Autor: Marcel Alter, Online Marketing
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: Juni 2022
Lesedauer: 4 Minuten

CRM-Software

Höhere Produktivität und bessere Kundenbeziehungen leicht gemacht

Durch CRM-Software optimieren Sie den Workflow für Ihre Mitarbeiter und stärken Ihre Kundenbeziehungen entscheidend. Welche weiteren Gründe es für die Einführung einer CRM-Software in Ihrem Unternehmen gibt, erfahren Sie in folgendem Wissensartikel.

Inhalt

Was ist CRM-Software? 2
Was sind Features von CRM-Software? 2
Gründe für die Implementierung einer CRM-Software 3
Auswirkungen von CRM auf verschiedene Unternehmensbereiche 3
Lieferketten-, Beschaffungs- und Partnermanagement 4
Vorteile von CRM-Software 5
Was bringt mir eine cloudbasierte CRM-Software? 5
Was sind die unterschiedlichen CRM-Ansätze? 6
Operatives CRM 6
Kollaboratives CRM 6
Analytisches CRM 6
Technische Hintergründe von CRM-Software 7
Fazit 7
Kontakt 8

Autor: Marcel Alter, Online Marketing
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: Juni 2022
Lesedauer: 4 Minuten

Was ist CRM-Software?

Bei CRM-Software handelt es sich um ein Tool, durch welches Kunden ein nahtloses und einzigartiges Kundenerlebnis erhalten, was letztendlich zu höherer Kundenbindung führt. Die Abkürzung CRM steht dabei für Customer Relationship Management, also das Verwalten von Kundenbeziehungen. CRM-Software hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem unentbehrlichen Teil der Unternehmensstrategie entwickelt. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass diese Software dem Unternehmen eine konsequente Ausrichtung auf seine Kunden sowie eine systematische Optimierung der Geschäftsprozesse ermöglicht -- egal ob im Marketing, Vertrieb oder Service. CRM ist dabei als ganzheitliches Konzept zu verstehen: der Kunde rückt in den Fokus und prägt so die Unternehmensvorgänge entscheidend mit. Um dies zu ermöglichen, verlangt es eine zentrale und einheitliche Informationserfassung und –speicherung. Diese wird durch die CRM-Software geliefert. Die Anwendung ist dabei intuitiv, sodass jeder Mitarbeiter im Unternehmen von den gesteigerten Möglichkeiten profitieren kann und die verfügbaren Daten optimal nutzen kann. CRM-Software erleichtert außerdem die alltägliche Arbeit der Mitarbeiter, indem wiederkehrende Routineaufgaben automatisiert erledigt werden können. Damit bleibt mehr Zeit für den Kunden und seine Bedürfnisse.

Was sind Features von CRM-Software?

Durch CRM-Software profitieren Sie von einer ganzen Reihe an nützlichen Features, die Ihnen die Arbeit im Unternehmen erleichtern können und höhere Produktivität versprechen. CRM-Systeme wie die Lösung von Salesforce liefern einen 360-Grad-Überblick über alles, was mit dem Kunden zu tun hat – von Aktivitäten, Aufgaben und Unterlagen bis hin zu Personen, Gruppen und Unternehmen. Hierzu zählen auch Kommunikations- sowie Kontaktdaten wie Adressen, Rufnummern, E-Mail-Adressen, Telefonnotizen, Termine und vieles mehr. Dank effizienter CRM-Software können Aufgaben dokumentiert werden, Ergebnisse verfolgt werden und schließlich auf dieser Basis Berichte erstellt werden. So können Unternehmen effektiv den Erfolg von Maßnahmen prüfen und wertvolle Rückschlüsse für die Zukunft ziehen.

Im Folgenden erhalten Sie einen kurzen Überblick über die wichtigsten Features, die jede CRM-Software haben sollte:

- Kontaktverwaltung

- Opportunity- und Leadmanagement
- Angebotsverwaltung
- Forecasting
- Marketing Automation
- Workflows
- Berichte und Dashboards
- Schnittstellen zu weiteren Tools
- KI
- Cloud Computing

Gründe für die Implementierung einer CRM-Software

Es gibt zahlreiche gute Gründe für die Einführung einer CRM-Software in jedem Unternehmen – egal welcher Größe, von KMU bis hin zu Großkonzern. Zum einen nimmt eine CRM-Anwendung den Mitarbeitern eintönige und wiederkehrende Arbeit ab und sorgt so für wertvolle Zeitersparnisse, die für komplexere, kundenzentrierte Prozesse aufgewendet werden kann. Die Vorteile davon lassen sich an bestimmten Punkten im Marketing- und Vertriebsprozess zeigen: bei der Segmentierung von Zielgruppen, vor der Kontaktaufnahme durch strukturierte Akquise, während der Geschäftsanbahnung mit dem Lead, bei der Kommunikation mit potenziellen Interessen- und Bestandskunden sowie beim Abschluss und der zukünftigen Kundenbindung. Letztendlich dient der Einsatz jeglicher CRM-Software natürlich dem Ziel, Kundenbindung und -loyalität zu erhöhen. Wenn Kunden merken, dass ein Unternehmen Wert auf die Beziehung zu seinen Klienten legt und diese Beziehung langfristig pflegt, werden sie auch ein größeres Vertrauen in das Unternehmen in der Zukunft haben. Das wirkt sich schließlich auch positiv auf den Unternehmenserfolg aus und führt daher zu mehr Umsatz.

Auswirkungen von CRM auf verschiedene Unternehmensbereiche

Vertrieb

Dank CRM können Vertriebsteams ihre Vertriebspipeline besser verstehen. So kann zum Beispiel der Fortschritt einzelner Teammitglieder beim Erreichen ihrer Ziele abgerufen werden oder der

aktuelle Stand bestimmter Teams, Produkte und Kampagnen angezeigt werden. Außerdem verringert sich der Verwaltungsaufwand, da weniger Zeit auf die Eingabe von Daten verwendet werden muss und stattdessen mehr Zeit mit dem Kunden selbst verbracht werden kann.

Marketing

Mit CRM können einfacher genauere Prognosen getroffen werden. Durch einen umfassenden Überblick über Interessenten oder Lead kann die gesamte Customer Journey nachverfolgt werden. Des Weiteren können Informationen aus öffentlichen Aktivitäten von Kunden in sozialen Netzwerken integriert werden, so zum Beispiel ihre Präferenzen hinsichtlich spezifischen Unternehmen und Marken.

Kundenservice

Konversationen können kanalübergreifend effektiv verfolgt werden. Kunden können beispielsweise auf Twitter oder Facebook ein Problem sprechen und im Anschluss auf E-Mail, Telefon oder Live-Chat wechseln, um privat eine Lösung zu finden.

Lieferketten-, Beschaffungs- und Partnermanagement

Meetings mit Lieferanten und Partnern können verfolgt werden und getätigte Anfragen werden einfach erfasst. Darüber hinaus ist es möglich, nützliche Notizen zu ergänzen und Folgetermine zu planen. Außerdem kann durch die Berichtsfunktion die Effizienz einzelner Lieferanten verglichen werden und so die Lieferkette effektiver geplant werden.

Personalteams

Durch CRM wird der Onboarding-Prozess beschleunigt, Kandidatenmanagement automatisiert sowie der Ressourcenbedarf analysiert. Daneben ermöglicht CRM-Software die Ermittlung von Qualifizierungslücken, und Personalbindungsziele können besser verfolgt werden.

Durch eine CRM-Software verschaffen Sie sich schließlich einen einheitlichen Überblick über alle Datenströme und Informationen aus den verschiedenen Unternehmensbereichen und können sie kanalübergreifend verwalten.

Autor: Marcel Alter, Online Marketing
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: Juni 2022
Lesedauer: 4 Minuten

Vorteile von CRM-Software

Erweitertes Kontaktmanagement

Durch ein zentralisiertes System zum Kontaktmanagement machen Sie jeden Kontaktpunkt mit dem Kunden für das gesamte Team nachvollziehbar. Das erleichtert die Nachverfolgung von Fortschritten in der Pipeline.

1. Erweitertes Kontaktmanagement
2. Durch ein zentralisiertes System zum Kontaktmanagement machen Sie jeden Kontaktpunkt mit dem Kunden für das gesamte Team nachvollziehbar. Das erleichtert die Nachverfolgung von Fortschritten in der Pipeline.
3. Erweitertes Kontaktmanagement
4. Teamübergreifende Zusammenarbeit
5. Höhere Produktivität
6. Gestärktes Vertriebsmanagement
7. Exakte Vertriebsprognosen
8. Zuverlässige Berichtsfunktionen
9. Bessere Vertriebskennzahlen
10. Höhere Zufriedenheit und Bindung von Kunden
11. Erhöhter Marketing-ROI
12. Bereicherte Produkte und Services

Was bringt mir eine cloudbasierte CRM-Software?

Dank Cloud-Computing können Daten, Software und Services sicher online gespeichert werden, ohne dass Software auf zahllosen Computern und Mobilgeräten installiert sein muss. Zum einen kann eine cloudbasierte CRM-Software schnell eingerichtet und bereitgestellt werden, wodurch Sie IT-Kosten sparen Versionskontrollen vermeiden. Des Weiteren gibt es automatische Software-Updates, sodass keine Ausfallzeiten des Systems entstehen oder zusätzliche Kosten anfallen, wodurch Sie auch Ihrem IT-Team die Arbeit erleichtern. Außerdem werden durch schnellere Skalierung die Kosten reduziert, da problemlos mehr Nutzer in das System integriert werden können. Zusätzlich ist der Zugriff jederzeit und von egal welchem Ort möglich, was wiederum für eine verstärkte Zusammenarbeit im Team sorgt, da alle Nutzer über die gleiche

Informationsbasis verfügen. Durch die Ortsunabhängigkeit ist es überdies möglich, dass Teams aus völlig unterschiedlichen Regionen problemlos miteinander kooperieren.

Was sind die unterschiedlichen CRM-Ansätze?

Operatives CRM

Das operative CRM stellt die Grundlage für die laufende Kommunikation mit dem Kunden dar. Dabei ist stets das Ziel, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Adressdaten werden also aktuell gehalten und Teams halten Interaktionen mit Interessenten fest, sodass sie relevante Themen gezielt platzieren können. Besonders KMUs und Dienstleister im B2B-Geschäft profitieren von einer operativen CRM-Strategie, da der persönliche Kontakt eine ihrer größten Stärken ist.

Kollaboratives CRM

Hier liegt der Fokus auf den Interaktionen der Mitarbeiter untereinander. Die gute Zusammenarbeit von Teams ist eine wichtige Voraussetzung für nachhaltige Kundenbeziehungen. In der Praxis bedeutet das, dass alle User auf die gleichen Daten und auf laufende Prozesse in der CRM-Software zugreifen können. Dadurch können auch verschiedene Abteilungen an Projekten oder Datensätzen arbeiten, ohne sich am gleichen Ort befinden zu müssen. Kollegen können außerdem von anderen Mitarbeitern benachrichtigt werden, zum Beispiel bei Änderungen oder Ergänzungen. Das erhöht Transparenz und sorgt so für mehr Vertrauen und bessere Kollaboration unter Teammitgliedern.

Analytisches CRM

Beim analytischen CRM geht es um die Beurteilung von Kundenbeziehungen auf Basis von Kennzahlen. Hierzu werden beispielsweise sogenannte Key Performance Indicators wie der Net Promoter Score und die Churn Rate herangezogen. Je größer das Unternehmen und die Menge an Kundendaten, desto höher der Bedarf an Analytik. Bei solch umfangreichen Datenmengen ist es unmöglich, jeden Kunden einzeln zu betreuen; stattdessen liegt der Fokus auf Key Accounts, also besonders wichtigen Playern. Die Skalierung steht im Vordergrund, man will also die Konversion von Adressen über Interessenten zu Käufern optimieren.

Autor: Marcel Alter, Online Marketing
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: Juni 2022
Lesedauer: 4 Minuten

Technische Hintergründe von CRM-Software

Es gibt verschiedene Arten, wie man CRM-Software nutzen kann. Zum einen kann dies lokal auf dem eigenen PC funktionieren. Das ist relativ preiswert und man hat als Nutzer die volle Datenhoheit, andererseits ist die Software dann nur auf dem jeweiligen PC nutzbar, außerdem ist kein Team-Work mit Kollegen möglich. Des Weiteren ist man selbst verantwortlich für Backups und es gibt in Support-Fällen kaum Hilfe.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, die Software auf einem eigenen Server im Unternehmen zu installieren. Der Vorteil hierbei ist, dass die Software auf verschiedenen Geräten nutzbar ist und dass je nach System viele Anpassungen und Anbindungen möglich sind. Allerdings verlangt CRM-Software auf dem Client Server entweder eine interne IT-Infrastruktur oder die Zuschaltung eines Dienstleisters, also technisches Know-How. Dies ist meist erst bei höheren Mitarbeiterzahlen rentabel und bringt eine aufwändigere Einrichtung mit sich.

Die dritte Variante ist eine Cloud-Lösung, wie zum Beispiel SaaS. Hierbei betreibt der CRM-Anbieter die Software auf seinen eigenen Servern und Nutzer können darauf über das Internet zugreifen. Der entscheidende Vorteil an dieser Lösung ist, dass die Einrichtung schnell und unkompliziert funktioniert. Es stehen außerdem keinerlei Anfangsinvestitionen an; auch technisches Know-How ist nur bedingt nötig. Cloudbasierte Software ist orts- und geräteunabhängig nutzbar. Die einzigen Nachteile: Die Datenhoheit liegt nicht in-house und es ist stets eine Online-Verbindung nötig.

Fazit

Mithilfe von CRM-Software können Sie Ihre Kundenbeziehungen effektiv verbessern und optimieren gleichzeitig die Zusammenarbeit von Mitarbeitern in Ihrem Unternehmen. Eine cloudbasierte CRM-Lösung wie die von Salesforce sorgt dafür, dass all Ihre Kundendaten stets einheitlich und problemlos erreichbar sind – egal von wo und von welchem Gerät aus.

Autor: Marcel Alter, Online Marketing
Herausgeber: comselect GmbH
Veröffentlichung: Juni 2022
Lesedauer: 4 Minuten

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.

©2002-2022 comselect GmbH | Alle Rechte vorbehalten