

CRM - Customer Relationship Management

ein prozessorientierter Ansatz

Ohne Zweifel gehört der Begriff Customer Relationship Management zu den aktuellen Themen einer „kundenorientierten“ Unternehmensführung.

Der CRM Ansatz baut auf die Überzeugung, die Belange des Kunden in die eigene Unternehmensführung derart prominent einzubauen, dass der gesamte Leistungsprozess auf den Markt ausgerichtet erfolgt und somit den Anforderungen, Bedürfnissen und Wünschen der Abnehmer am Besten gerecht wird.

Dazu ist es sicherlich notwendig, dass **CRM als Geschäftsstrategie verstanden** und als solche auch im Unternehmen **gelebt wird**. Die Instrumente der Umsetzung müssen auf der Basis dieser notwendigen Voraussetzung gewählt werden und nicht umgekehrt.

Sintesi:

- CRM
- Kundenorientierte Unternehmensführung

Autore

Christian Riegler

Beratungsschwerpunkte:

- Controlling
- Finanzen

Bibliografia / fonti

- *CRM mit Methode (Stengl, Sommer, Ematinger) 2001;*
- [www.crmguru.com/content/answers;](http://www.crmguru.com/content/answers)

Customer Relationship Management

ein prozessorientierter Ansatz

Ohne Zweifel gehört der Begriff Customer Relationship Management zu den aktuellen Themen einer „kundenorientierten“ Unternehmensführung.

Der CRM Ansatz baut auf die Überzeugung, die Belange des Kunden in die eigene Unternehmensführung derart prominent einzubauen, dass der gesamte Leistungsprozess auf den Markt ausgerichtet erfolgt und somit den Anforderungen, Bedürfnissen und Wünschen der Abnehmer am Besten gerecht wird.

Dazu ist es sicherlich notwendig, dass **CRM als Geschäftsstrategie verstanden** und als solche auch im Unternehmen **gelebt wird**. Die Instrumente der Umsetzung müssen auf der Basis dieser notwendigen Voraussetzung gewählt werden und nicht umgekehrt.

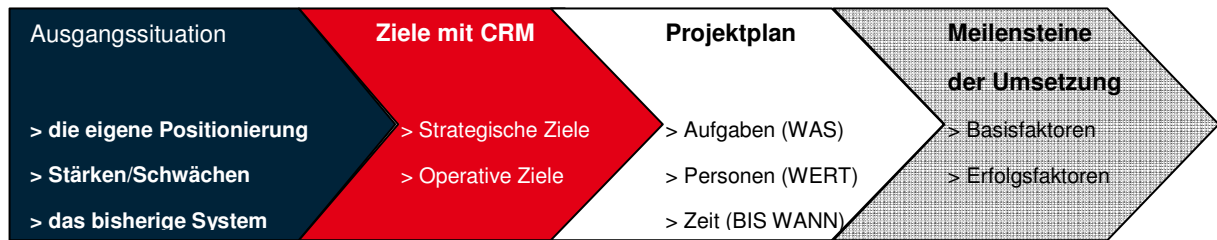
Denken Sie nur einmal daran, mit wie vielen unterschiedlichen Personen aus Ihrem Unternehmen ein Kunde in Kontakt tritt. Es mangelt uns also nicht an Anfragen, Wünsche und Bedürfnisäußerungen, sondern vielmehr an einer klaren Methode diese nutzbringend aufzuarbeiten:

1. Kundendaten bestehen in den Köpfen unserer Mitarbeiter (z.B. unserer Außendienstmitarbeiter)
2. Kundendaten bestehen in unseren ERP Systemen (z.B. in Form von Aufträgen, Lieferungen, Zahlungen, Mailingaktionen, Onlineanfragen)
3. Kundendaten erhalten wir in unserer täglichen Arbeit (z.B. in unseren Serviceabteilungen)
4. etc.

Ein effektives CRM System sollte alle diese Daten zu nützlichen Informationen machen, um den Kunden wirklich in den Mittelpunkt zu rücken (Kundenwertschöpfung): Von der Quelle der Informationen, über die Aufbereitung, die Organisation, die Auswertung bis hin zur Präsentation der Kundendaten.

Nachdem der Umfang eines solchen ganzheitlichen CRM Systems klar wird, kann man sich auch vorstellen, welchen Stellenwert die Umsetzung hat. Immer natürlich vorausgesetzt, CRM gehört zur persönlichen Geschäftsstrategie und die eigene Überzeugung = **Kundenbindung schafft nachhaltigen Unternehmenswert.**

Umsetzung eines CRM Projektes



Der Umsetzungsplan in der Abbildung oben, verdeutlicht die Dimension eines CRM Projektes.

Zusätzlich kommt natürlich der Auswahl des richtigen Instrumentes (die CRM Software) eine entscheidende Rolle zu. Sie bildet die individuellen Anforderungen ab und muss als Instrument breiten Einsatz und maximale Integration (z.B. zum bestehenden ERP System) garantieren.

Deshalb kann man CRM auch als einen **prozessorientierten Ansatz** bezeichnen, weil das System nicht aufhört sobald es im Unternehmen läuft, sondern v.a. durch die tägliche Nutzung mit der Einsatzdauer an Wert gewinnt.

Ein effektiver CRM Prozess muss demnach den gesamten Anforderungen gerecht werden und vom Anfang an genau abgestimmt und gezielt umgesetzt werden. Das ROI TEAM CONSULTANT bietet Ihnen professionelle Unterstützung für die Planung und die Umsetzung von maßgeschneiderten CRM Systemen.

