



Willkommen

WFB Wirtschaftsförderung
Bremen GmbH
Wir schaffen Perspektiven ✓



So sind Sie eingeladen worden

„ Durch die Gewinnung von Neukunden entstehen für ein Unternehmen erheblich höhere Kosten als durch die Bindung und systematische Pflege von Bestandskunden. Damit sind jedoch ganz besondere Herausforderungen verbunden. Grundsätzlich handelt es sich bei dem Aufbau eines Kundenbeziehungsmanagements um eine Unternehmensstrategie. Kundeninteressen und -spezifika müssen aufmerksam beobachtet und dokumentiert werden. Eine Softwarelösung kann dabei unterstützen. Doch welche Lösung passt zu meinem Unternehmen? Wie gehe ich bei der Einführung vor? Wie beziehe ich eine Mitarbeiter ein? Die bundesgeförderten Initiativen e.biz (Bremen) und RECO (Osnabrück) zeigen Ihnen Ansätze auf, wie Sie durch ein Kundenbeziehungsmanagement und entsprechende Software Ihren Geschäftserfolg deutlich verbessern können.“



Überblick „Einführung in das Kundenbeziehungsmanagement“

1. Die Stärke des Mittelstandes
2. Zeitachse der Unternehmensentwicklung
3. Kommunikationswege
(Emotionale und technische Kommunikation abgrenzen)
4. Preis- Leistung RoI
(Auswahl unter Berücksichtigung vorhandener Systeme)



Die Stärke des Mittelstandes „Flexibilität und Einsatzwille“

Was erwarten die Kunden?

>> SIE WOLLEN ERNST UND WICHTIG
GENOMMEN WERDEN <<

Der persönliche und langfristige Kontakt entwickelt
das Vertrauen.



Kundenbeziehung

- Der „persönliche Kontakt“ zählt!
- Intuitive, gewohnte Handlungen sind Erfolgsfaktoren
- Statistik/ Controlling kontra Dienstleistungs- und Kundeninformationen
- Emotionen der Kunden und Mitarbeiter finden Berücksichtigung

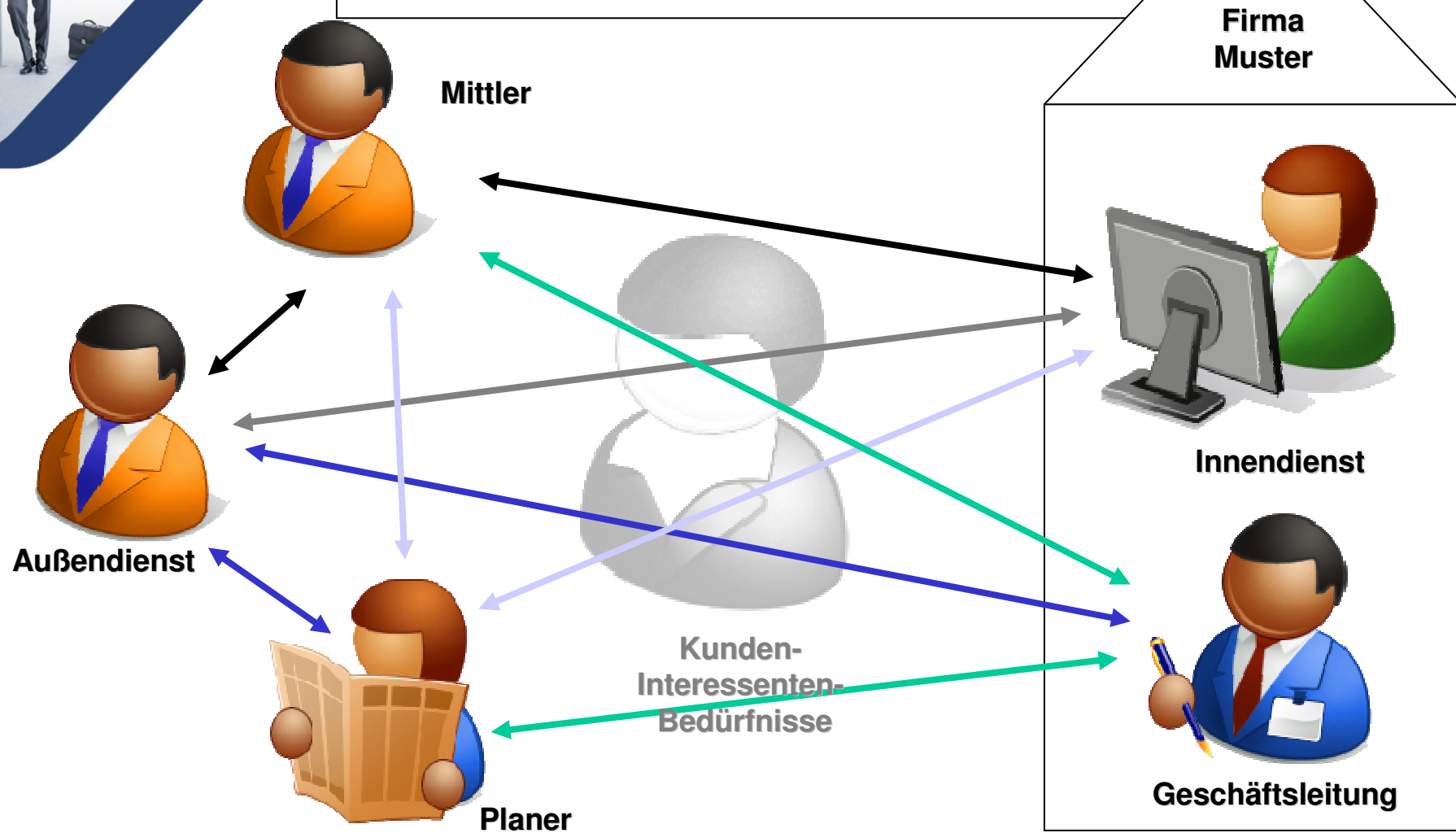




„Kommunikationsveränderung mit der Unternehmensentwicklung“

- Jahr 1:
Gründung des Unternehmens mit einer übersichtlichen Zahl an Kundenbeziehungen. Alle Ansprechpartner und die Bedürfnisse der Kunden sind dem(r) Gründer(in) persönlich bekannt. Die „Verwaltung“ der Informationen findet weitestgehend im Kopf statt.
- Folgejahre
Das Unternehmen entwickelt sich:
 - mehr Dienstleistungen am Kunden
 - mehr Mitarbeiter
 - überproportional mehr Kundenbeziehungsinformationen

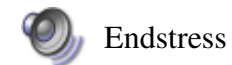
Kommunikation zu Interessenten und Kunden





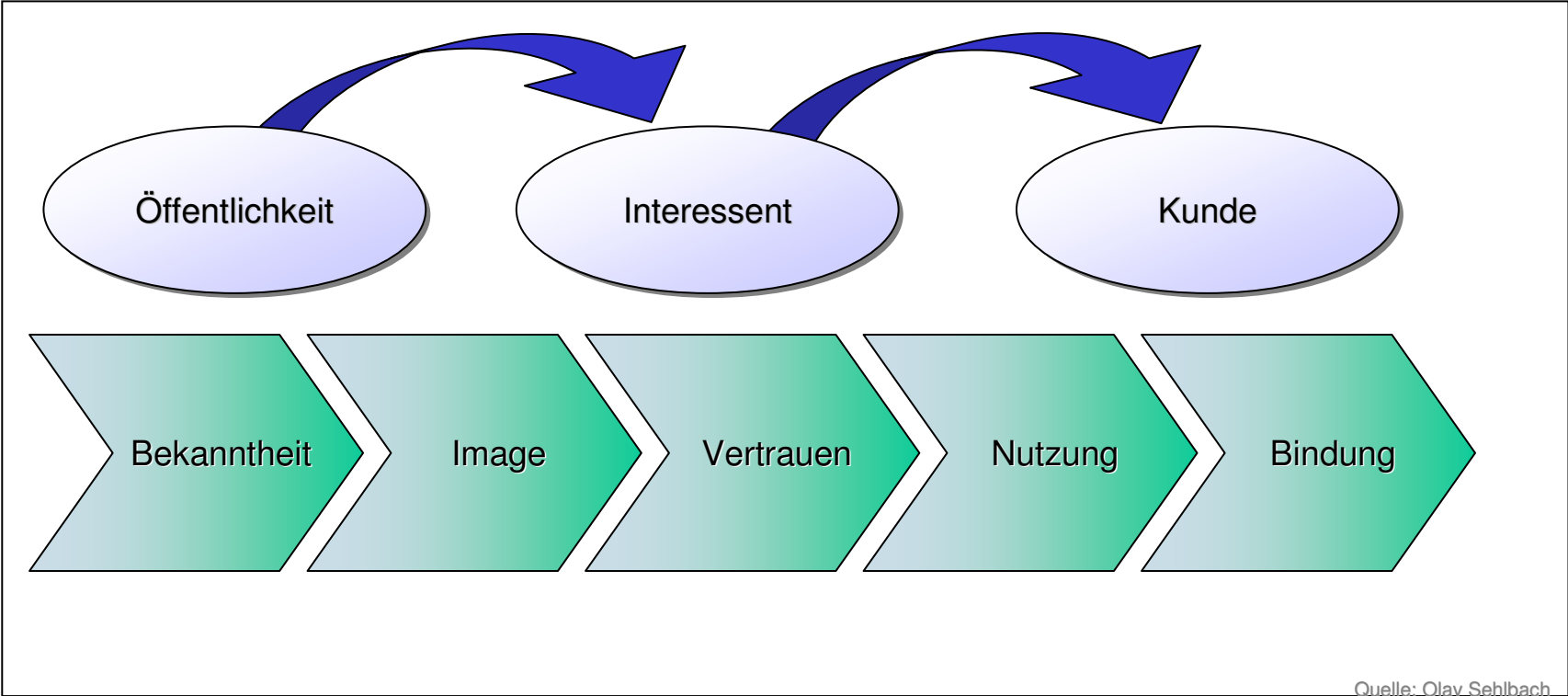
HOT line > COLD line

***„Bei technischen Problemen wählen Sie bitte.....
01805 Und dann folgen Sie den Anweisungen!“***





Erfolgskette





CRM-System: Ziele und Nutzen

Zielgruppe	Zielsetzung	CRM	Nutzen
Öffentlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntheit erlangen • Positives Image 	Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Aktionen verwalten • Aktionen auswerten 	Kostentransparenz und Erfolgskontrolle (ROI)
Interessenten	<ul style="list-style-type: none"> • Beratung • Vertrauensaufbau • Bindung • Kundengewinnung 	Interessenten <ul style="list-style-type: none"> • Kontaktdaten • Aktivitätshistorie • Wünsche, Eigenschaften • Reservierungen 	systematische Akquisition Sicherstellung des Umsatzes Wettbewerbsanalyse
Bestandskunden	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit • Partnerschaft • Empfehlungen 	Mittler <ul style="list-style-type: none"> • Empfehlunsmarketing • Referenz 	Günstige und langfristige Kundengewinnung



Notwendigkeit

Die **Leistungserwartung** der Kunden steigt.

Häufig fehlt ein **strukturiertes Kunden- Informationssystem**.

Ohne Kundenbindungsmanagement werden oft **unnötige Rabatte** gewährt.

Starkes Denken in Produkten und nicht in ganzheitlicher **Dienstleistung**.

Schnelle Reaktionen zum **Kunden** und zu den **Lieferanten** können nur unter erheblichem administrativen Aufwand erfolgen.

Die Wege der klassischen **Papierabläufe** führen zu **hohem administrativen Abstimmungsbedarf**.

Medienbrüche im workflow ziehen einen erheblichen Aufwand der Datenpflege mit sich.

CRM – Customer Relationship Management ...

... steuert alle Austauschprozesse mit dem Kunden über alle Phasen seiner Beziehung mit dem Unternehmen!



Flexibel auf Veränderungen reagieren

Die Welt verändert sich...
... mit oder ohne uns.

Die Wahrnehmung unserer Kunden und die Anforderungen an unsere (Dienst-) Leistungen sind mit der Zeitachse der „WEBwelt“ mit veränderten Kommunikationsprozessen einher gegangen.

Es macht keinen Sinn, sich gegen Email & Co. zu wehren!

*Wer sensibel auf die
Feinheiten achtet, der
benötigt keine Messgeräte
um die Globale
Klimaerwärmung zu
belegen*

Positive proof of global warming.



**18th
Century**

1900

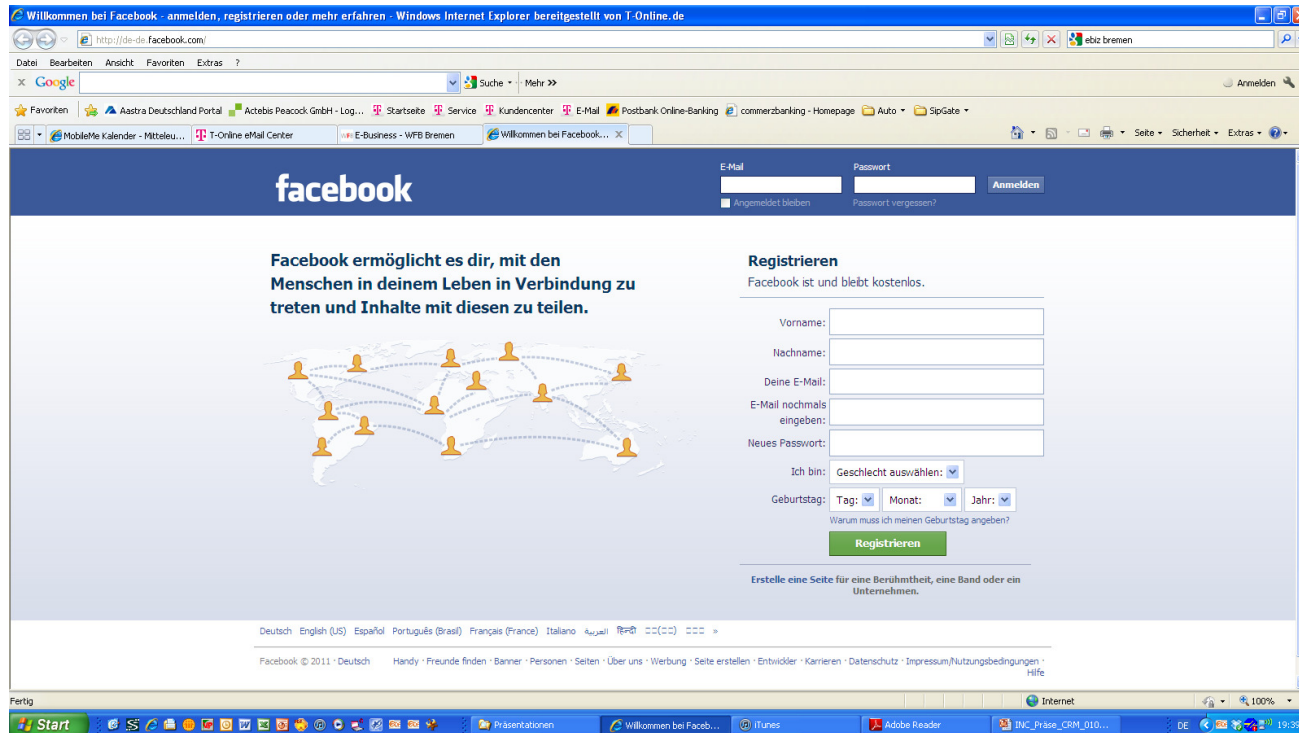
1950

1970

1980

1990

2006



Der Umgang mit den „neuen Medien“

Digital Natives



© Copyright Integrated Newmedia Consulting



Mindestanforderungen an ein CRM System

- Automatisierte Historie
- CTI (Computer/Telefonie/Integration)
Verbindung über Standards wie TAPI
- Einfache/ Intuitive Bedienung
- Integration mobiler Teilnehmer
(Techniker vor Ort, Außendienst etc.)



So kann es gehen
.... Praxisvorträge

Folie 1

© Copyright Integrated Newmedia Consulting



Herzlichen Dank

INConsulting ist Mitglied
des Beraterpools der
Mittelstandsoffensive des
Landes Bremen

