

Insignio:

CRM ist kein Korsett – Schritt für Schritt zum Ziel

Komplexe CRM-Visionen stellen höchste Anforderungen an Konzeption und Projektierung. Die Weichen für den Erfolg eines CRM-Projektes werden zu Beginn gestellt – völlig unabhängig von einer bestimmten Software-Lösung. Zunächst kommt es darauf an, das Vorhaben strukturiert aufzusetzen.

Zu Beginn sollten Sie deshalb nicht über die Technik und Funktionalitäten nachdenken, sondern darüber, wie Sie Ihre definierten Ziele erreichen. Denken Sie in Prozessen, nicht in Systemarchitekturen! Grundlegend ist, dass die Konzeption der CRM-Projekte von Dienstleister- und von Kundenseite immer ganz klar und deutlich formuliert und strukturiert ist. Dies ist kommunizierbar, überschaubar und schafft die notwendige Transparenz im Projekt, um Schritt für Schritt ans Ziel zu kommen. Folgende Faktoren sind dabei entscheidend:

- Analyse der Ausgangslage
- CRM-Vision
- Konkretisierung der CRM-Ziele und -Maßnahmen
- Konzeption
- Gliederung & Struktur
- Meilensteine
- Transparenz & Kommunikation
- Flexibilität
- Einbeziehung der Anwender
- Zielkunden im Mittelpunkt

Mirco Müller von Insignio CRM dazu: „In der Planungs- und Konzeptionsphase werden die Weichen für den Erfolg eines CRM-Projektes gestellt. Deshalb sollte man hier besonders umsichtig agieren und alle Optionen in Betracht ziehen, damit das System flexibel und zukunftssicher aufgestellt ist.“

Es macht keinen Sinn, ein CRM-Projekt in ein starres Korsett zu packen. Damit beraubt man sich der notwendigen Flexibilität, die es erlaubt, im Projektverlauf auf neue Themen und Notwendigkeiten zu reagieren. Leider ergeben sich hieraus auch einige Problemfelder. Denn Flexibilität schafft auch Risiken, z. B. Verzögerungen im Projektverlauf durch Neuerungen. Wenn diese nicht unverzüglich und klar kommuniziert werden, kommt das Projekt bei den Mitarbeitern als „neverending story“ an – ein Projekt, das niemals fertig wird. Dementsprechend kann die Akzeptanz im Projektverlauf sinken, wenn dies nicht vernünftig kommuniziert wird. Ein weiterer Störfaktor kann der Mehraufwand durch Ideen und Veränderungen sein, die so nicht geplant waren.

Mit Software können Sie keine Kundenbeziehung aufbauen. Das geht nur mit Menschen.

Auch wenn CRM-Anwendungen hervorragende Lösungen zur effizienten Gestaltung von Vertriebs-, Support- und Marketingaufgaben bieten, sind sie doch immer nur so gut wie die Anwender, die damit arbeiten. Diese müssen von Anfang an eingebunden werden. Sie müssen begreifen, welche Vorteile und Erleichterungen sie durch den Einsatz von CRM konkret für ihre tägliche Arbeit erfahren. Deshalb ist sowohl

in der CRM-Einführung als auch in der Weiterentwicklung die Einbeziehung der Anwender das A & O für eine erfolgreiche Umsetzung. Wie ein roter Faden sollte sich die Integration sowohl von Power-Usern als auch „normalen“ Anwendern durch die verschiedenen Phasen des Projektes ziehen.

Eine Anmerkung zum Schluss: Eigentlich ist ein CRM-Projekt nie fertig. In der Regel findet in der intensiven Zusammenarbeit zwischen Kunde und Dienstleister eine stetige Weiterentwicklung statt. Im Falle von Insignio profitieren Kunden durch die vielseitige Erfahrung in anderen CRM-Projekten, die in Teilen auf ihren Fall anwendbar sind und neue Ansätze für die eigenen Geschäftsprozesse liefern können. Branchenneutralität hilft dabei, verstärkt „über den Tellerrand zu schauen“, was sich in vielen Projekten als sehr hilfreich erwiesen hat.

Bestes Kundenmanagement 2010 WeberHaus erneut im Finale

Nach Gold im CRM Award 2007 hat es WeberHaus erneut in die Endrunde von Deutschlands wichtigstem CRM-Wettbewerb geschafft. Das Besondere an der WeberHaus-Lösung ist die Ganzheitlichkeit des CRM-Systems. Seit der Einführung 2007 wurde der Funktionsumfang der SugarCRM-Lösung deutlich erweitert und in den ausländischen Tochterunternehmen eingeführt. Durch den Wechsel auf ein reines Online-System ist WeberHaus in der Lage, innerhalb kürzester Zeit Prozesse anzuschließen, Informationen aus Fremdsystemen aufzunehmen oder neue Funktionalitäten zu integrieren. So kann das Unternehmen deutlich schneller und kosteneffektiver auf neue Anforderungen und Begebenheiten am Markt reagieren und erhält laut eigenen Aussagen einen klaren Wettbewerbsvorteil. Involviert sind inzwischen alle absatz- und kundenorientierten Bereiche des Unternehmens.

Weitere ausgezeichnete CRM-Kundenprojekte

Insignio hat mit seinem Engagement im Kundenbeziehungsmanagement mehrere erfolgreiche Projekte für Unternehmen realisiert. So erreichte 3Dconnexion GmbH, das webbasierte Vertriebsbüro, beim CRM Best Practice Award 2009 Platz 1 in der Kategorie CRM-Einführung. 3Dconnexion setzt eine zentralisierte Datenbank mit einer einheitlichen Plattform für die strukturierte Umsetzung der Kernprozesse: Online-Marketing, Online-Vertrieb, Online-Services, Direktvertrieb und Analyse. So ist es möglich, sämtliche Prozesse in allen Ländern einheitlich über das CRM-System abzubilden.

Der Initiative Region Kassel e.V. mit dem CRM-gesteuerten Mitmach-Web wurde der Innovationspreis beim CRM Best Practice Award 2007 überreicht. Die Online-Plattform „Kassel ist klasse“ der Initiative Region Kassel hat ein Netzwerk ins Leben gerufen, das über ein CRM-System Menschen, Kunden und Mitglieder umfassend einbezieht und adressiert.