

Checklisten für die erfolgreiche Einführung von Customer Relationship Management (CRM)

Quelle: Stefan Helmke/Matthias Uebel

Checkliste Funktionen und Eigenschaften

- **Übereinstimmung mit Anforderungsprofil:** Stimmen die gebotenen mit den erwarteten Funktionalitäten überein?
- **Qualität:** Erfüllen die Funktionalitäten die erwarteten Leistungen?
- **Modularer Aufbau:** Ist das CRM-System so aufgebaut, daß nur die benötigten Komponenten gekauft werden können, oder ist immer ein Gesamtpaket zu beziehen?
- **Erweiterbarkeit:** Ist die Software später problemlos um weitere Komponenten erweiterbar?
- **Benutzerfreundlichkeit:** Wie benutzerfreundlich ist das System (Hilfefunktionen, Komplexität der Funktionalitäten, Integration von Oberflächen und Datenmasken, die bereits im Unternehmen eingesetzt werden und daher den Mitarbeitern bekannt sind)?
- **Robustheit (Absturzsicherheit, Fehleranfälligkeit):** Wie robust ist das System, insbesondere wenn große Datenmengen bearbeitet werden?

Checkliste Kosten der CRM-Einführung

- **Kosten der Komponenten:** Wie teuer sind die einzelnen Komponenten in Abhängigkeit der geplanten Nutzerzahl?
- **Administrationsaufwand:** Wie aufwendig ist der Betrieb des Systems hinsichtlich gebundener Mitarbeiterressourcen?
- **Einführungsaufwand:** Wie aufwendig ist die Einführung des Systems an sich (insbesondere DV-Stillstandszeiten, Implementierung, Einschnidungen in die tägliche Arbeit)?
- **Schulungsaufwand:** Mit welchem Aufwand für Mitarbeiterschulungen ist zu rechnen, um das System effektiv einsetzen zu können (häufig eine wesentlicher „Flaschenhals“)?
- **Aufwand für Individualanpassungen:** Wie aufwendig sind individuelle Anpassungen des CRM-Systems?

Quelle: Stefan Helmke/Matthias Uebel

Checkliste Integrationsfragen

- **Integration in Systemlandschaft:** Lässt sich das System mit der Ihnen zur Verfügung stehenden Hardware betreiben?
- **Integration bestehender Komponenten:** Können im Unternehmen bereits existierende CRM-Komponenten in die Software integriert werden?
- **Vorhandensein von Schnittstellen:** Sind funktions- und leistungsfähige Schnittstellen zur im Unternehmen bereits eingesetzten Software vorhanden?

Quelle: Stefan Helmke/Matthias Uebel

Checkliste Anforderungsprofil Anbieter

- **Branchenerfahrung:** Über welche relevanten Branchenerfahrungen verfügt der Anbieter?
- **Verständnis Kundenmanagement:** Welches Verständnis hat der Anbieter von Kundenmanagement bzw. was versteht er darunter?
- **Gegenseitiges Verständnis:** Stimmt die "Chemie" zwischen Ihnen und dem Anbieter?

Checkliste Einführungsprobleme (I)

- Wird dem Projekt genügend Aufmerksamkeit seitens der Geschäftsführung beigemessen (Stichwort: Management Attention)?
- Stehen ausreichend Projektmitarbeiter hinsichtlich Projektkomplexität und –umfang zur Verfügung?
- Sind zur Verfügung stehendes Projektbudget und zu erwartende Projektkosten aufeinander abgestimmt?
- Ist ein Einführungsplan für die einzelnen Funktionalitäten entworfen worden?
- Inwieweit werden die späteren Anwender in grundsätzliche inhaltliche Fragen einbezogen? Sind deren Anforderungen aufgenommen worden?
- Haben sich die Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kundenservice hinsichtlich Projektziele und einzuführende Funktionalitäten abgestimmt?

Checkliste Einführungsprobleme (II)

- Sind die Prozesse der Kundenbearbeitung überdacht und ggf. neugestaltet worden?
- Sind die im Unternehmen bereits eingesetzten CRM-Funktionalitäten hinreichend dokumentiert?
- Ist ein adäquates CRM-Audit durchgeführt worden, das die Anforderungsprofile an die umzusetzenden Funktionalitäten und Prozesse dokumentiert?
- Inwieweit ist es hilfreich neben dem CRM-Softwareanbieter auf Unternehmensberater zurückzugreifen?
- Sind die Voraussetzungen für eine einheitliche Datenbasis geschaffen worden?
- Sind notwendige Anwenderschulungen konzipiert und terminlich geplant?
- Ist ein adäquater Change Management-Prozeß zur Förderung der Akzeptanz von CRM und Abbau von Einführungswiderständen geplant?

Bei der Einführung von CRM-Systemen sind einige wichtige Grundsätze zu beachten

Wesentliche Grundsätze bei CRM-Einführungen

- „Technology follows function“ - d. h. es wird von den notwendigen Funktionen und nicht von der Technik ausgegangen.
- CRM-Systeme sind Technology Enabler, die die Kundenbearbeitung unterstützen.
- Im Fokus von CRM sollten nicht Kostensenkungen, sondern Umsatzsteigerungen stehen.
- Nach Möglichkeit ist auf bereits existierenden Komponenten aufzusetzen.
- Zwischen CRM-Systemen und Controlling-Systemen sind Verknüpfungen zu schaffen, insbesondere zur Balanced Scorecard.
- Die Einführung eines CRM-Systems bedeutet Change Management.

Der Markt für CRM-Systeme ist von einer hohen Dynamik gekennzeichnet (I)

- Es haben sich bisher nur rudimentär Marktstandards etabliert.
- Der Markt ist sehr atomisiert mit Ausnahme von Unternehmen wie Siebel und Vantive. Vorwiegend ist eine Fülle von Nischenanbietern anzutreffen, die sich z. T. auf einzelne Funktionalitäten spezialisieren.
- In den nächsten Jahren wird der Marktkonzentrationsprozeß fortschreiten.
- Die Funktionalitäten weisen noch Optimierungspotential auf, insbesondere im Hinblick auf eine effektivere Kundenbearbeitung.
- Techniken des Data Mining und der Kundenzufriedenheitsanalyse können noch gezielter umgesetzt werden.
- Wesentliche Nebenbedingung ist die Optimierung der Schnittstelle zwischen ERP- und CRM-System.

Der Markt für CRM-Systeme ist von einer hohen Dynamik gekennzeichnet (II)

- Für Unternehmen erleichtert sich der CRM-Einführungsprozeß, wenn neben dem Softwareanbieter ein Organisationsberater zur Lösung konzeptioneller Fragen und der Bewältigung des Change-Prozesses hinzugezogen wird.
- Die Marktreife der angebotenen Systeme ist hinsichtlich Flexibilität; Skalierbarkeit und Schnittstellen noch verbesserungsfähig.
- Funktionalitäten zur Verwaltung der Kundendaten weisen hingegen einen höheren Reifegrad auf.
- Funktionalitäten für ein CRM-Controlling haben sich bisher nur ansatzweise etabliert, obwohl entsprechende Konzepte, wie z. B. Kundenzufriedenheitsanalysen bereits vorliegen.

Ansprechpartner für weitere Informationen:

Stefan Helmke, 0177/5721994, helmke@hni.upb.de

Matthias Uebel, 0177/2592952, uebel@hni.upb.de