



Neben einer guten CRM Software braucht es vor allem auch Change Management

Mögliche Vorgehensvarianten

a) Ihre Verkaufs- und Marketingprozesse sind bereits definiert

Möglicher Vorgehensplan:

- Erstbesprechung und verstehen der Kundensituation, wie auch der vorhandenen Verkaufs- und Marketing-Prozesse
- Erkennen der Defizite mit dem bestehenden CRM-System
- Erarbeitung eines Vorgehenskonzeptes, um CRM-System-Ziele zu erreichen
- Diskussion des Vorgehenskonzeptes und Beschlussfassung über die nächsten Schritte
- Implementierungsunterstützung zur Effizienzsteigerung
- Coaching des Managements um mit dem CRM-System zu führen

Ungefährer Zeitaufwand:

- Besprechungen und erstellen des Vorgehenskonzeptes: ca. 6 Tage
- Implementierungsunterstützung zur Effizienzsteigerung: je nach Konzept
- Coaching des Managements: je nach Konzept

Nutzen:

- Schnellere Erreichung des ROI der CRM-Investition

b) Ihre Verkaufs- und Marketingprozesse sollten überprüft werden

Möglicher Vorgehensplan:

- Erstbesprechung der Situationsaufnahme
- Definition des weiteren Vorgehens
- Interviews mit betroffenen Managern
- Aufnahme der KPIs (Key Performance Indikatoren)
- Definition der Geschäftsprozesse (Verkauf und Marketing)
- Abstimmung der Geschäftsprozesse mit den Meinungsbildnern
- Integration der Geschäftsprozesse in die CRM-Software
- Schulung der Benutzer in den Geschäftsprozessen und der unterstützenden Anwendung der CRM-Software
- Coaching der Manager in der richtigen Anwendung der CRM-Software

Ungefährer Zeitaufwand:

- Kann erst nach den ersten beiden Besprechungen genau definiert werden

Nutzen:

- Einheitlich definierte Geschäftsprozesse (Marketing, Vertrieb, Coaching)
- CRM-Ausbildung anhand der Geschäftsprozesse
- Effiziente Erreichung des ROI der CRM-Investition