SCOPAR

S-CRM: Strategisches Customer Relationship Management

- Strategien, Prozesse, Menschen und IT -

"… CRM ist eine Geschäftsstrategie (Philosophie) basierend auf dem Umgang mit Kunden und Mitarbeitern. Value to the customer bedeutet, dem Kunden einen Nutzen zu bieten, seine Erwartungen zu kennen und ihnen zu entsprechen. Das Ziel von CRM ist es, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und so den Unternehmenswert zu steigern - für unternehmerischen Erfolg …."

Stephan Bauriedel
Dipl.-Wirtsch.-Ing, M.B.A.
Mitglied des SCOPAR-Beratergremiums

Agenda

	Seite
Warum CRM?	3
Typische Fehler	4
Die CRM-Pyramide	5
Strategisches CRM	6
Operatives CRM	7
Kommunikatives CRM	8
CRM in den Köpfen	9
CRM-Vorgehensmodell - CRM Excellence	10
CRM Design - Beispiel Marketingprozess	11
S-CRM: Customer Relation Designer	12
Testkriterien für CRM-Systeme	13
CRM: Change Management Prozesse	14
Vorteile / Nutzen durch CRM	15
CRM-Unterstützungsmöglichkeiten durch SCOPAR	16
Wann Sie mit SCOPAR Kontakt aufnehmen können	17
Kontakt	18

© SCOPAR GmbH

Warum CRM?

- ✓ Kundenpotentiale erkennen
- ✓ Verbesserung der externen und internen Kommunikation
- ✓ Gewährleistung eines kontinuierlichen Kundenkontakts
- ✓ Reduktion von Routine und Verwaltung = Steigerung der Effizienz
- ✓ Erhöhung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
- ✓ Kundengewinnung = Neugeschäft
- ✓ Cross- und Upselling = Zusatzgeschäft

➢ **Über die Zufriedenheit wächst das Vertrauen und die Verbundenheit der Kunden und damit der Umsatz.**

© SCOPAR GmbH

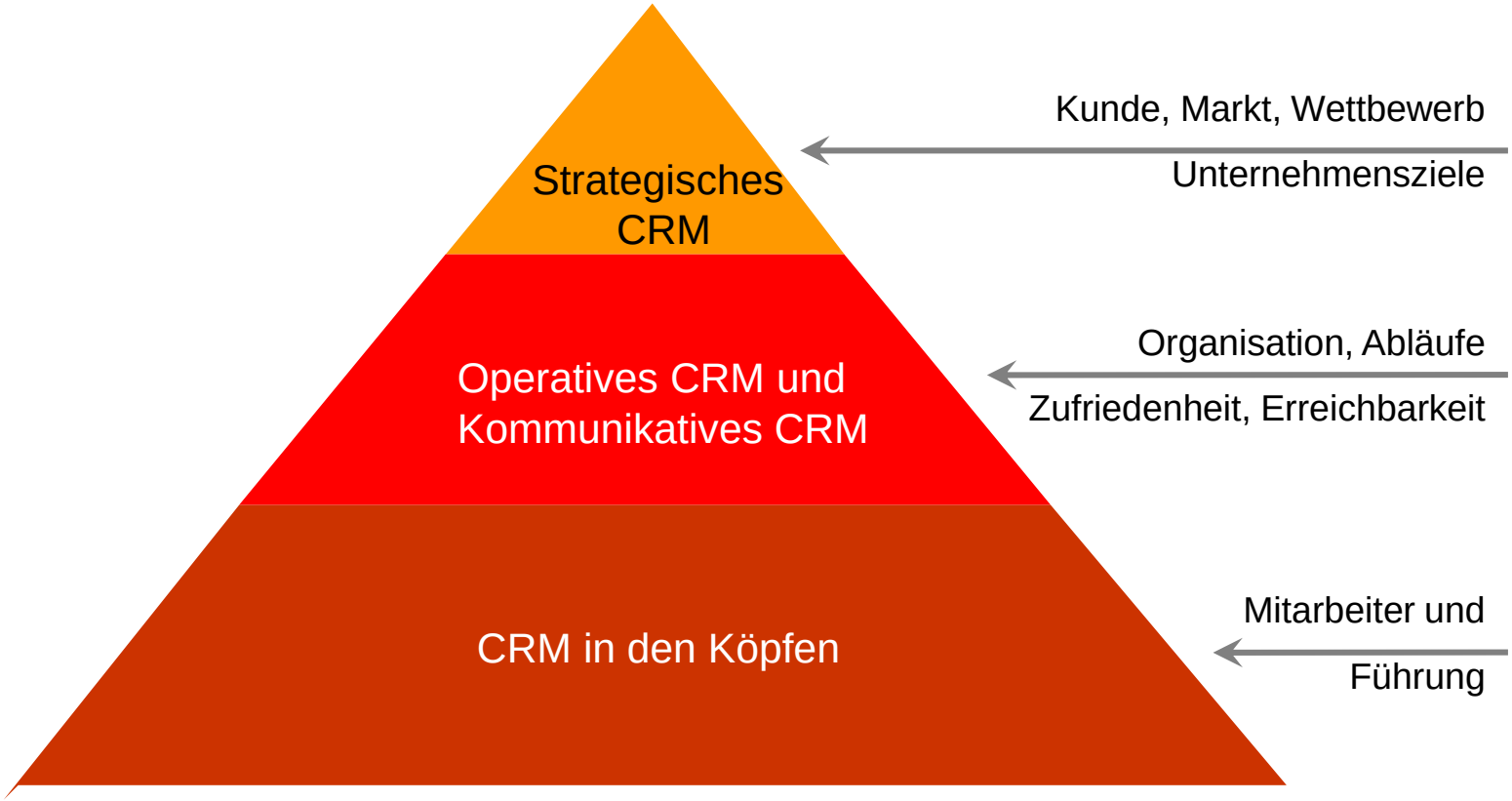
Typische Fehler

- ✓ CRM wird unterschätzt, daher scheitern viele Projekte
- ✓ CRM wird delegiert, dabei ist es ein Top-Managementthema
- ✓ CRM wird als IT-Thema eingeordnet, daher verliert man den Sinn und Zweck des gesamten Projekts
- ✓ CRM Pflichtenhefte taugen nichts, denn sie beschreiben nur Technik
- ✓ CRM wird statisch betrachtet, weil die eigenen Prozesse zu komplex sind
- ✓ CRM wird abgelehnt, da der Nutzen für den Einzelnen ausbleibt

➢ **CRM ist ein strategisches Thema und erfordert eine hohe Aufmerksamkeit.**

© SCOPAR GmbH

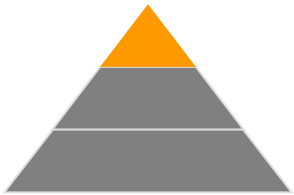
Die CRM-Pyramide



- **Wer Kunden erfolgreich gewinnen und langfristig halten will, muss die gesamte CRM-Pyramide beherrschen!**

© SCOPAR GmbH

Strategisches CRM

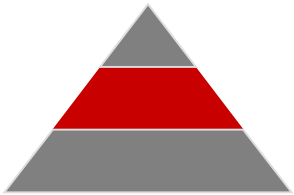


Ziele	Welche Kunden möchte Ihr Unternehmen binden? Wie kann Ihr Unternehmen diese Kunden binden?
Vorgehen	Wer ist Ihr Kunde ? Analyse von Kunde, Markt und Wettbewerb Stärken und Schwächen
Konzeption	Ist – Soll Vergleich Markt- und Kundenstrategie Positionierung und Differenzierung
Ergebnis	Kunden- und Marktstrategie Ziele und Maßnahmen zur Kundenbindung

➢ **Die strategische CRM-Ausrichtung legt Kunden, Märkte, Strategien und Maßnahmen fest.**

© SCOPAR GmbH

Operatives CRM

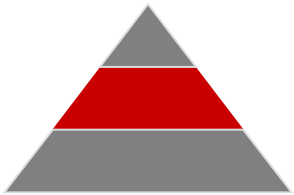


Ziele	Erfüllung der Kundenerwartungen und der geweckten Erwartungen
Vorgehen	Konsequent aus der Sicht des Kunden ! Kundenerwartungen und deren Erfüllung
Konzeption	Engagierte und qualifizierte Mitarbeiter Schlanke und transparente Prozesse Flexibilität im Umgang mit dem Kunden Leistungsbezogene Kennzahlen
Ergebnis	Kundenzufriedenheit

➢ **Im operativen CRM werden die strategischen Maßnehmen konsequent umgesetzt und gelebt.**

© SCOPAR GmbH

Kommunikatives CRM

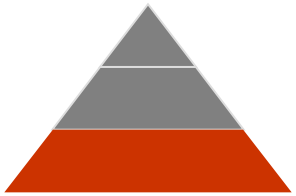


Ziele	Effektive Kommunikation mit dem Kunden Kriterien : Erreichbarkeit, Vertrauen, Qualität, Zeit, Flexibilität und Transaktionskosten
Vorgehen	Kommunikationsbedarf des Kunden Nutzung der Kommunikationskanäle
Konzeption	Auswahl und Integration der Kommunikationskanäle Informationsmanagement über alle Kanäle
Ergebnis	Optimierung der Kommunikationskanäle Durchgehende Verfügbarkeit von Informationen Kommunikation nach Kundenwert

- **Im kommunikativen CRM lässt man den Kunden seine Bedeutung für das Unternehmen „spüren“.**

© SCOPAR GmbH

CRM in den Köpfen

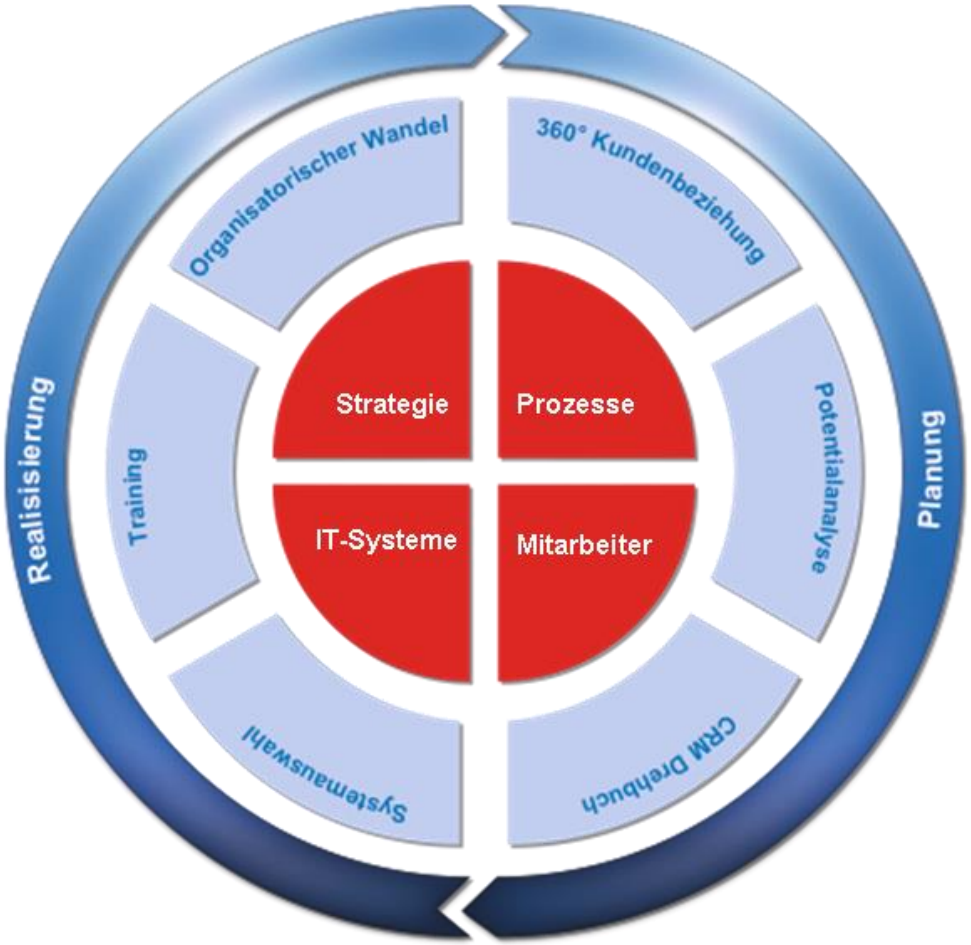


Ziele	Kunden in den Mittelpunkt stellen Vom Pförtner bis zum Vorstand
Schwierig-keiten	Mangel an Akzeptanz Kurzfristiges „Umsatzdenken“, gegenläufige Ziele Veränderungen erzeugen Widerstand
Konzeption	Empowerment (Mitbestimmung und Verantwortung) Kompetenz aufbauen, Führen mit Zielen
Ergebnis	Kunden- und Marktstrategie kommunizieren Ziele, Verantwortungen und Rollen kennen

- **CRM müssen die Menschen leben!**

© SCOPAR GmbH

CRM-Vorgehensmodell - CRM Excellence



- **CRM muss ganzheitlich betrachtet werden (Strategien, Prozesse, Menschen und IT)!**

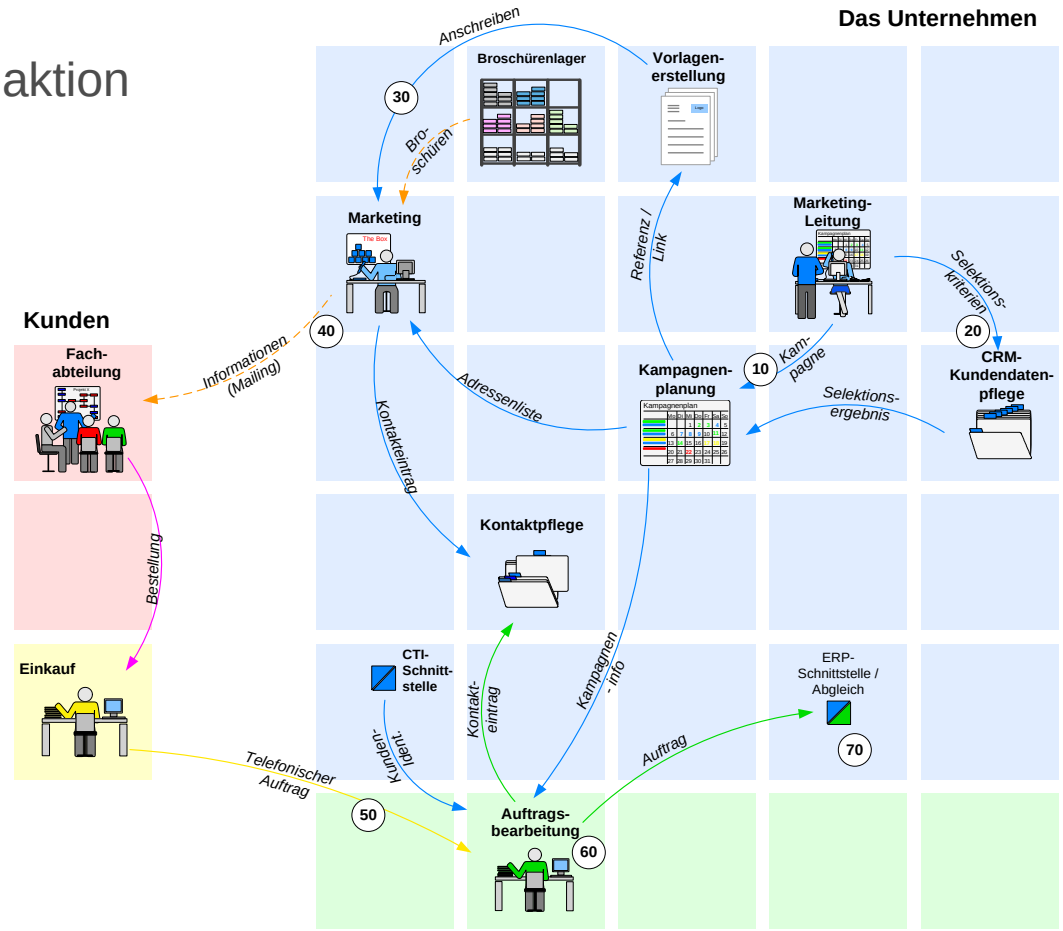
© SCOPAR GmbH

CRM Design - Beispiel Marketingprozess

Mailingkampagne mit Kundenreaktion

10 Kampagnen-Planung
20 Zielgruppe selektieren
30 Übernimmt eine Vorlage
40 Mailingversand
50 Kunde bestellt telefonisch
60 Auftragserfassung
70 Auftrag ins ERP

10 Buying Center
20 Beteiligte Mitarbeiter
30 Interaktion mit dem Kunden
40 Informationen im Prozess
50 CRM Funktionen / Schnittstellen
60 Prozessfluss
70 Prozessschritte



➢ **S-CRM arbeitet mit 35 standardiserten CRM-Drehbüchern und rollenbasierten Szenen.**

© SCOPAR GmbH
www.SCOPAR.de

S-CRM: Customer Relation Designer

Grafisches Modellierungstool

- ✓ für interne und externe Beziehungen

CRM Repository

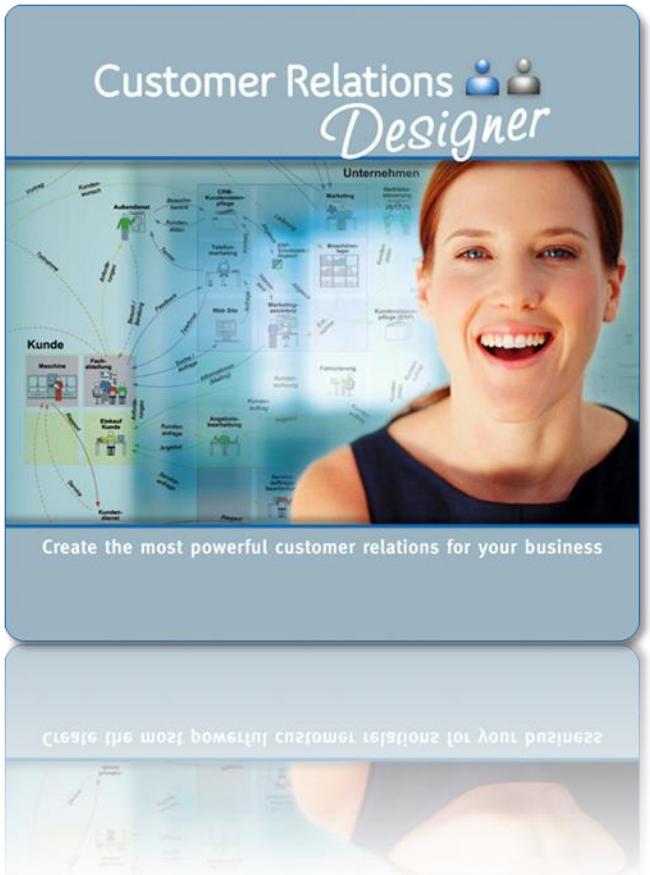
- ✓ über 90 CRM Arbeitsplätze und CRM Funktionen
- ✓ volle Arbeitsplatzbeschreibung

CRM Prozess Know-how

- ✓ 35 CRM Prozesse und Varianten
- ✓ CRM Best-Practice Prozesse
- ✓ vollständige CRM / ERP Integration

Dokumentation auf Knopfdruck

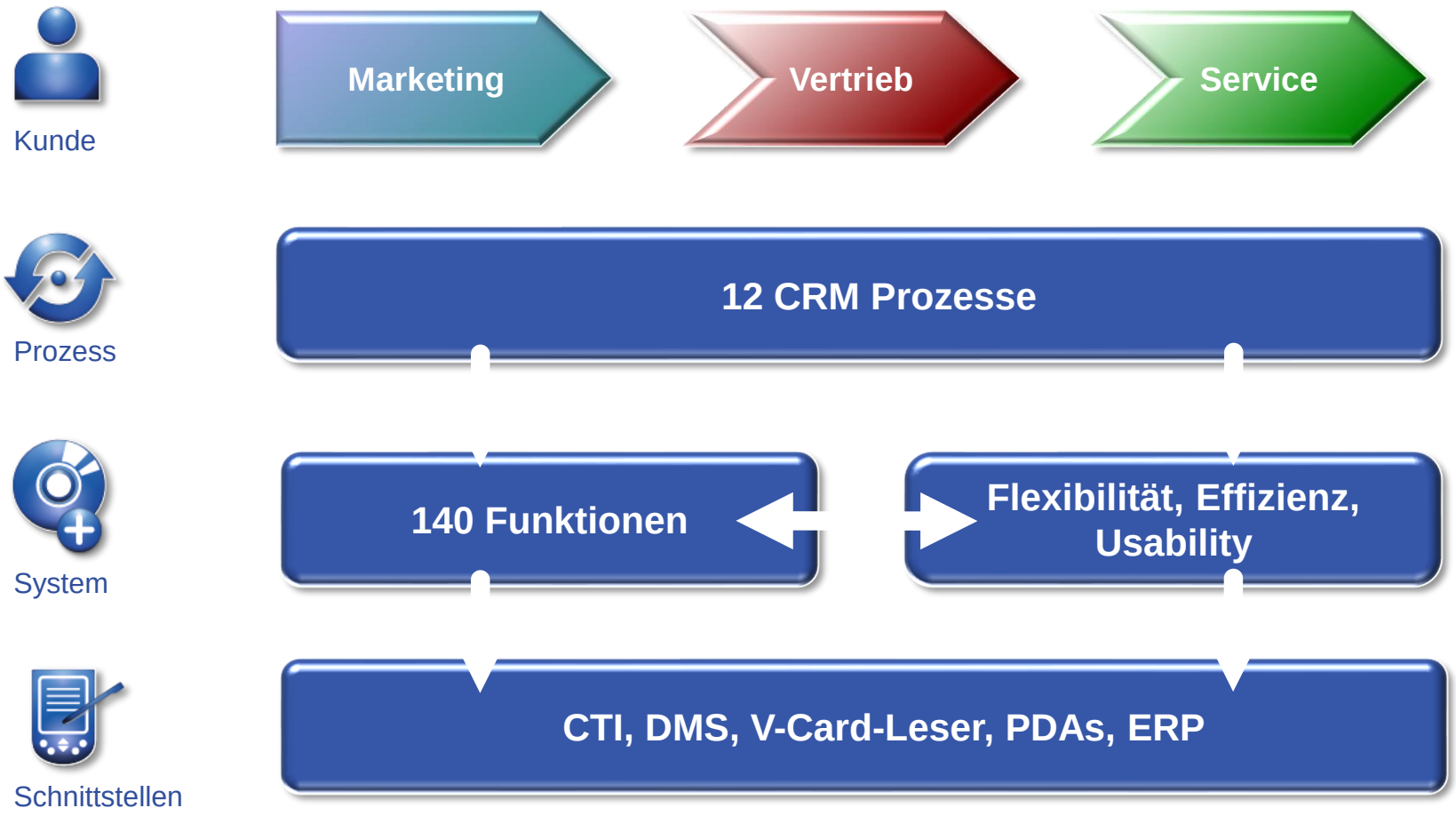
- ✓ Business Cases
- ✓ CRM Pflichtenheft



➢ **Mit dem Customer Relation Designer lassen sich die unternehmensspezifischen Szenarien transparent und effizient darstellen.**

© SCOPAR GmbH

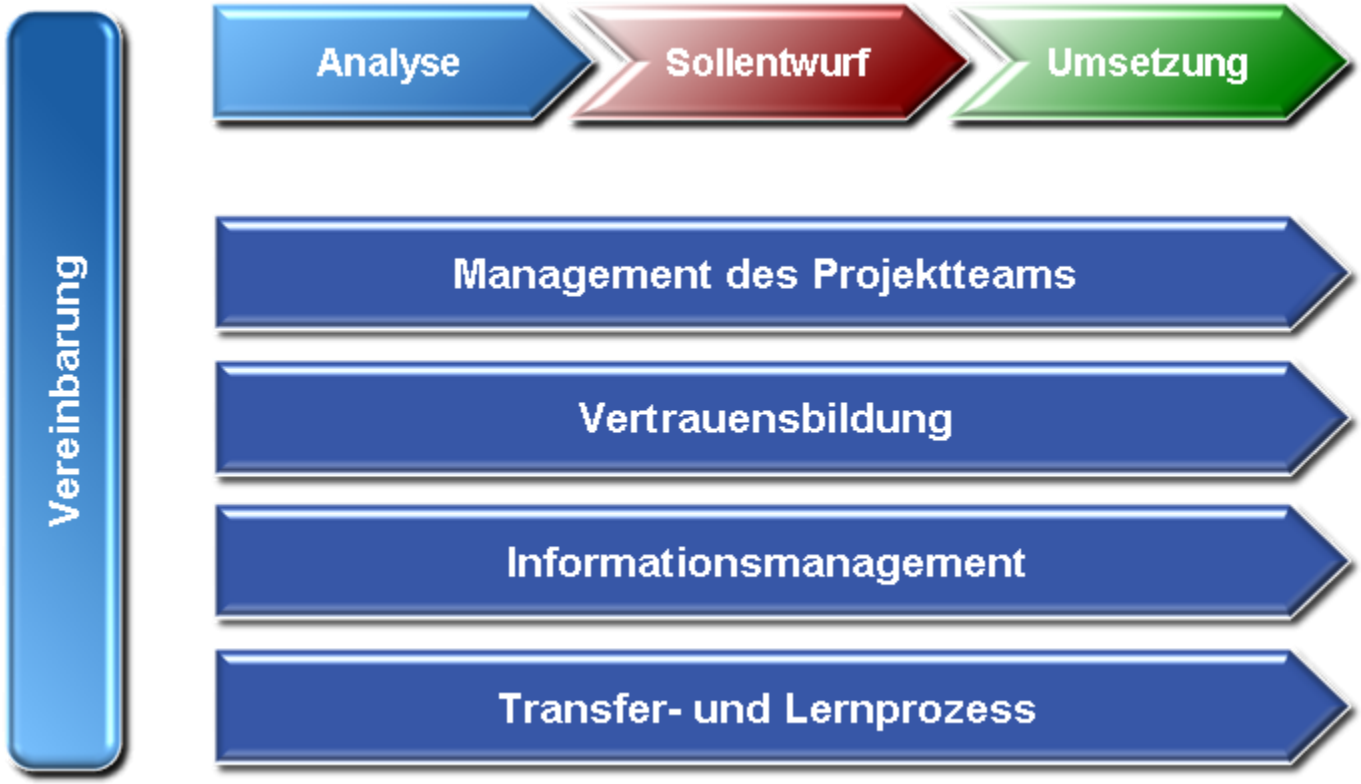
Testkriterien für CRM-Systeme



➢ **Die gängigen CRM-Systeme wurden umfassender Kriterien gegeneinander verglichen. Das Ergebnis liegt im CRM-Excellence-Test vor.**

© SCOPAR GmbH

Die 5 projektbegleitende Change Management Prozesse



- **Wer CRM einführt, darf Changeaspekte nicht vergessen!**

© SCOPAR GmbH

Vorteile / Nutzen durch CRM

Schnelle Reaktionszeiten

Geringere Transaktionskosten

Systematisches Kundenmanagement

- ✓ so dass kein Interessent wird vernachlässigt oder verloren geht
- ✓ durch eine prozessorientierte Ausrichtung am Kunden

Konsequente Nachverfolgung

- ✓ durch transparenten Außendienst und Fachhandel
- ✓ durch Warnung bei Terminüberschreitung
- ✓ durch automatische Vertretungen

Effizientere Prozesse

- ✓ durch rollenbasierte Workflows
- ✓ durch integrierte Multikanalkommunikation
- ✓ durch Konzentration auf die kundenrelevanten Aktivitäten
- ✓ durch spürbare Entlastung von Routine und Verwaltung

Unternehmenssteuerung

- ✓ durch die Akquisepipeline und Sales Forecasting
- ✓ steuern von Marketing, Vertrieb und Produktion
- ✓ führen der Handelspartner durch Leadzuteilung

➢ **CRM dient dar nachhaltigen Kundengewinnung und vor allem -bindung.**

© SCOPAR GmbH

CRM-Unterstützungsmöglichkeiten durch SCOPAR

- ✓ **360° Kundenbeziehung: Ganzheitliches Kundenbeziehungsmanagement**
- ✓ **CRM Analyse: Wo verlieren Sie Aufträge und Kunden ?**
- ✓ **CRM Excellence: Kundenbeziehungen einfach gestalten**
- ✓ **CRM Konzepte: Sollkonzepte, Pflichtenheft und unabhängige Systemauswahl**

CRM wird als Geschäftsstrategie verstanden, die den Kunden und seinen Bedarf in den Mittelpunkt stellt. Die Ausgangssituation und die angestrebten Ziele der Unternehmen sind sehr unterschiedlich. Mit ganzheitlichem CRM optimieren wir die kundenrelevanten Kernprozesse - Marketing, Vertrieb, Auftragserfüllung und Service - und alle vom Kunden geforderten Kommunikationskanäle. Die Kompetenz von SCOPAR ist es, Unternehmen konsequent am Kunden auszurichten und die Kundenbeziehungen spürbar zu stärken.

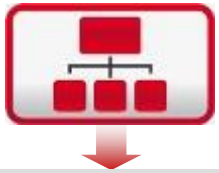
Durch unser individuelles Vorgehen, das die Defizite und Chancen im Kundenmanagement aufzeigt, können Unternehmen die Qualität am Kunden nachhaltig steigern.

➢ **Mit unserem systematischen Vorgehen sichern wir Ihre Ziele.**

© SCOPAR GmbH

Vorab zu SCOPAR (360°-Beratung)

Strategie / Prozesse / Organisation



IT / ITK / Technologie

Personal / Changemgt.

Gesundheitsmgt. / health2business

- ✓ **SCOPAR ist ein Team aus ca. 80 Experten, darunter Wissenschaftler und Executives**
  => nur sehr erfahrene Berater kommen zum Einsatz
- ✓ **SCOPAR arbeitet auf Festpreisbasis**
  => klar definierte Ergebnisse zu festen Honorar-Preisen
- ✓ **SCOPAR arbeitet modular mit verwertbaren Ergebnissen**
  => Exit-Möglichkeit nach jedem Modul unter Verwendung der bisherigen Ergebnisse
- ✓ **SCOPAR arbeitet partizipativ**
  => die Strategien, Lösungen und Konzepte werden im Anschluss „gelebt“

- ➢ **SCOPAR ist anders - positiv anders!**
- ➢ **SCOPAR wird von 100% der Kunden weiterempfohlen!**

© SCOPAR GmbH

Gerne helfen wir auch Ihnen, erfolgreicher zu sein ..

Beratung

Coaching

Lösungen

Strategie

SCOPAR

Konzeption

Reviews

Gutachten

Trainings

Seminare

Umsetzung

SCOPAR GmbH
Klara-Löwe-Straße 3 * D - 97082 Würzburg
Fon: +49 - 931 - 45320500 * Fax: +49 - 931 - 45320505
E-Mail: knauf@scopar.de * Web: www.SCOPAR.de

© SCOPAR GmbH