

# CRM

Einführung

Dr. Daniela Schütte



# CRM?

---

„Customer Relationship Management ist ein **ganzheitlicher Ansatz** zur Unternehmensführung. Er integriert und optimiert auf der Grundlage einer **Datenbank** und **Software** zur Marktbearbeitung sowie eines definierten Verkaufsprozesses **abteilungsübergreifend** alle **kundenbezogenen Prozesse** in Marketing, Vertrieb, Kundendienst, Forschung und Entwicklung, u.a.

Zielsetzung von Customer Relationship Management ist die gemeinsame Schaffung von Mehrwerten auf Kunden- und Lieferantenseite über die Lebenszyklen von Geschäftsbeziehungen. [...]"

Quelle: Deutscher Direktmarketing Verband (DDV), offizielle Definition

[www.ddv.de](http://www.ddv.de)



# CRM!

---

- Management von Kundenbeziehungen
- Ganzheitliche Geschäftsstrategie, bei der der Kunde im Mittelpunkt steht
- Kundenorientierung → Kundenzufriedenheit → Kundenbindung
- Integration aller Abteilungen, die Kundenkontakt haben (Service, Marketing, Vertrieb)
- Softwareunterstützung, Kundendatenbank



# CRM!

---

CRM ist eine bereichsübergreifende, IT-unterstützte Geschäftsstrategie, die auf den systematischen Aufbau und die Pflege dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen zielt.



# Aufgaben von CRM

---

- Systematischer Aufbau und Pflege dauerhafter, profitabler Kundenbeziehungen
- Aufbau eines stabilen Kundenstamms und langfristiger Geschäftsbeziehungen
- Identifikation der erfolgversprechendsten Kunden
- Akquisition (Kundengewinnung)
- Kundenbindung (Bestandskundenpflege)
- Kundenrückgewinnung



# Aufgaben von CRM-Systemen

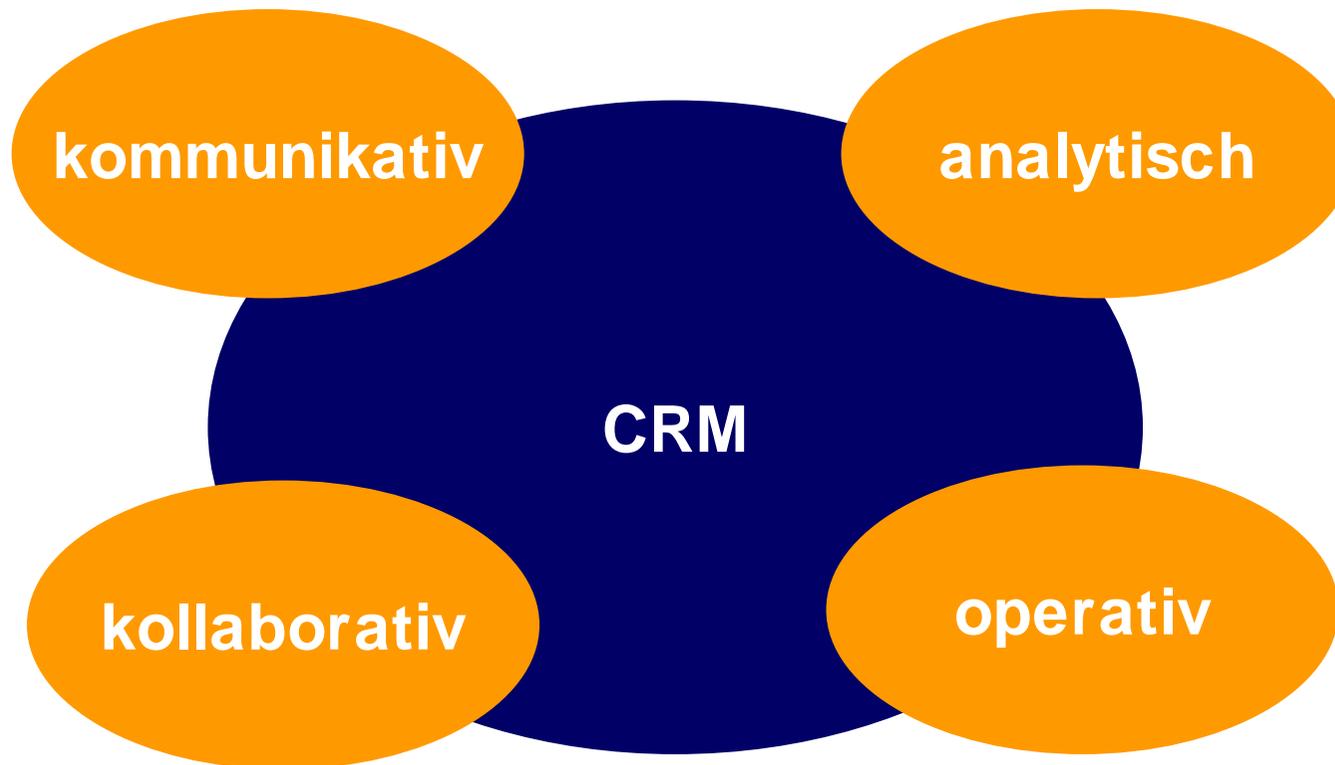
---

- Unterstützung der Kommunikation im Kundenprozess mit Zahlen, Daten, Fakten
- Bündelung der Kommunikationskanäle zwischen Unternehmen und Kunden
- Zusammenführung und Auswertung der Kundeninformationen
- Synchronisation und operative Unterstützung in Marketing, Vertrieb und Service



# Teilgebiete

---





# Kommunikatives CRM

---

- Direkte Schnittstelle zum Kunden
- Kundenkontaktpunkte
- Bereitstellung der verschiedenen Kommunikationskanäle für den Kundenkontakt
- Multichannel Management
- Wichtigste Kommunikationskanäle
  - Telefon: Call-Center (inbound/outbound), Voice-over-IP
  - Web: eCommerce, eBusiness
  - Messaging: E-Mail, Voicemail, SMS
  - klassisch: (Brief-) Post/Schreiben



# Analytisches CRM

---

- Analyse der zusammengeführten Kunden- und Transaktionsdaten
- Business Intelligence, Data Mining
- Gewinnung aller wichtigen Informationen aus den Kundendaten
- Erkennen von Eigenschaften, Verhaltensweisen und Wertschöpfungspotenzialen von Kunden



# Operatives CRM

---

- Anwendung der aus dem analytischen CRM gewonnenen Informationen
- Ableitung von Maßnahmen aus den Informationen, die das analytische CRM zur Verfügung stellt
- Bewertung und Klassifikation der Kundendaten
- Kundenbewertung (ABC-Analyse)
- Kundensegmentierung
- Gewinnung von Daten für das analytische CRM



# Operatives CRM

---

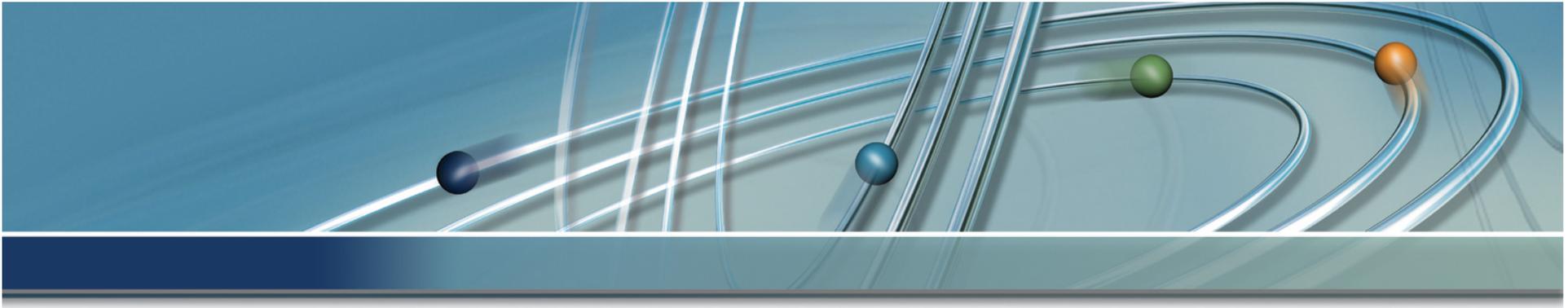
- Kontaktmanagement
- Vertriebs- und Außendienststeuerung
- Auftragsverwaltung
- Terminverwaltung
- Besuchsvorbereitung
- Kampagnenmanagement



# Kollaboratives CRM

---

- Umsetzung von CRM über Organisations- und Unternehmensgrenzen hinaus
- Einheitliches CRM-Konzept, das externe Lieferanten, externe Vertriebskanäle, externe Dienstleister, externe Logistikunternehmen integriert
- Optimierung der Prozesskosten und -geschwindigkeiten
- Vermeidung von Medienbrüchen



by  
4commerce technologies AG  
Hamburg