

Wie führt man CRM ein?

Angesichts der vielen verschiedenen Aufgaben im CRM sollte ein Unternehmen schrittweise vorgehen.

1. Zuerst steht immer die Ist-Analyse der bestehenden Verkaufs- und Kommunikationsprozesse. In welchem Zustand befinden sich die Kundendaten? In wie vielen verschiedenen Systemen und Datenbanken sind Informationen über die Kunden und Interessenten verteilt?

2. Wenn man sich einen Grobüberblick über den CRM-mäßigen Zustand des Unternehmens gemacht hat, kann man entscheiden, ob man für CRM genug Know-how im eigenen Haus hat oder ob man einen Berater braucht. Denn der nächste Schritt ist die Entwicklung eines Soll-Profiles. Wichtige Fragestellungen sind hier: Wie wollen wir in Zukunft mit unseren Kunden kommunizieren? Welchen Informationsbedarf hat der Kunde in welcher Entscheidungsphase?

3. Im nächsten Schritt wird der Bereich ausgewählt, der für das Unternehmen den größten Nutzen verspricht. Dort wird begonnen.

4. Erst dann sollte man sich im Unternehmen Gedanken über die richtige Software machen. Denn je nach Priorität kann es zuerst in Richtung Datenqualität oder in Richtung operativer Umsetzung gehen. Und mit der Softwareauswahl kommen natürlich die üblichen Schritte bei einer Softwareauswahl: vom Pflichtenheft über Ausschreibung bis zu Einführung und Training der Mitarbeiter.