

Customer Relationship Management

Mit dem richtigen CRM-System Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten

Einleitung

Der Erfolg eines Unternehmens hängt heute zunehmend davon ab, ob es ihm gelingt, den Kunden von der Qualität seiner Produkte und vor allem seinem Service zu überzeugen. Von entscheidender Bedeutung ist die Schaffung eines detaillierten Informationssystems. CRM ist aber nicht nur eine Software, sondern eine Geschäftsphilosophie, die den Kunden in allen Bereichen in den Mittelpunkt stellt (Kunde als Partner). CRM kann jedoch erst dann erfolgreich sein, wenn die Mitarbeiter und die Technologie optimal zusammenarbeiten und kundenorientiert agieren.



CRM-Diagramm

Aufbau der Arbeit

Die Qualität der Kundenbeziehungen ist vor allem von den persönlichen Aktivitäten mit dem Kunden abhängig. Mit Hilfe einer Umfrage mit Kunden von Christinger Partner AG wird eine Zufriedenheitsanalyse durchgeführt. Da das Hauptziel für die Druckerei Christinger Partner AG die Evaluation des richtigen CRM-Systems ist, ist zuerst eine Untersuchung der Firma nötig. Anhand einer

Stärken Schwächen-Analyse im Bereich Kunde, Technologie und Mitarbeiter wird die Firma Christinger Partner AG analysiert. Vor der Softwareevaluation werden die gewünschten Bedürfnisse in einem Anforderungskatalog zusammengefasst. Um die wirklichen Anforderungen an ein CRM-System zu finden ist es sehr wichtig, möglichst viele Mitarbeiter im Unternehmen zu befragen. Es reicht nicht aus, wenn nur die Geschäftsleitung im Projekt involviert ist und sich für ein Standardsystem entscheidet. Um das Gelingen bei einer Systemeinführung zu garantieren, müssen auch allfällige Probleme die mit der Einführung zusammenhängen aufgezeigt werden.

Es gibt unglaublich viele CRM-Systemanbieter. Um eine möglichst seriöse Evaluierung zu gewährleisten, werden Betriebe welche bereits ein CRM-System implementiert haben, mit dem Anforderungskatalog der Firma konfrontiert und persönlich befragt. Während weiteren Abklärungen bei Christinger Partner AG und unzähligen Gesprächen mit Systemanwendern und -anbietern kristallisierte sich heraus, dass mit einem reinen CRM-System die Bedürfnisse von Christinger Partner AG nicht genügend abgedeckt werden. Was das Unternehmen braucht, ist nicht nur ein CRM-System, sondern ein so genanntes Management-Informationssystem (MIS).

Resultat

Sehr wichtig ist das Know-how des Anbieters. Im Weiteren ist unbedingt darauf zu achten, dass ein Anbieter gewählt wird, der bereits Erfahrungen im Druckgewerbe gemacht hat. Das System kann noch so gut sein, wenn die Kompetenz des Anbieters in der graphischen Branche fehlt, ist Vorsicht geboten.

Auteur: René Stalder
Répondant externe: Daniel Weissbaum
Répondant interne: Rolf Zimmermann
Sujet proposé par: René Stalder