

Leitfaden zur Auswahl eines CRM-Systems

Die wichtigsten Informationen zur Entscheidungsfindung.



Inhalt

Auswahl eines CRM-Systems	03
Hintergrundinformationen zu CRM	04
Informationen über die CRM-Kernkomponenten	06
Erweiterung der Kommunikationskanäle	08
Beurteilung des Technischen Supports	10
Implementierung Ihres Systems	11

Impressum

Sage Software GmbH
Marketing-Kommunikation
Emil-von-Behring Straße 8-14
60439 Frankfurt am Main
Tel.: 069 50007-0
Fax: 069 50007-1110
E-Mail: info@sage.de
www.sage.de

Stand: Dezember 2010

Die Sage Software GmbH ist eine Gesellschaft deutschen Rechts mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main eingetragen unter HRB 55497. Geschäftsführer sind Peter Dewald und Guy Berruyer.

Haftungsausschluss

Bei dieser Publikation handelt es sich um allgemeine Informationen ohne Bezug auf konkrete Sachverhalte und kann die Beratungsleistung eines Fachmanns nicht ersetzen. Der Inhalt wurde mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte und Darstellungen wird keine Gewähr übernommen.

Auswahl eines CRM-Systems

Beim Customer Relationship Management (CRM) ist es wichtig, dass Sie alle Vorteile eines integrierten Systems kennen, bevor Sie mit der Auswahl beginnen. Das ist der Grund, warum wir diesen Leitfaden entwickelt haben – um Sie mit den wichtigsten Informationen zu versorgen, die Sie für Ihre Entscheidungsfindung benötigen.

Der Leitfaden soll Ihnen dabei helfen, eine wirtschaftliche Betrachtung für ein CRM-System aufzubauen, ein leistungsfähiges Projektteam zu bilden, die richtigen Fragen zu stellen, die jeweiligen Herausforderungen zu identifizieren und vieles mehr. Sie fragen sich vielleicht: „Warum sollte ein Softwareunternehmen wie Sage eine

Broschüre veröffentlichen, in der nicht die eigenen Produkte vorgestellt werden?“ Wir wissen, wie wichtig gute Informationen sind, um vernünftige Entscheidungen treffen zu können. Außerdem sind wir davon überzeugt, dass je mehr Sie über CRM-Systeme wissen, desto wahrscheinlicher werden Sie ernsthaft die CRM-Softwarelösungen von Sage in Betracht ziehen – und sich letztendlich auch dafür entscheiden. Mit anderen Worten: Unsere Software erfüllt auch die härtesten Auswahlkriterien. Gerne unterstützen wir Sie dabei, die CRM-Lösung zu finden, die für Ihr Unternehmen am besten geeignet ist.



Hintergrundinformationen zu CRM

CRM ist mehr als nur Software oder eine Reihe von Prozessen – es ist eine Unternehmenskultur, die sehr stark darauf ausgerichtet ist, die richtigen Kunden zu gewinnen und zu halten. Eine gute CRM-Lösung schafft Werte für Ihr Unternehmen. Mit ihr werden Kommunikationskanäle geöffnet und eine einheitliche, kundenfokussierte Wissensdatenbank erstellt, sodass Sie Ihre Kunden noch besser betreuen können.

Bei CRM geht es darum, die Kaufgewohnheiten und Vorlieben Ihrer Kunden und Interessenten zu verstehen. Damit sind Sie in der Lage:

- Kundenbeziehungen aufzubauen, zu stärken und die Loyalität zu gewährleisten.
- Mehrwert Dienstleistung zu bieten, die Ihre Mitbewerber nicht einfach kopieren können.
- Die Wahrnehmung Ihrer Mitarbeiter im Hinblick auf die Kundenbedürfnisse zu schärfen.
- Die Geduld Ihrer Kunden nicht mit immer gleichen Fragen auf die Probe zu stellen.

Durch die Integration Ihrer Marketing-, Vertriebs- und Kundenservicefunktionen erleichtert ein gutes CRM-System die Zusammenarbeit aller Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen und die gemeinsame Nutzung von Informationen.

Mit einem effektiven CRM-System können Kunden und Interessenten die Geschäftstätigkeit mit Ihnen ganz nach ihren persönlichen Vorstellungen gestalten – genau so, wie Sie es wollen! Stellen Sie sich vor, Sie würden Ihre Kunden mit Ihren Mitarbeitern und Geschäftspartnern verbinden – einschließlich aller Abteilungen, Prozesse und Kommunikationsmittel (Telefon, Fax, E-Mail und Internet).

CRM bietet Ihrem Unternehmen zahlreiche Vorteile, wie z.B.:

Neue Verkaufschancen

Ein gutes CRM-System klassifiziert Ihre Interessenten und unterstützt Sie bei der Identifizierung Ihrer besten Kunden. Da Sie detaillierte Informationen über Ihre Kunden besitzen, können Sie deren Bedarf in Ihrem gesamten Vertriebszyklus genau planen und optimal darauf reagieren. Ein gutes CRM-System unterstützt Sie bei der Automatisierung von Routinetätigkeiten des Vertriebs und verschafft

Ihnen dadurch mehr Zeit, sich auf strategisch wichtige Vertriebsangelegenheiten zu konzentrieren.

Bessere Kundenbetreuung

Das richtige CRM-System ermöglicht Ihrem Team, die Kunden proaktiv zu betreuen. Ihre Mitarbeiter haben jederzeit Zugriff auf sämtliche aktuellen Kundeninformationen. So ausgerüstet können Sie Kundenanfragen schneller bearbeiten und erfolgreich Cross- oder Up-Selling Chancen schaffen.



Bessere Entscheidungsfindung

CRM-Systeme liefern eine Gesamtansicht des Kunden einschließlich aller Kontaktpunkte und Kanäle. Kundenverhalten, Ergebnisse von Marketingkampagnen und Vertriebsaktivitäten können in umfassenden Berichten ausgegeben werden. Jedes dieser Elemente ist für eine gezielte Entscheidungsfindung und die strategische Planung wichtig.

Höhere Effizienz

Mit einem integrierten CRM-System erhalten Sie sofortigen Zugriff auf die wichtigen Kundendaten Ihres Unternehmens. Eine gute CRM-Lösung erhöht aber auch die interne Effizienz, da Workflowprozesse automatisiert, menschliche Fehler reduziert und die Bearbeitungszeiten verkürzt werden. Von großem Nutzen ist außerdem die Konsistenz von Prozessen im gesamten Unternehmen.

Erste Schritte

In den meisten Unternehmen muss zuerst die Notwendigkeit eines neuen Systems belegt werden, bevor es angeschafft wird. Eine wirtschaftliche Betrachtung liefert die nötigen Hintergrundinformationen, mit denen Sie Ihren Bedarf bestimmen, die Kosten rechtfertigen und den Wert der Investition demonstrieren können.

Zusammenstellung eines Projektteams

Stellen Sie ein Projektteam zusammen, welches das CRM-Projekt vom Anfang bis zum Ende betreut. Bevor Sie Ihre Strategie und die Implementierung planen, stellen Sie sicher, dass Ihrem Team ein Projektleiter sowie Projektmanager angehören, welche die Funktionsbereiche Ihres Unternehmens überwachen (z. B. Marketing, Vertrieb, Kundenbetreuung und technische Abteilungen).

Ziele setzen

Alle Teammitglieder sollten die gleiche Vorstellung von Ihren CRM-Zielen haben. Um dies zu erreichen, identifiziert das Projektteam die Ziele Ihres Unternehmens und konzentriert sich dabei auf die Prozesse, die umstrukturiert werden sollen. Die Vorgehensweise wird dann gemeinsam abgestimmt.

Nehmen Sie Ihre aktuellen Prozesse unter die Lupe. Analysieren Sie die bestehenden Geschäftsprozesse aus verschiedenen Blickwinkeln, um herauszufinden, inwiefern diese Ihr Unternehmen als auch Ihre Kunden beeinflussen.

Die Beurteilung Ihrer Prozesse in diesem frühen Stadium führt dazu, dass Sie schon von Anfang an wissen, welcher Prozess funktioniert und welcher nicht. Dadurch bereiten Sie die Einführung eines neuen CRM-Systems vor, das die effektivsten Strategien nachbildet und so zum Erfolg führt.



Informationen über die CRM-Kernfunktionen

CRM erhöht die Produktivität in Marketing, Vertrieb und Kundenbetreuung. Wenn Sie verstehen, wie CRM die Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens steigert, können Sie die Entscheidungsträger in Ihrem Unternehmen auch von dem Nutzen der Anschaffung überzeugen.

Marketingautomatisierung

- Entwicklung, Ausrichtung und Umsetzung von Kampagnen
- Verwaltung und Analyse von Marketingbudgets
- Listenführung und Rücklaufverfolgung
- Analyse von Kampagnenergebnissen

Automatisierte Vertriebssteuerung

- Durchführung von Analysen, um sicherzustellen, dass Zeit und Energie nur auf die erfolgversprechendsten Verkaufschancen angewendet werden.
- Bessere Verteilung und Verfolgung von Leads.
- Effektive Bearbeitung von Angeboten und Aufträgen.
- Außendienstmitarbeiter können sofort auf Unternehmensdaten zugreifen.

Kundenbetreuung und Support

- Jede Interaktion mit einem Kunden wird erfasst und nachverfolgt, unabhängig vom Kontaktpunkt.
- Die Dauer eines Anrufs wird angezeigt und erfasst, um herauszufinden, welche Angelegenheiten mehr Zeit zur Klärung erfordern und warum.
- Eine vollständige Fallhistorie steht zur Verfügung, die sofortigen Zugriff auf alle bisherigen Angelegenheiten und Kundeninteraktionen ermöglicht.
- Ein Fall eskaliert automatisch, wenn er nicht innerhalb einer vorgegebenen Zeit abgeschlossen wird.

Beteiligung der richtigen Mitarbeiter

Die Aufgabe der Auswahl der geeigneten CRM-Lösung wird einem Projektteam übertragen. Dieses Team sollte aus Mitarbeitern bestehen, welche die funktionalen Bedürfnisse der verschiedenen Abteilungen kennen und entsprechend repräsentieren können. Dies erfordert die Bereitschaft zur Kooperation und Zusammenarbeit von Anwendern, Systemverantwortlichen und Systemintegratoren.

Auswahl eines Beraters

Berater verfügen über fundierte Kenntnisse bei der Beurteilung und Implementierung von CRM-Lösungen. Diese Fachleute können Ihr Unternehmen in drei wichtigen Aspekten unterstützen:

- Beurteilung Ihrer Bedürfnisse und Vorschläge zur besten CRM-Lösung für Ihre spezielle Situation.
- Zeit- und Kostenersparnis für Ihr Unternehmen während der Systeminstallation und der Schulungen.
- Optimale Nutzung Ihrer CRM-Implementation, basierend auf den Anforderungen Ihres Unternehmens.

Softwarehändler gehören zu den besten CRM-Beratern. Viele Fachhändler bieten auf diesem Gebiet ihre Dienstleistungen an und unterstützen Sie bei der Strategieentwicklung, dem Business Process Management, der Implementierung und den Schulungen. Bei der Implementierung größerer CRM-Systeme werden Fachhändler häufig von ihrem Software-Hersteller unterstützt, sodass sie auch komplexe Anforderungen erfolgreich umsetzen können.

Die engere Auswahl

Suchen Sie nach einem CRM-System, das in der Lage ist, auch Ihre ERP-Systeme (Finanzbuchhaltung, Rechnungsschreibung, Lager und Logistik) und andere Geschäftssysteme zu integrieren. Nur so stellen Sie sicher, dass Kundeninformationen in Echtzeit aktualisiert werden. Um effektiv arbeiten zu können, müssen alle Mitarbeiter im gesamten Unternehmen Zugriff auf Daten haben, diese bearbeiten und nutzen können.

Es ist wichtig, dass Ihre Lösungen so robust und flexibel sind, dass sie:

- Von jedem Ort aus verfügbar sind – vom Hauptsitz über die Niederlassungen bis hin zu mobilen Mitarbeitern.
- Nahtlos in Ihr ERP-System integriert werden können.
- In viele verschiedene externe Softwareprogramme oder andere interne Systeme integrierbar ist.



Erweiterung der Kommunikationskanäle

Die ideale CRM-Lösung integriert all Ihre unterschiedlichen Vertriebs- und Kommunikationskanäle und gewährt Ihren Anwendern nahtlosen Zugriff auf aktuelle Kundeninformationen. Denken Sie an die unterschiedlichen Interaktionspunkte, die Ihre Kunden im Moment nutzen – und in Zukunft nutzen werden, um mit Ihrem Unternehmen zu kommunizieren. Mit einem guten CRM-System können Sie Informationen zu jeder Zeit und von jedem Ort aus abrufen. Entscheiden Sie sich für ein System, das die funktionellen Bedürfnisse Ihrer Systemanwender erfüllt.

Behalten Sie die globale Ausrichtung im Blick.

Tätigen Sie eine wichtige Investition in die Zukunft Ihres Unternehmens, wenn Sie mit der Systemauswahl bereits jetzt die Voraussetzung schaffen, weltweit präsent zu sein, selbst wenn dies momentan unwichtig erscheint. Sollten Sie sich die CRM-Funktionen genau anschauen und prüfen ob:

- Die Firma auch in den Ländern Produkte vertreibt und Support bietet, in denen Sie tätig sind.
- Die Software verschiedene Währungen unterstützt.
- Die Software außer auf Deutsch noch in weiteren Sprachen verfügbar ist.

Beachten Sie die Implementierungsdauer.

Je weniger Ihr System im Voraus angepasst werden muss, desto schneller kann die Implementierung abgeschlossen werden. Fragen Sie Ihren Fachhändler, wie lange die Implementierung dauern wird und welche Faktoren diese Zeitspanne verlängern oder verkürzen könnten.

Wählen Sie ein System, das zu Ihnen passt.

Nun, da Sie eine Reihe von möglichen Lösungen genau unter die Lupe genommen haben, müssen Sie eine Entscheidung treffen. Bedenken Sie bei der Auswahl eines Softwarelieferanten Folgendes:

1. Führen Sie vor der Demo ein Gespräch mit den Lieferanten

Machen Sie sich mit den verschiedenen CRM-Lösungen auf dem Markt vertraut und entscheiden Sie, welche für Ihr Unternehmen am besten geeignet sind. Nehmen Sie Ihre Favoriten in die engere Auswahl. Lange und unnötige Demonstrationen kosten Zeit und bringen Sie nicht weiter. Sprechen Sie deshalb schon vorher mit so vielen Softwarehändlern wie möglich.



2. Wählen Sie die drei besten Systeme aus und bitten Sie jeden Händler um folgende Angaben:

- Schätzung der Lizenzkosten für Ihre Implementierung
- Schätzung der Ausbaurkosten für die Anpassung des Systems an Ihre Anforderungen
- Zeitrahmen für die Implementierung
- Jährliche Kosten für Support und Wartung
- Art und Kosten der Schulungen
- Plan zur Integration Ihrer ERP-Systeme

Bestehen Sie auf eine anwenderfreundliche Software. Wenn dies nicht der Fall ist, sinkt die Akzeptanz und Ihre Mitarbeiter können die Vorteile nicht voll ausschöpfen. Achten Sie daher darauf, dass die ausgewählte Lösung logisch und einfach in der Anwendung ist.

3. Stellen Sie dem Händler folgende Fragen:

- Wie einfach ist die Softwareoberfläche zu bedienen?
- Kann die Oberfläche an die Bedürfnisse meines Unternehmens angepasst werden?
- Kann man leicht zwischen den Softwaremodulen navigieren?
- Welche Art von Softwaredokumentation und -schulungen bieten Sie an?

Die Top 10 Funktionen eines CRM-Systems

1. Analyse und Optimierung des Vertriebsprozesses
2. Integration mit Ihrer ERP-Software
3. Moderne Technologie
4. Nahtloser Datenfluss zwischen dem Firmensystem und den Außendienstmitarbeitern
5. Berichte und Analysen in Echtzeit
6. Automatisierter Workflow
7. Kontakt- und Kampagnen-Management
8. Fähigkeit, verschiedene Sprachen und Währungen zu unterstützen
9. Möglichkeit, die Lösung an die Anforderungen des Unternehmens anzupassen
10. Skalierbarkeit, um auch zukünftigem Wachstum Rechnung zu tragen

Beurteilung des Technischen Supports

Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden Sie früher oder später den technischen Support des Softwarelieferanten in Anspruch nehmen. Hier einige Fragen, die Sie im Hinblick auf das Support-Team des Lieferanten stellen können:

- Wie schnell werden Kundenanrufe entgegengenommen?
- Zu welchen Zeiten ist der Support erreichbar?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Anfragen außerhalb der offiziellen Arbeitszeiten?
- Welche Gebühren oder Servicepläne gibt es?

Holen Sie Informationen über die Kundendienstabteilung ein.

Suchen Sie nach einer Firma, die ihren Kunden kontinuierlich guten Service bietet und über die notwendigen Ressourcen verfügt, um auf Fragen zum Produkt einzugehen, Kundenfeedback entgegenzunehmen, Aufträge zu verfolgen und Software-Registrierungen vorzunehmen.

Sorgen Sie für eine flexible Berichterstattung.

Wählen Sie eine Lösung, mit der Sie die Auswertung erstellen können, die Ihr Unternehmen benötigt. Finden Sie heraus, ob firmenspezifische Berichte mit „The Farytale of Tscaka“ geringem Aufwand erstellt werden können. Prüfen Sie, ob das System die Bearbeitung der Daten so zulässt, wie Sie es wünschen.

Fragen Sie nach kundenspezifischen Anpassungen.

Können mit der Software alle Aspekte des Systems bearbeitet werden? Ist es möglich, Felder, Anzeigen, Tabellen, Ansichten, Skripte und Sicherheitseinstellungen auf Knopfdruck zu erstellen und zu ändern?

Stellen Sie sicher, dass es Erweiterungsmöglichkeiten gibt.

Ein gutes Softwareunternehmen investiert erheblich in die Produkttechnik und entwickelt regelmäßig neue Funktionen und Erweiterungen. Die Möglichkeit, auf ein ähnliches, aber noch leistungsstärkeres Produkt umzustellen, stärkt die Flexibilität Ihres Unternehmens, wenn es wächst.

Passt die Lösung in Ihr Budget?

Möglicherweise kostet Ihr Favorit mehr, als Sie im Moment bereit sind zu investieren. Priorisieren Sie in diesem Fall Ihre Anforderungsliste neu und vergleichen Sie diese nun mit den Funktionen der Anwendungen, die in Ihr Budget passen. Legen Sie anschließend fest, welche Funktionen und Module für den Erfolg des Projekts wichtig sind.

Rechtfertigung der Investition

Nachdem Sie sich für den Kauf eines bestimmten Produktes entschieden haben, ist es von Vorteil, wenn Sie ein Dokument oder eine Präsentation erstellen, die Ihre Entscheidung erläutert. In diesem Dokument sollten die Funktionen des Systems klar und deutlich dargestellt werden. Außerdem sollten die direkten finanziellen Vorteile dieser Funktionen und der sich daraus ergebende langfristige Nutzen für das Unternehmen erkennbar werden. Außerdem sollten die Gesamtkosten für die erste Implementierung, die Schulungen und die kontinuierliche Wartung genannt werden.

Implementierung Ihres Systems

Wie schafft man es, dass der Implementierungsprozess reibungslos und erfolgreich abläuft?

Erstellen Sie einen Plan.

Erstellen Sie gemeinsam mit Ihrem Berater oder Softwarehändler einen Plan von Ihren CRM-zugehörigen Geschäftsprozessen, um die Implementierung so reibungslos wie möglich zu gestalten. Dieses Dokument kann von Ihrem Team als Planvorlage und Richtlinie genutzt werden, um Ihre CRM-Ziele zu erreichen.

Stellen Sie sich auf Anpassungen ein.

Häufig machen Unternehmen den Fehler, das ausgewählte Softwarepaket zu wenig an die Anforderungen ihres Unternehmens anzupassen. Wenn Sie aber eine Software brauchen, die Ihren Bedürfnissen gerecht wird, sollten Sie sich darauf einstellen, die Standardlösung an Ihr Unternehmen anzupassen.

Bieten Sie Schulungen an.

Gute Schulungen sind unerlässlich, um Ihren Mitarbeitern die nötigen Informationen zu vermitteln und die aktive Mitarbeit zu erreichen, um das Beste aus der Software herauszuholen.

Führen Sie vor der Einführung einen Test durch.

Wenn es um so etwas Wertvolles wie Ihre Kundendaten geht, wollen Sie sicherlich jede Systemkomponente vor dem Systemstart einem Beta-Test unterziehen. Schließlich muss sichergestellt sein, dass alles einwandfrei funktioniert. Geben Sie fiktive Kundendaten ein, um zu prüfen, wie gut das System die Daten aufnimmt und verarbeitet.

Planen Sie fortlaufende Bewertungen ein.

Bedenken Sie, dass Ihr CRM-System sich ständig weiterentwickelt. Aus diesem Grund wird die Implementierung nie vollständig abgeschlossen sein. Die ständige Beurteilung Ihrer Geschäftsprozesse hilft Ihnen, die Vorteile, die CRM Ihrem Unternehmen bietet, so gut wie möglich auszuschöpfen.

Acht Tipps zur Etablierung von CRM als Unternehmenskultur

1. Sammeln Sie Gründe, warum eine Veränderung notwendig ist. Bedenken Sie den Einfluss der CRM-Strategie auf die Mitarbeiter – Vorteile und Konsequenzen einer Veränderung und einer Beibehaltung des alten Systems.
2. Organisieren Sie regelmäßige Meetings, in denen Sie alle Abteilungen über den Projektfortschritt informieren.
3. Halten Sie Mitarbeiter auf dem Laufenden, indem Sie Ihnen klar und deutlich sagen, was vor sich geht.
4. Ermutigen Sie Mitarbeiter, sich zu Veränderungen zu äußern und hören Sie zu, was sie zu sagen haben.
5. Geben Sie den Mitarbeitern Zeit, sich auf die neue Methode einzustellen.
6. Unterstützen Sie die Führungskräfte bei der Durchführung des CRM-Projekts.
7. Eine effektive CRM-Implementierung ist ein kultureller Prozess. Jeder Mensch braucht Zeit, um sich an die neuen Geschäftsabläufe anzupassen.
8. Stellen Sie Ihren Kunden die neue Unternehmensvision vor. Damit fördern Sie die Kundenorientierung Ihres Unternehmens.

Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung, 250.000 Kunden und mehr als 1.000 Fachhändlern ist Sage einer der Marktführer für betriebswirtschaftliche Software und Services im deutschen Mittelstand. Lösungen von Sage sind speziell für die Bedürfnisse lokaler Märkte entwickelt. Sie helfen unseren Kunden – vom Kleinunternehmen bis hin zum gehobenen Mittelstand –, ihr Geschäft erfolgreicher zu führen.

Sage ist ein Unternehmen der britischen Sage Gruppe, dem mit rund 13.100 Mitarbeitern und 6,2 Millionen Kunden weltweit drittgrößten Anbieter von betriebswirtschaftlicher Software und Services.

Sage Software GmbH

Emil-von-Behring-Straße 8–14
60439 Frankfurt am Main

Telefon: 069 50007-2222

Fax: 069 50007-7715

E-Mail: crm@sage.de

Internet: www.sage.de

