

CRM

Alles über Customer-Relationship-Management (CRM)

Was ist CRM und warum ist es für Unternehmen so wichtig geworden?

CRM — oder auch Customer-Relationship-Management — ist mittlerweile in nahezu jeder Branche ein unerlässlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden. Doch viele Unternehmen haben CRM entweder noch nicht für sich entdeckt oder unterschätzen die Bedeutung für sich und ihre Kunden. Eine kundenorientierte Ausrichtung ist jedoch in der digitalen Dienstleistungsgesellschaft von elementarer Bedeutung, um dauerhaft am Markt zu bestehen.

Viele Unternehmen wollen ihre Vertriebs- und Geschäftsprozesse optimieren, die Kommunikation zwischen Mitarbeitern verbessern und Kundenbeziehungen stärken, scheuen sich allerdings dies in der Praxis umzusetzen oder besitzen keinerlei Erfahrung in diesen Bereichen. Die Lösung für dieses Problem finden Unternehmer zunehmend durch ein individuell auf ein Unternehmen und seine Bedürfnisse angepasstes Customer-Relationship-Management (CRM), zu Deutsch Kundenbeziehungsmanagement. Doch nur wer ein gutes CRM bzw. Kundenmanagement betreibt, kann auf Dauer auf dem Markt erfolgreich sein.

Aber was ist CRM? Warum braucht mein Unternehmen das? Vor allem was kostet das? Erfahren Sie in diesem Beitrag wissenswerte Grundlagen zum Thema CRM und Customer Relationship Management — einfach erklärt. Von Ihren CRM Experten.

Inhalt

Was ist CRM und warum ist es für Unternehmen so wichtig geworden?.....	1
Was ist CRM?.....	2
Warum CRM? Wofür braucht mein Unternehmen das?.....	3
Aufgaben von CRM im Unternehmen	3
Die wichtigsten CRM Features im Überblick.....	4
Vorteile von CRM.....	5
Kosten einer CRM Einführung	5

CRM Beratung und Umsetzung	6
Die richtige CRM-Strategie	6
CRM-Systeme: Ein Leitfaden für Einsteiger.....	7
CRM vs. ERP	8
CRM aus der Cloud – für alle, aber sicher!.....	8
CRM Einführung und Implementierung.....	10
Customer Relationship Management – mit dem richtigen Partner geht es leichter	11
Fazit – CRM:	11
Kontakt	13

Was ist CRM?

CRM ist die Abkürzung des englischen Begriffs „*Customer Relationship Management*“ und bedeutet zu Deutsch Kundenbeziehungsmanagement oder die Pflege von Kundenbeziehungen. CRM ist ein unverzichtbares Instrument im Marketing, Vertrieb und Service zur Gestaltung von Beziehungen und Interaktionen mit bestehenden und potentiellen Kunden, um Kundenbeziehungen zu stärken und neue Kunden zu gewinnen. CRM bezeichnet dabei die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf seine Kunden und die systematische Optimierung der Geschäfts- und Kommunikationsprozesse im Marketing, Vertrieb und Service.

CRM ist ein ganzheitliches Konzept, das eine kundenorientierte Ausrichtung des gesamten Unternehmens fokussiert und der Kunde in den Fokus des Unternehmens rückt und nicht das Produkt oder die Dienstleistung. Mit CRM verwaltet, plant und steuert beinahe jedes Unternehmen die Kundenkommunikation. Das bedeutet, dass alle relevanten Geschäftsprozesse in das CRM-Konzept integriert werden müssen. Das Ziel von CRM ist, dass alle Unternehmensbereiche ganzheitlich gegenüber dem Kunden auftreten. Dazu sind eine zentrale Informationserfassung sowie Prozesse zur Übermittlung und Nutzung dieser Informationen in den einzelnen Bereichen notwendig.

Customer Relationship Management Software (CRM) ermöglicht Unternehmen die systematische Gestaltung und Steuerung der Kundenbeziehungs-Prozesse. Durch die Dokumentation und Verwaltung getätigter Bestellungen, Anfragen, Angebote etc. im CRM-System kann die Kundenansprache optimiert und Kundenzufriedenheit sowie Kundenbindung gesteigert werden. Intelligentes und effizientes CRM ist für Unternehmen zu einem echten Wettbewerbsvorteil geworden. Die gezielte Ausrichtung auf

langfristige und stärkere Kundenbeziehungen durch den Einsatz moderner CRM-Software ist ein essenzieller Baustein für den Unternehmenserfolg.

Warum CRM? Wofür braucht mein Unternehmen das?

Mit einem CRM-System haben Sie jederzeit einen 360-Grad Überblick über alle Ihre Aktivitäten, Aufgaben, Unterlagen sowie Personen, Gruppen und Unternehmen, mit denen Sie in Geschäftsbeziehung stehen. Dazu gehören die Kommunikationsdaten von Unternehmen und Kontaktdaten wie Adressen, Ansprechpartner, Rufnummern, E-Mails, Telefonnotizen, Besuchsberichte, Dokumente und Aufgaben. Sie können Ihre Absprachen, Termine, Anrufe und wichtige Aufgaben im CRM dokumentieren, Ihre Ergebnisse verfolgen und Berichte erzeugen und so den Erfolg von Aufgaben, Kampagnen und anderen umgesetzten Maßnahmen prüfen und messen. CRM-Systeme sind etwas, dem man sich im Zuge der Digitalisierung kaum noch entziehen kann.

CRM ermöglicht Unternehmen, die Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern zu intensivieren. Wenn von CRM die Rede ist, ist in der Regel ein CRM-System gemeint, das u.a. für das Kontakt- bzw. Lead-Management, das Vertriebsmanagement und die Produktivitätssteigerung im Marketing, Sales und Service eingesetzt wird. Ziel des Customer-Relationship-Managements ist es, Kundenbeziehungen effizient zu verwalten und zu dokumentieren, um Kundenbindungen zu stärken, neue Kunden zu gewinnen und die Kommunikation innerhalb eines Unternehmens und die Interaktion mit den Kunden zu verbessern.

Aufgaben von CRM im Unternehmen

CRM hat verschiedene Aufgaben im Unternehmen, die alle Stationen des Kundenlebenszyklus umfassen. Zunächst geht es um die Identifikation von potenziellen Neukunden, sowie deren Ansprache und Akquisition. Interessante Kunden – d.h. solche mit ausreichend hohem Umsatzpotenzial – werden angesprochen und in einen Dialog überführt. Im Laufe des Dialogs werden immer weitere Informationen über den potenziellen Kunden gesammelt, die schlussendlich dazu genutzt werden, ihm zum richtigen Zeitpunkt ein maßgeschneidertes Angebot zu unterbreiten, das möglichst exakt seinen Bedürfnissen entspricht.

Ist der Kunde einmal akquiriert, kommt dem CRM die Aufgabe der Kundenbindung zu. Kundenbindung muss dabei sowohl aktiv als auch reaktiv erfolgen. Unter aktiver Kundenbindung ist zu verstehen, dass

die vorhandenen Kunden weiterhin regelmäßig angesprochen werden, um Interesse zu zeigen, neuen oder veränderten Bedarf zu erkennen und diesen ggf. mit erweiterten Angeboten zu bedienen. Ziel sollte es sein, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und das beim Kunden vorhandene Umsatzpotenzial maximal auszuschöpfen. Unter reaktiver Kundenbindung ist die möglichst zeitnahe und zufriedenstellende Reaktion auf Kundenanfragen zu verstehen, etwa in Form der Erreichbarkeit einer Support-Hotline bei Fragen und Problemen.

Im Optimalfall werden mögliche Probleme und Konflikte jedoch bereits erkannt, bevor es zu einer Beschwerde kommt oder der Kunde vielleicht sogar ohne weitere Rückmeldung zum Wettbewerber abwandert. Falls dies doch passieren sollte, kommt dem CRM die Aufgabe der Kundenrückgewinnung zu. Jeder Schritt im Rahmen der Kundenbindung sollte erfasst, analysiert und zur weiteren Präzisierung des Kundenwissens genutzt werden. Kunden sind nur dann bereit, eine langfristige Beziehung zu einem Unternehmen einzugehen, wenn sie sich in einem interaktiven Dialog ernst genommen fühlen und sich ein Mehrwert für sie ergibt.

Um diesen Mehrwert zu schaffen, ist eine möglichst gezielte Individualisierung der kommunizierten Inhalte notwendig. Dazu benötigt ein Unternehmen Zugriff auf das gesammelte Kundenwissen, um beispielsweise Bedürfnisse oder Interessen der Kunden zu erkennen und entsprechende Inhalte bieten zu können. Gleichzeitig wirkt das CRM selbst an der Anreicherung des Kundenwissens mit, indem die Reaktionen der Kunden auf die eigene Kommunikation sowie die vom Kunden initiierte Kommunikation kontinuierlich erfasst und ausgewertet werden können.

Die wichtigsten CRM Features im Überblick

- Kontaktverwaltung
- Opportunity- & Lead Management
- Angebotsverwaltung (CPQ) – Möglichkeit, Angebote zu erstellen und zu verwalten
- Forecasting – Prognose und Vorhersage von zukünftigen Wahrscheinlichkeiten, die eine bestmögliche Planung im Vertrieb, Marketing und Service sicherstellen
- Marketing Automation – Marketingaktivitäten verwalten/durchführen
- Workflows – Vertriebs- und Serviceprozesse automatisieren
- Auswertungen / Reporting & Dashboards – Vertriebsaktivitäten analysieren
- Integrationen / Schnittstellen – Anbindung von weiteren Tools
- KI (Künstliche Intelligenz)

- Cloud-Computing – Möglichkeit jederzeit und überall auf seine Daten zugreifen und nutzen zu können

Vorteile von CRM

Nur wer ein gutes Kundenmanagement betreibt, kann auf Dauer erfolgreich sein. Informationen, die einem Kunden eindeutig zuzuordnen sind, können übersichtlich in ein CRM-System eingetragen werden. Dies ermöglicht Unternehmen auf alle Vertriebs-, Marketing- und Servicefragen, aussagekräftige Antworten zu finden, durch Automatisierung, mehr Prozesseffizienz und effektives Direktmarketing Kosten zu sparen sowie die Kundenzufriedenheit mit der richtigen Zielgruppenansprache zu verbessern und das Umsatzwachstum zu steigern. Ziel ist dabei die Aussteuerung von individualisierter Kommunikation im passenden Moment und Kontext. Die meisten Anbieter von CRM-Systemen bieten kundenorientierte Lizenzmodelle an, die auch kleineren Unternehmen oder Geschäftseinheiten einen schnellen und problemlosen Einsatz von CRM ermöglichen.

Das hat den Vorteil bei der Einführung eines CRM-Systems von geringen Einstiegskosten zum Start eines CRM Projektes. So kann auch ein kleineres Unternehmen die Vorteile und Möglichkeiten eines modernen CRM-Systems nutzen, ohne gleich ein Vermögen zu investieren. Das CRM bietet weiter die Vorteile, sich wettbewerbsoptimiert zu positionieren, den Kunden individualisiert anzusprechen und flexibler reagieren zu können. Auch Prozessoptimierung und Automatisierung steht bei den CRM Verantwortlichen oft im Vordergrund. Viele CRM-Systeme am Markt bieten eine große Vielfalt an Schnittstellen zu ERP-Systemen und anderer Branchensoftware an, sodass im Regelfall keine Programmierkenntnisse notwendig sind. Dies ist natürlich gerade beim Start ein weiterer Pluspunkt.

Kosten einer CRM Einführung

Die Anschaffung eines CRM-Systems muss heute nicht mehr kompliziert, teuer und mit großem administrativen Aufwand verbunden sein. Um ein CRM-System zu implementieren, ist es für Unternehmen mittlerweile nicht mehr notwendig auf eine komplizierte Software zurückzugreifen, die langwierig im Firmennetzwerk installiert und stets aktualisiert werden muss. Dank Cloud-Computing stehen sämtliche Informationen und Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit nur wenigen Mausklicks überall online im CRM-System zur Verfügung, was den Mitarbeitern ermöglicht in Echtzeit abteilungsübergreifend zusammen zu arbeiten und einen besseren Überblick über den Vertrieb zu schaffen. Geschäftsabschlüsse

sowie Kooperationen und Kommunikation in einem global agierenden Unternehmen werden hierdurch nicht nur beschleunigt, sondern auch einfacher als je zuvor.

CRM Beratung und Umsetzung

So gestalten Sie Ihre Kundenbeziehungen effektiv und nachhaltig

Für den umfassenden Einsatz von CRM sollte im Vorfeld unbedingt eine Beratungsagentur zugeschaltet werden. Ein modernes und effizientes CRM-Management und ein zuverlässiger Beratungs-, Umsetzungs- und Optimierungspartner an der Seite, sind heute von entscheidender Bedeutung, um auch in Zukunft erfolgreich am Markt zu bestehen. CRM in Unternehmen einzuführen, ist eine komplexe Aufgabe!

Die richtige CRM-Strategie verschafft jedoch enorme Marktvorteile. Viele Unternehmen haben längst erkannt, dass es günstiger ist, bestehende Kundenkontakte gut zu pflegen, als ständig neue zu akquirieren. Es sollte offensichtlich sein, dass zufriedene Kunden gerne auf denselben Anbieter zurückkommen, wenn erneuter Bedarf besteht. Wir zeigen Ihnen, worauf es bei der richtigen CRM-Strategie ankommt und welches ein CRM-System für Ihren Erfolg notwendig ist.

Welches CRM-System ist das richtige für mich?

Sie möchten ein CRM-System einführen, wissen aber nicht, welches das richtige für Ihr Unternehmen ist? Machen Sie den CRM-Check mit comselect. Mit dem CRM-Quick-Check fällt die Orientierung leichter. Erfahren Sie mehr zum Thema CRM Allgemein, möglichen Projektvorgehensweisen und Salesforce spezifischen Themen. Der CRM-Quick-Check ist eine kostenfreie Orientierungshilfe, um Ihre CRM-Entscheidung leichter treffen zu können.

Wir sind eine auf den Mittelstand ausgerichtete CRM-Beratung. Bei comselect erhalten Sie CRM Beratung, Konzeption und Umsetzung aus einer Hand. Erfahren Sie mehr über unsere Leistungen für ganzheitliches Interessenten- und Kundenmanagement im Bereich "CRM Beratung".

Die richtige CRM-Strategie

Mit einer schlüssigen CRM-Strategie zum optimalen Kundenmanagement

Ein CRM-System dient dazu, eine vorhandene oder neue CRM-Strategie praktisch umzusetzen. Diese Strategie legt die Anforderungen an solche Systeme fest und ist auch nichts, das man einfach in einem

schnellen Meeting zusammenstellt. Wie soll die Beziehung zum Kunden verbessert werden? Welchen Mehrwert bietet eine gezieltere Auswertung der Kaufhistorie? Wo gab es bisher Probleme beim Service oder wo sind häufig Informationen verloren gegangen. Auf diese Fragen wird es in jedem Unternehmen anderen Antworten geben, weshalb die passende CRM-Strategie auch von innen kommen muss — einfach bei der Konkurrenz abgucken funktioniert leider nicht.

Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, kundenorientiert handeln zu wollen. Es fehlen jedoch die notwendigen Strukturen, Prozesse, Tools oder Fähigkeiten, um das CRM professionell umsetzen zu können. Viele Unternehmen kennen grob die Lücken, wissen jedoch nicht, wie sie diese schnell und effizient schließen können. Wo der ideale Startpunkt für ein solches Projekt sein sollte und wie möglichst schnell Erfolge erzielt werden können; sind zwei Kernfragen, die es zu beantworten gilt.

Im folgenden Beitrag finden Sie die Kernargumente für eine erfolgreiche CRM-Strategie für ganzheitliches Interessenten- und Kundenmanagement.

CRM-Systeme: Ein Leitfaden für Einsteiger

Ein CRM-System kann eine Software sein, eine Applikation oder eine Anwendung zur zentralen Verwaltung von Kundendaten und Abbildung von Geschäftsprozessen, insbesondere zur Aussteuerung von Marketing- Sales- und Service-Kampagnen. Je nach Anbieter können viele externe Anwendungen eingebunden werden. Bevor es weitergeht, soll der Begriff "CRM-System" einmal näher erläutert und für den weiteren Verlauf definiert werden. Ausgeschrieben steht die Abkürzung für "Customer Relationship Management System", was im Deutschen etwa "System für Kundenbeziehungsmanagement" entspricht. Customer Relationship Management (CRM) beschreibt im Allgemeinen eigentlich das gesamte Arbeitsfeld rund um Kundenbeziehungen, während CRM-Systeme konkrete Werkzeuge sind, die dabei zum Einsatz kommen, um die CRM-Strategie umzusetzen. Häufig wird auch nur von einem CRM gesprochen, obgleich eine Software, also ein CRM-System gemeint ist.

Wenn von CRM die Rede ist, ist in der Regel ein CRM-System gemeint, das u.a. für das Kontakt- bzw. Lead-Management, das Vertriebsmanagement und die Produktivitätssteigerung im Marketing, Sales und Service eingesetzt wird. Die Theorie besagt, dass der Kunde dabei im Fokus des Unternehmens stehen sollte und nicht das Produkt oder die Dienstleistung. Das CRM-System stellt beim Customer-Relationship-Management allen Abteilungen — von Vertrieb, Marketing und Service über Verwaltung bis hin zur Geschäftsleitung — eine einheitliche und transparente Plattform zur Verfügung, in der alle wichtigen Informationen über die jeweiligen Kunden zentral gespeichert und von sämtlichen Kollegen

im Team aufgerufen werden können. CRM-Systeme werden heutzutage in Unternehmen verschiedener Größenordnungen und Branchen eingesetzt. Dementsprechend hoch ist die Anzahl der Hersteller und Anbieter von Customer Relationship Management-Lösungen und das Angebot an CRM-Systemen auf dem deutschsprachigen Markt ist sehr unübersichtlich.

Die Auswahl des richtigen CRM-Systems

Die Auswahl des richtigen CRM-Systems kann schwierig sein, insbesondere angesichts der vielen Anbieter auf dem Markt. Auf folgenden Links finden Sie eine ausführliche Übersicht relevanter CRM-Hersteller und CRM-Anbieter. Nutzen Sie unsere CRM-System Übersicht, um im ersten Schritt eine Vorauswahl von Customer Relationship Management Systemen zu erhalten und eine optimal passende CRM-Lösung, die Ihren Unternehmensbedürfnissen entspricht, zu finden. Erfahren Sie alles, was Sie bei der Auswahl eines CRM-Systems berücksichtigen sollten. Informieren Sie sich über die führenden CRM-Anbieter und deren Lösungen.

CRM vs. ERP

Meistens ist das CRM-System eng verknüpft mit dem ERP, um Kundenprozesse von der ersten Ansprache bis zum Rechnungswesen vollständig abzubilden. CRM- und ERP-Systeme kommen in einem Unternehmen zum Einsatz, wenn verschiedene Arbeitsschritte optimiert werden sollen. Aber was sind die Unterschiede zwischen CRM und ERP? Das Ziel beider Optionen ist relativ identisch, auch wenn es auf unterschiedlichen Wegen erreicht wird: Die Verbesserung, Beschleunigung und Organisation verschiedener Unternehmensstrukturen, Kundenbeziehungen und Verwaltung. Damit die Unterscheidung etwas leichter fällt, gibt es hier eine kleine Zusammenfassung zu den jeweiligen Systemen. CRM ist hauptsächlich für kundenbezogene Prozesse geeignet. ERP hat kaum Bezug zu Kunden, sondern ist mehr für Materialwirtschaft und Backoffice geeignet und für den Austausch zwischen Beschaffung, Produktion und Controlling zuständig.

CRM aus der Cloud – für alle, aber sicher!

Dem Customer Relationship Management, kurz CRM, fällt eine Schlüsselfunktion in der zentralen Speicherung, Verwaltung und Auswertung aller Kundendaten zu. Die Stammdaten und alle als relevant klassifizierten Informationen, die sich aus jeder erfassbaren Kundenhandlung ergeben, werden automatisiert abgespeichert. Dabei gewinnen die Verlegung in eine Cloud und mobiloptimierte Benutzeroberflächen

vor allem aufgrund der Abrufbarkeit an jedem beliebigen Ort an Bedeutung. So kann z.B. der Außendienst mit dem Smartphone auf ein Kundenprofil zugreifen und mit wichtigen Informationen wie Vorlieben und Zahlungsmodalitäten in ein Verkaufsgespräch gehen.

2011 begann Cloud Computing seinen Siegeszug in der CRM-Welt. CRM-Leistungen, Speicherplatz, Rechenkapazität oder spezielle Anwendungen über Datennetze aus der Cloud bereitzustellen, hat unschlagbare Vorteile: Cloud Computing reduziert Kosten und macht Unternehmen flexibler, innovativer und effizienter. Sie müssen Ressourcen nicht mehr selbst und dauerhaft bereitstellen, sondern können sie bei Bedarf jederzeit abrufen und anwenden. Selbst kleine Unternehmen können in der Cloud kostengünstig auf komplexe CRM-Anwendungen wie Big-Data-Analysen oder künstliche Intelligenz zugreifen. Cloud Computing ermöglicht ganz neue Geschäfts- und Service-Modelle. Die Voraussetzung für die Entfaltung dieser Potentiale ist ein jedoch grundlegendes Verständnis für die Funktionsweise der Cloud. Mithilfe professioneller und entsprechend geschulter Dienstleister und Provider gelingt aber auch kleinen und mittelständischen Unternehmen der Einstieg in neue Business-Konzepte mühelos.

Sichere Datenhaltung in der Cloud

Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen scheuen noch den Einstieg in die Cloud: Sie befürchten, dass ihre Daten verlorengehen, sie mit gesetzlichen Vorgaben der DSGVO in Konflikt geraten oder die Hoheit über ihre Kundendaten verlieren. Hinzu kommen extrem komplexe gesetzliche Vorgaben für den internationalen Austausch, Verwaltung und Speicherung der Daten.

Wichtig dabei zu wissen: Die DSGVO regelt den einheitlichen Umgang mit Daten in der Europäischen Union und stärkt die Rechte von Personen bezüglich ihrer personenbezogenen Daten. Das steht beim Einsatz und der Nutzung eines CRM-Systems mit sensiblen Kundendaten natürlich besonders im Fokus. Die meisten Anbieter von CRM-Systemen haben daher ausreichende technische und organisatorische Maßnahmen getroffen, die höchste Standards für Informationssicherheit, Datenschutz und Transparenz erfüllen. Die Anforderungen der DSGVO wurden genau analysiert und die Hersteller haben daran gearbeitet, Funktionen zu entwickeln, die es den Kunden ermöglichen, die DSGVO EU-konform einzuhalten, wie z.B. eine erweiterte Notfallwiederherstellung oder die verschlüsselte Übertragung und Datenspeicherung in der Cloud.

Im Vorfeld Ihres CRM Vorhabens sollten Sie sich die Frage stellen, welches CRM-System zu Ihrem Unternehmen passt und welche Anforderungen sind bei der CRM Einführung zu berücksichtigen?

CRM Einführung und Implementierung

Stehen Sie vor der Einführung eines CRM-Systems? Wie kann Ihr Weg zum CRM-System aussehen? Worauf kommt es an? Mit einer bewährten CRM-Strategie führen wir Ihr CRM-Projekt zum Erfolg! Im Projektteam prüfen und besprechen wir gemeinsam Ihr CRM Vorhaben und teilen Ihr CRM-Projekt in klare Abschnitte: Von der Projektdefinition über Detailkonzept und Umsetzung bis hin zur Einführung bekommt das Vorgehen so eine klare Struktur. Kommunizieren Sie CRM-Begriffe. So nehmen Sie alle CRM-Projekt Beteiligten mit auf dem Weg. Ein CRM-Projekt ist für manchen Beteiligten Neuland. Wenn Begriffe definiert und geklärt sind, ist von vornherein vieles klarer. Prüfen Sie regelmäßig Ihr Vorgehen und stimmen Sie sich ab. Abstimmung ist hier besonders wichtig und garantiert den Projekterfolg.

Einführung eines CRM-Systems

Ist die Entscheidung für ein CRM-System gefallen, gilt es im nächsten Schritt, die reibungslose CRM Einführung zu realisieren. Neben der Technik und Schnittstellenkompatibilität, spielen weitere Faktoren wie die Akzeptanz und Schulung der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. Gefragt sind hier: Change und Mut während des Veränderungs- bzw. Transformationsprozesses!

Wie bei allen IT-Vorhaben sollten auch bei CRM-Projekten die Mitarbeiter nicht außen vor gelassen werden. Fühlen sich die Kollegen und Endnutzer von der CRM-Einführung überrumpelt, können auch noch so gut vorbereitete Projekte scheitern. Von daher sollte man hier dem Change Management große Bedeutung beimessen. Damit Firmen bei der CRM-Einführung wegen mangelnder Akzeptanz nicht genauso Schiffbruch erleiden, wie zahlreiche Unternehmen in der Vergangenheit, sollten Endanwender frühzeitig in den CRM Prozess eingebunden werden.

Denn CRM ermöglicht ganz neue Geschäfts- und Service-Modelle. Die Voraussetzung für die Entfaltung dieser Potentiale ist ein jedoch grundlegendes Verständnis für die Funktionsweise von CRM. Mithilfe professioneller Dienstleister und entsprechend geschulter Mitarbeiter gelingt aber auch kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) der Einstieg in neue CRM-Strategien mühelos. Um die ersten Schritte zu erleichtern, benötigen CRM Interessenten vor allem Transparenz hinsichtlich des Marktes und der Anbieter. Im Vorfeld Ihres CRM Vorhabens sollten Sie sich daher die Frage stellen, welches CRM-System zu Ihrem Unternehmen passt und welche Anforderungen gilt es bei der CRM Einführung zu berücksichtigen?

Durch die Vielzahl unterschiedlichster CRM-Systeme ist es oft nicht einfach, den richtigen Überblick zu behalten. Die meisten CRM-Systeme verfügen zwar über ähnliche Grundfunktionen, unterscheiden sich jedoch oft im Detail. Nachfolgend liefern wir Ihnen eine Übersicht der verschiedenen CRM-Systeme und

Anbieter von Salesforce bis Zoho. Erfahren Sie mehr über die größten und wichtigsten Anbieter von CRM-Systemen unter <https://www.comselect.de/crm-system/#crm-systeme-vergleich>

Customer Relationship Management – mit dem richtigen Partner geht es leichter

Möchten Sie weiter kommen im Marketing, Vertrieb und Support? Wir beraten Sie gesamtheitlich zum Thema CRM. Gerne unterstützen wir Sie rund um alle Fragen zu Customer Relationship Management. Sei es begleitend in der CRM-Beratung, bei der Ersellung von CRM-Strategien und Konzepten oder in der Umsetzung und Projekt-Unterstützung. Das können Sie von uns erwarten:

- Leitung von Projekten zur Einführung von innovativen Cloud-Lösungen auf Basis der salesforce.com-bzw. force.com-Plattform von der ersten Analyse über die Planungs- und Konzeptionsphase hinweg bis zur finalen Implementierung.
- Beratung in fachlichen und technologischen Fragen im Bereich Salesforce, Salesforce-Plattform und angrenzenden Themen wie Mobile Applikationen, Digitale Transformation und Marketing Automation

Salesforce CRM ist eine der weltweit erfolgreichsten Lösungen für Customer-Relationship-Management auf dem Markt. Zahlreiche Funktionen sowie eine intuitive Bedienung machen es nicht nur für das Marketing interessant, sondern bieten auch für den Vertrieb ungeahnte Möglichkeiten: Vom ersten Kontakt mit einem Sales Qualified Lead bis zum Abschluss eines Deals ist die gesamte Kunden-Interaktion mit dem Salesforce CRM bequem, zeitsparend und zentral steuerbar.

Fazit – CRM:

CRM-Systeme setzen da an, wo viele Software-Anwender in Unternehmen häufig verzweifeln: Beim Austausch von Informationen, Daten und besonders Dateien. Ein CRM-System bündelt ganz einfach alle wichtigen Daten eines Unternehmens an einem zentralen Knotenpunkt und macht sie für Mitarbeiter leicht zugänglich. Mit diesem Vorteil sind CRM-Systeme neben ERP-Systemen heutzutage zur wichtigsten Art von Unternehmenssoftware geworden. Im Internet und in Fachzeitschriften werden CRM-Systeme sehr technisch und leider häufig auch viel zu kompliziert betrachtet. Wir wollen stattdessen den Anwender in den Vordergrund rücken.

Experten loben die unendlichen Möglichkeiten hinsichtlich vernetzter Prozesse und die jeweiligen Entwickler tun natürlich ihr Übriges, um mit Versprechen von großen Effizienzsteigerungen ihre Produkte an den Mann zu bringen. Alles nur Hype und versteckte Kosten oder haben CRM-Systeme tatsächlich mehr zu bieten? Etymologisch scheinen Kunden bei der ganzen Sache eine große Rolle zu spielen, aber CRM-Systeme haben ihren größten Hebel eigentlich bei internen Prozessen, die sich in optimierter Form dann auch in einer verbesserten Kundenbeziehung widerspiegeln.

Kontakt

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: info@comselect.de

Web: <https://comselect.de>

Wir über uns.

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.