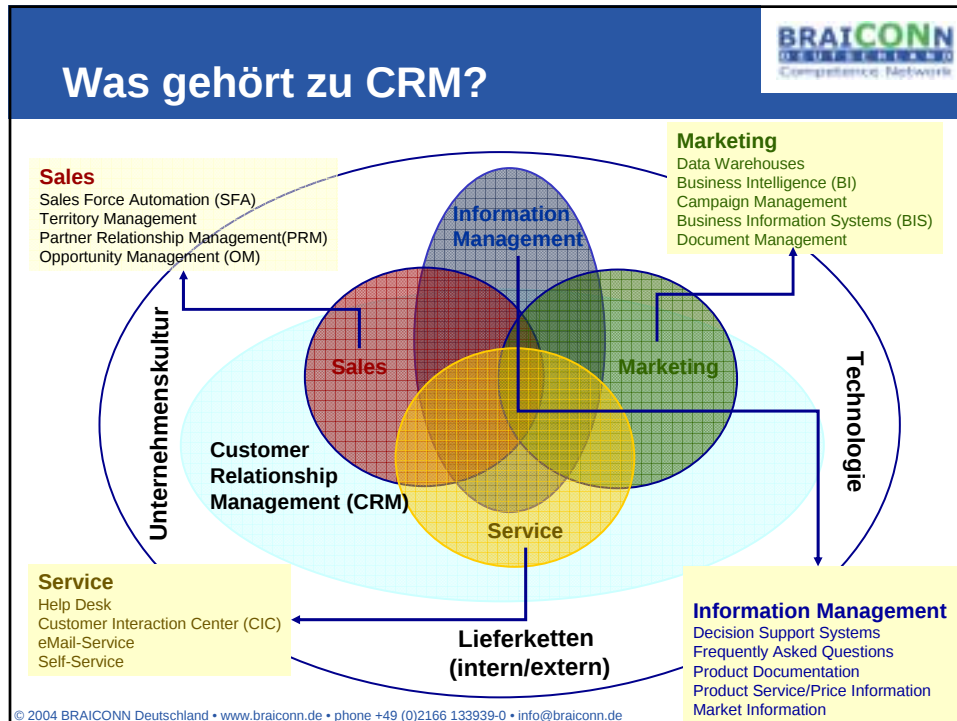
© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Definition CRM



- ▶ Customer Relationship Management (CRM) ist eine **Geschäftsstrategie** um die wertvollen Kunden zu selektieren und alle Kunden gemäß ihrem Wert für das Unternehmen zu managen.
- ▶ CRM benötigt eine **kundenzentrierte Geschäftsphilosophie und -kultur** um Marketing-, Vertriebs- und Service-Prozesse effektiv zu unterstützen.
- ▶ **CRM Anwendungen** können effektives Kundenbeziehungsmanagement unterstützen, vorausgesetzt, das Unternehmen hat die richtige Führung, Strategie und Kultur.

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



Effekte eines erfolgreichen CRM /eCRM

- ▶ Wettbewerbsvorteil
- ▶ Einfachere interne Organisation, Infrastruktur, Prozesse, gemeinsame Informationen
- ▶ Mehr Kunden, eine besser aufgestellte Organisation
=> mehr zufriedene Kunden, mehr Umsatz, mehr Gewinn...
- ▶ **CRM /eCRM umfasst:**
 - ▶ Menschen (Kunden, Mitarbeiter und Partner)
 - ▶ Geschäftsprozesse (Ausrichtung und Durchdringung)
 - ▶ Technologien (Art, Umfang, Einsatzfelder und Synchronisierung)
 - ▶ Inhalte (Daten und Content)

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



Geschmacksrichtungen des CRM



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

‘Geschmacksrichtungen’ des CRM

BRAICONN
DEUTSCHLAND
Competence Network

„Die 3 I:“



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Was ist das „e“ an CRM?

Durch das INTERNET ergeben sich neue Möglichkeiten der INTERAKTION und der INFORMATION. ELEKTRONISCHE Werkzeuge (CRM-Tools) unterstützen das Sammeln und Analysieren der relevanten Informationen

- ▶ **Marketing:** Aufmerksam machen von Interessenten und neuen Kunden durch Data-Mining, Kampagnenmanagement, Lead-Management
- ▶ **Sales:** Unterstützung des Verkaufsprozesses, Wissensmanagement, Forecast-Hilfen etc.
- ▶ **E-Commerce:** Im Internet-Zeitalter sollten alle Kunden über alle angebotenen Kanäle bei einem Unternehmen einkaufen können, schnell, bequem, preisgünstig. 'One face to the customer.'
- ▶ **Service:** Service und Support werden durch Call-Center-Anwendungen oder webbasierte Selbstbedienungsmöglichkeiten abgesichert.

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

eCRM: Informationsplattform

Management der Kundendaten -Ziele

- Beziehungsmanagement
- Key Account Management
- Vertriebsprojekte, Kampagnen
- Vertriebssteuerung
- Analytische Betrachtung, Business Intelligence

Information



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

eCRM: Informationsplattform

Management der Kundendaten – Nutzen

- Mehr Zeit für's Wesentliche
- Fokus auf wertschöpfende Tätigkeiten
- Einheitliche Kundensicht
- Umfassendes, aktuelles Wissen über Kunden und Märkte
- Höhere Beratungsqualität
- Schnellere Reaktion auf Marktveränderungen



Information



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

eCRM: Interaktionsplattform

Interaktion

Management der Interaktion -Ziele

- Multi-Chanel-Management für Marketing, Vertrieb und Service
- Inbound- / Outboundprozesse
- Kampagnenmanagement
- Closed Loop CRM (ETFS)
- Bereitstellung unstrukturierter Informationen



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

eCRM: Interaktionsplattform





Interaktion

Management der Interaktion – Nutzen

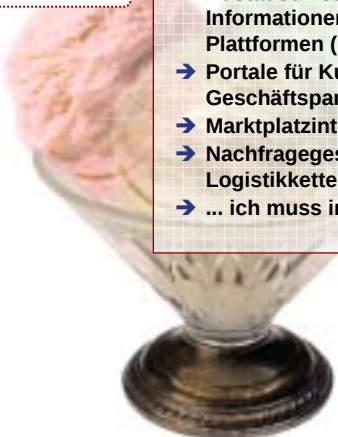
- Schnelle Bearbeitung von Kundenanfragen
- Hohe Auskunftsbereitschaft jederzeit und überall
- Einheitliche Kundensicht über alle Kontaktkanäle
- Personalisierte, effektive Kampagnen



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

eCRM: Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit





Internet

Management von Prozessen – Ziele

- Austausch strukturierter Informationen über offene Plattformen (Internet)
- Portale für Kunden und Geschäftspartner
- Marktplatzintegration
- Nachfragegesteuerte Logistikkette
- ... ich muss in's Internet



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

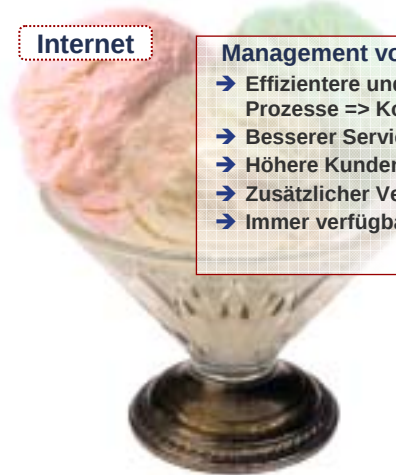
eCRM: Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit



Internet

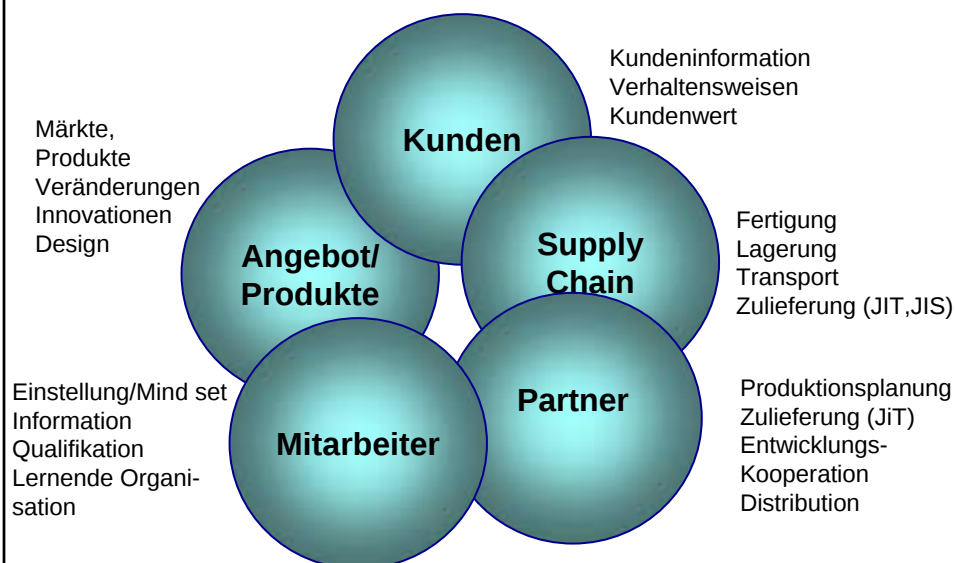
Management von Prozessen -Nutzen

- Effizientere und fehlerfreiere Prozesse => Kostenersparnis
- Besserer Service
- Höhere Kundenbindung
- Zusätzlicher Vertriebskanal
- Immer verfügbar – 7x24



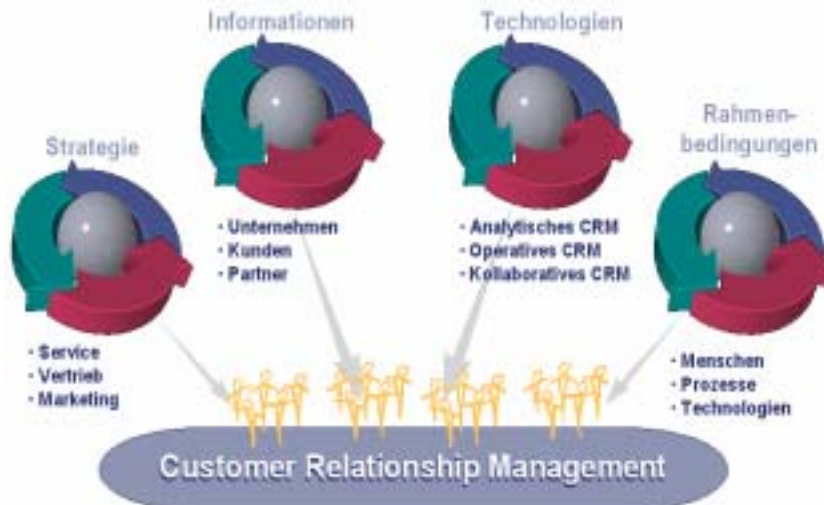
© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

CRM – The big Picture



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

CRM bedeutet Integration



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



CRM im Unternehmen

- Aktuelle Trends und Schwerpunkte –



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Die 5 Tophemen im CRM 2004



- ▶ Schaffe Mehrwert für den Kunden
- ▶ Verbessere das Wissen über den Kunden durch Kundensegmentierung
- ▶ Integriere alle relevanten Kundendaten
 - ▲ Stelle Informationen in „Echtzeit“ bereit – zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, in der optimalen Form
- ▶ Steuere und unterstütze Vertrieb und Außendienst
- ▶ Baue integrierte Kommunikations- und Vertriebskanäle

Umfrage von akquisia 2003

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



1. Trend Mehrwert für die Kunden schaffen



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Einfluss auf das Marktgeschehen



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Der große Sprung





„The true business of every company is to make customers, keep customers, and maximize customer profitability“

Peter Drucker



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

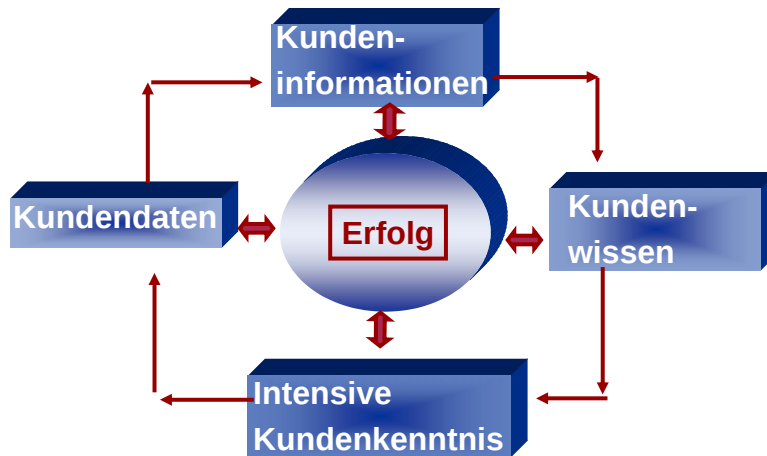


**2. Trend:
Das Wissen über die
Kunden vertiefen**



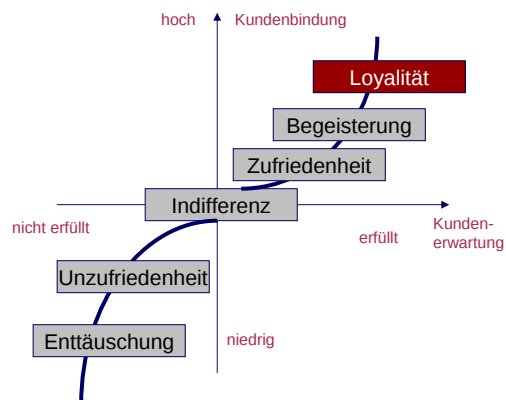
© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Die Kunden kennen



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Das Ziel: Kundenbindung



Effekte loyaler, profitabler Kunden

- Geringere Kosten für Neukundengewinnung
- Höhere Kundenprofitabilität
- Geringere Vertriebskosten
- Potenzielle Folgegeschäfte
- Geringere Preissensibilität
- Höheres Auftragsvolumen
- Effiziente Prozesseinbindung durch kontinuierliches Kontaktmanagement
- Multiplikatoren

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Aspekte der Kundenzufriedenheit



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Erfassung des Kundenwerts

Produktgruppe A

Gewichtung: Skala 1-5
Kundenbewertung: Skala 1 - 5

Klassische Bewertung

	Gewichtung	Bewertung	Gewichteter Wert	Bewertung	Gewichteter Wert
Umsatz	2	2	4	5	10
Deckungsbeitrag	5	1	5	1	5
Zahlungsverhalten	3	2	6	1	3

Innovative Bewertung

Wachstumspotenzial (Cross-Selling)	4	3	12	2	8
Innovationsfähigkeit	4	3	12	1	4
Referenzkunden	3	5	15	3	9

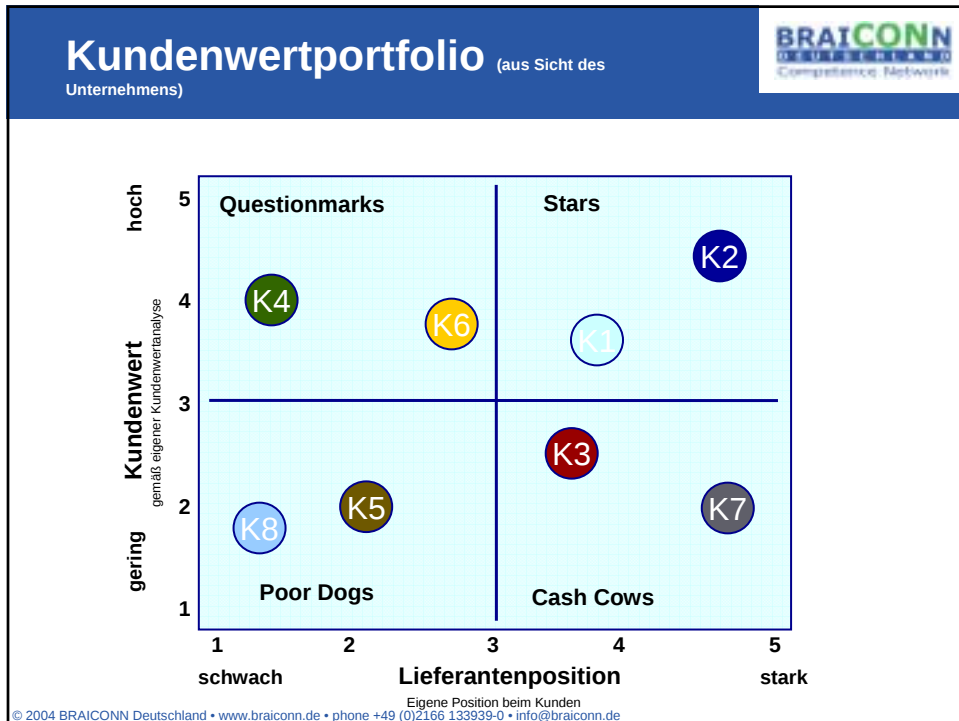
Kundenwert

54

39

Ableitung kundenspezifischer Maßnahmen

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



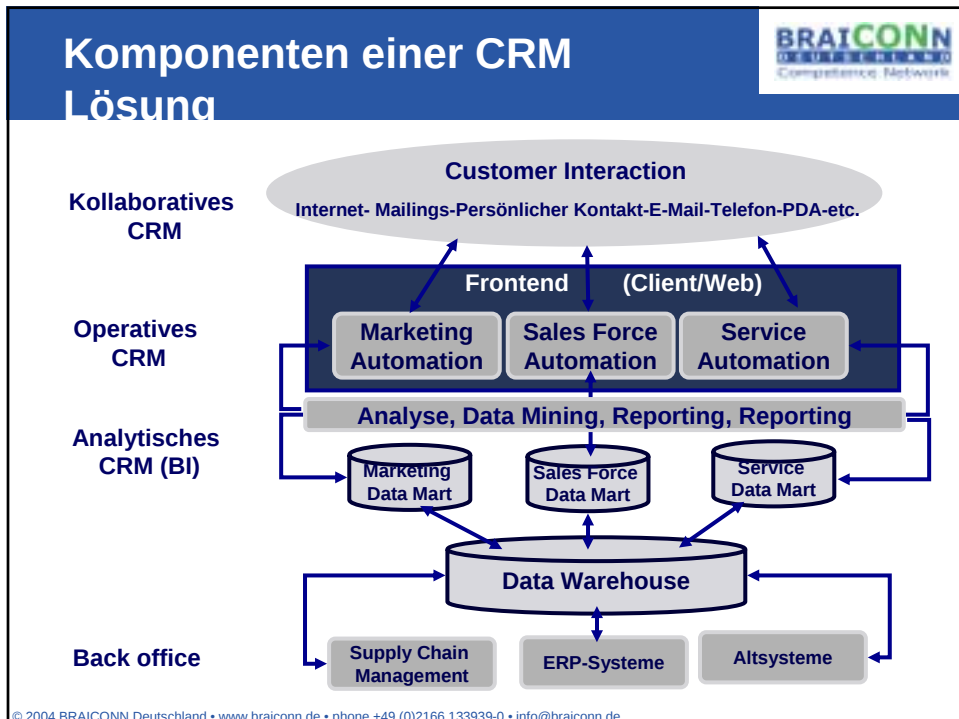
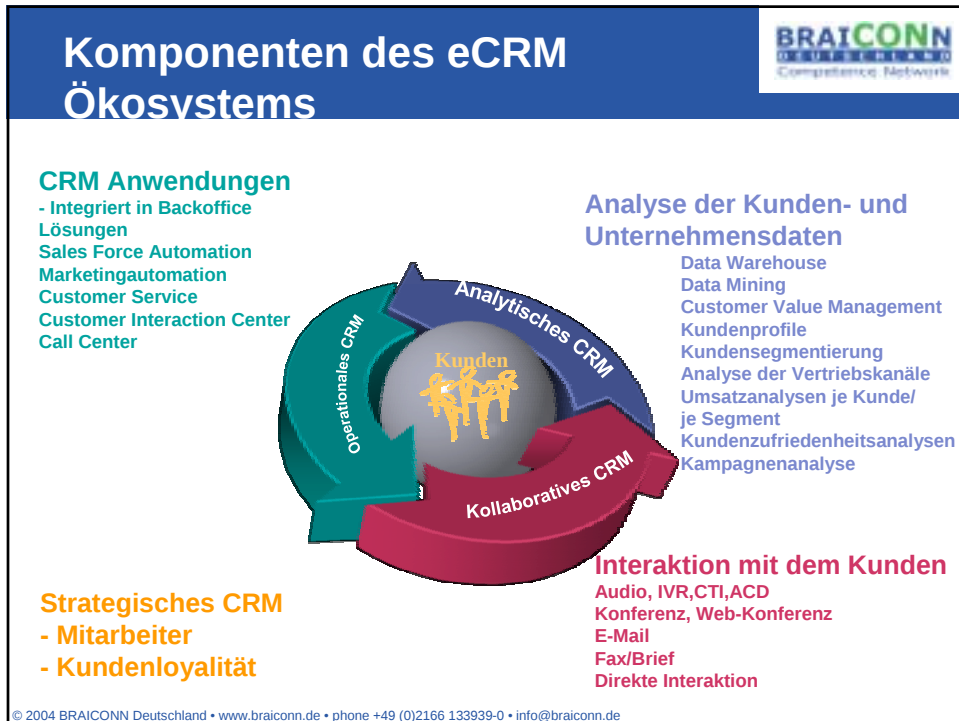


3. Trend

Integrierte Kundendaten bereitstellen

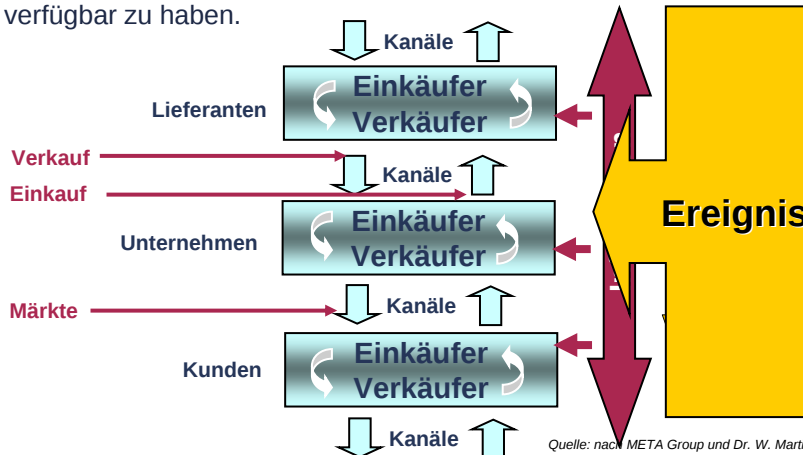


© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



Echtzeit und Information Chain

- Definition: Echtzeit im Business bedeutet die richtige Information zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zum richtigen Zweck verfügbar zu haben.



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Echtzeit-CRM

- ...braucht Prozess Orientierung
- ...umfasst interne und externe Prozesse des Unternehmens
- ...bedeutet Synchronisierung von Prozessen, aber nicht „echte Uhrzeit“
- ...basiert auf Ereignis-Orientierung
- ...ist jederzeit „online“
- ...ist schneller, flexibler, sicherer in den Prozessen

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

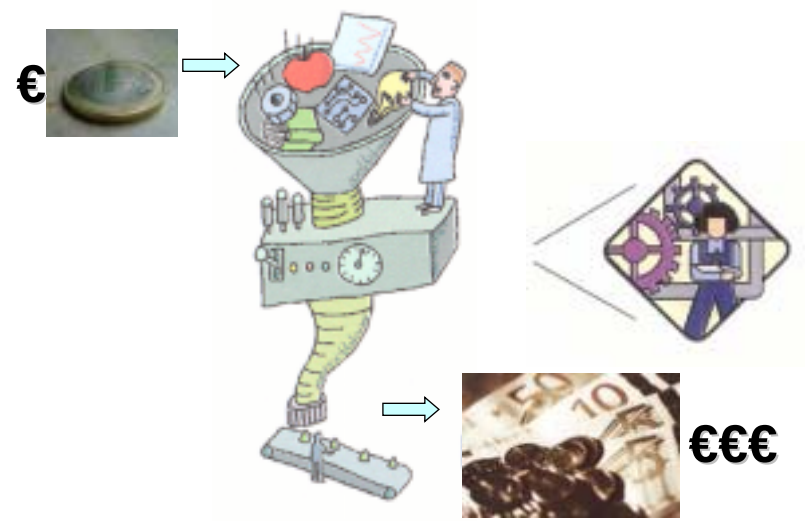


4. Trend Vertrieb und Außendienst koordinieren



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Die Vertriebsmaschine

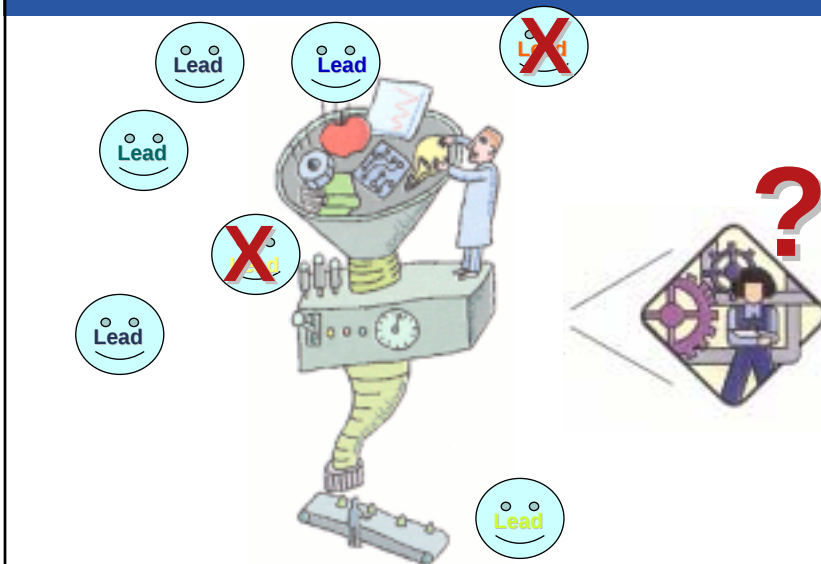


© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Der Vertriebsprozess



Die Vertriebsmaschine



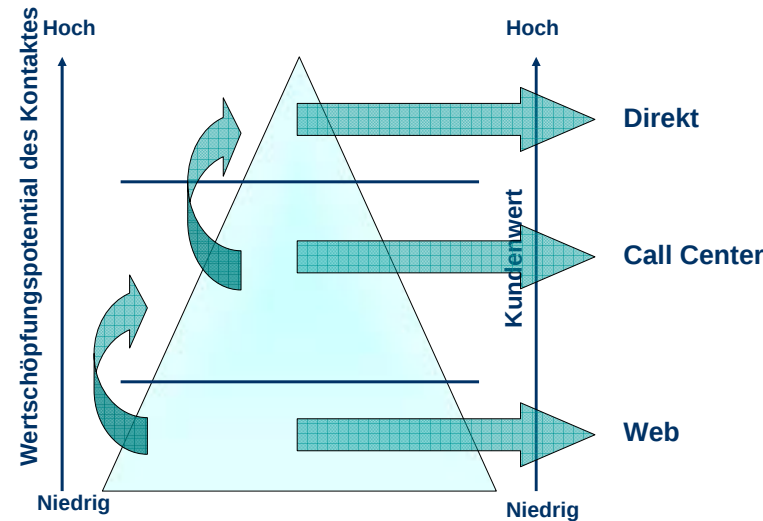


5. Trend Kommunikations- Und Vertriebskanäle synchronisieren

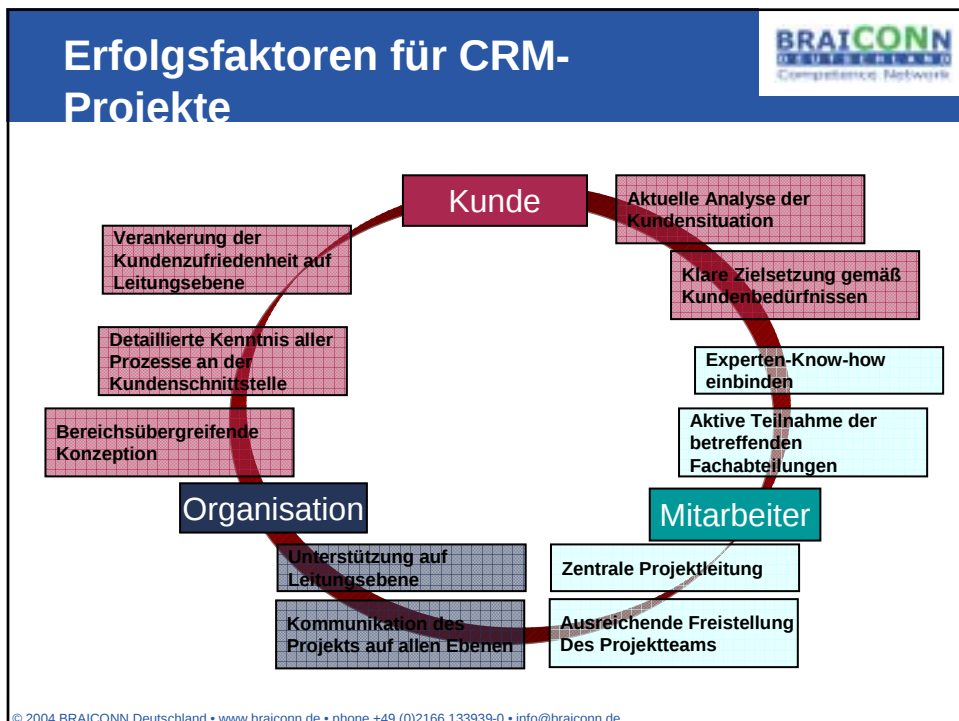
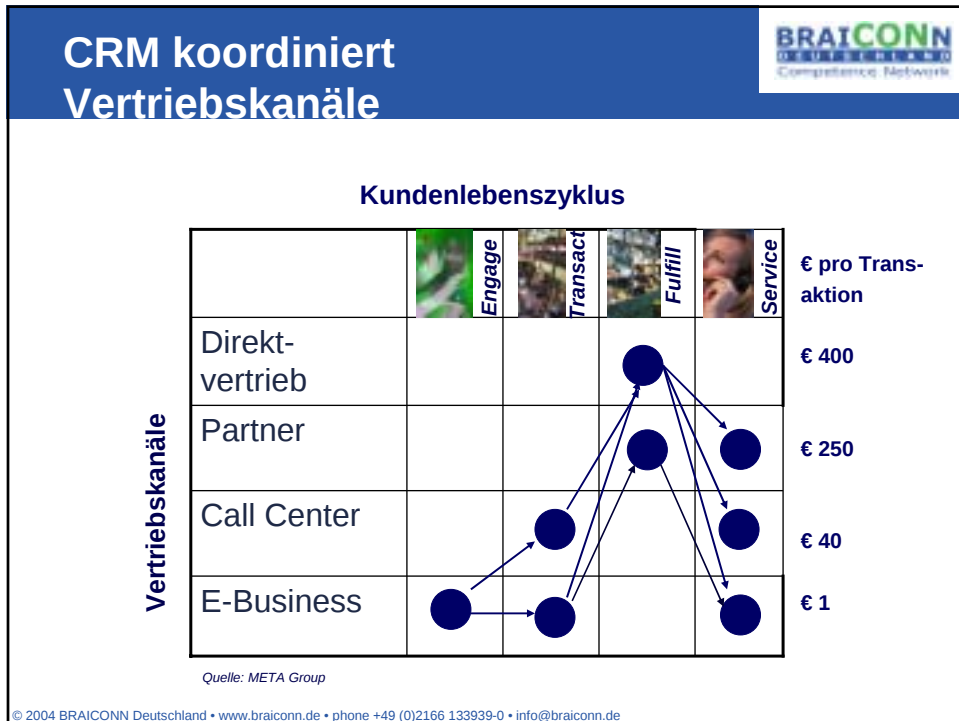


© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de

Kundenkontakte optimieren



© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de



Erfolgsfaktoren für CRM



Aufgaben für die Geschäftsleitung:

- ▶ Mache CRM zur Chefsache!
- ▶ Packe CRM an der Wurzel: integrierte Kundendaten
- ▶ Investiere in Datenqualität und analytisches CRM
- ▶ Investiere in Neugestaltung der Prozesse für Vertrieb und Außendienst (methodisches Verkaufen)
- ▶ Bereite das Unternehmen auf Echtzeitanforderungen vor

© 2004 BRAICONN Deutschland • www.braiconn.de • phone +49 (0)2166 133939-0 • info@braiconn.de