

Welche Rolle spielt die CRM-Software und was kann sie?

Rolle

Ohne Software und Kundendatenbank funktioniert CRM nicht. Trotzdem darf man CRM nicht mit Software gleichsetzen. Wer meint, er kann sein bestehendes Problem, beispielsweise die schlechte Kundenbindung, lösen, indem er sich eine CRM-Software kauft, irrt.

Zuerst muss das Problem im Unternehmen betrachtet werden, dann wird überprüft, ob dieses durch Software (und wenn ja, durch welche Art?) zu lösen ist. Es gibt keine Software, die pauschal alle Probleme mit dem Kunden löst.

Fähigkeiten

Genau genommen gibt es keine CRM-Software. Betrachtet man sich den kompletten Ansatz von CRM, erkennt man verschiedene Bereiche, an denen Softwarelösungen ansetzen.

1. Ein wichtiger Teil ist beispielsweise die Zusammenführung der Kundendaten und die Analyse dieser Kundendaten. Dazu sind analytische Tools wie Data-Mining-Software oder OLAP-Tools nötig. Man spricht hier auch von analytischem CRM (siehe Marktübersicht).

2. Auf der anderen Seite sollten auch die Mitarbeiter im direkten Kundenkontakt, beispielsweise im Außendienst oder im Call-Center, mit Kundeninformationen versorgt werden. Sie müssen wissen, was der Kunde das letzte Mal gekauft hat, wann er bestellt hat und ob er auch seine Rechnungen bezahlt. Softwarelösungen, die das leisten, nennt man operatives CRM (siehe Marktübersicht).

3. Und der dritte wichtige Part betrifft das Management der verschiedenen Kommunikationskanäle, von E-Mail über Fax bis zum Telefon. Auch hier gibt es mittlerweile verschiedene Lösungen, von einfachen Unified Messaging-Plattformen bis zu ausgefeilten Systemen, die mit der Verteilung von E-Mails auch noch Bearbeitungsvorschriften weiterleiten (siehe Marktübersicht).