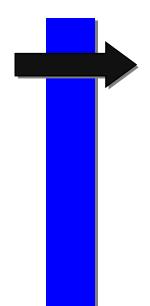


Jungunternehmen-Veranstaltung am 8. Februar 2007

Gestaltungselemente und Einführungsprozesse für CRM<sub>raunhofer Institut</sub>

Arbeitswirtschaft und Organisation

# **Gliederung**



**Aspekte des CRM** 

**CRM-Einführung** 

**CRM-Lastenheft** 

**CRM-Sytem-Auswahl** 

**CRM-System-Anpassung** 



#### **CRM** (Kundenbeziehungsmanagement)

»CRM ist eine bereichsübergreifende Geschäfts**strategie**, die auf den systematischen Aufbau und die Pflege dauerhafter und **profitabler** Kundenbeziehungen zielt.

Mitarbeiter nutzen eine kundenorientierte, effiziente Prozess**organisation**, die durch eine geeignete **technische** Infrastruktur unterstützt wird. «

(CRM SIG bwcon, 2003)



#### Betrachtungsebenen von CRM

#### 1. Strategie

Kundenzentrierte Unternehmensstrategie

#### 2. Organisation

Integration der kundennahen Organisationsbereiche

#### 3. Technik

Einsatz von integrierten Informationssystemen

#### 4. Ertrag

Profitabilität des Unternehmens und der Maßnahmen



#### **Unternehmens-Ideen zur WM 2006**

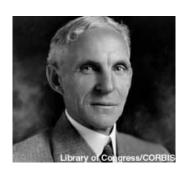
1. Strategie

- TV-Leihgeräte
- rooms-wm2006.com
- Mobile Cocktailbar
- Menschen-Suchmaschine
- Flags to Cloth-Wares
- Fußball-CD Heimspiel
- Fahrradtaxen
- Mobil Internet Gast Information und KundenDankDienst
- WM-Drehscheibe Süd www.your-kick.com
- Hoi'ga:da Rock & Pop auf Schwäbisch
- WM FanSticker
- Grillvergnügen
- Malwettbewerb für Kinder
- 360move
- Wellness- und Natur Resort





# Herausforderung Differenzierung des Angebots Strategie



Früher

"You can paint it in any colour, so long as it's black!"



Ford Model-T, Roadster, 1912

#### Heute

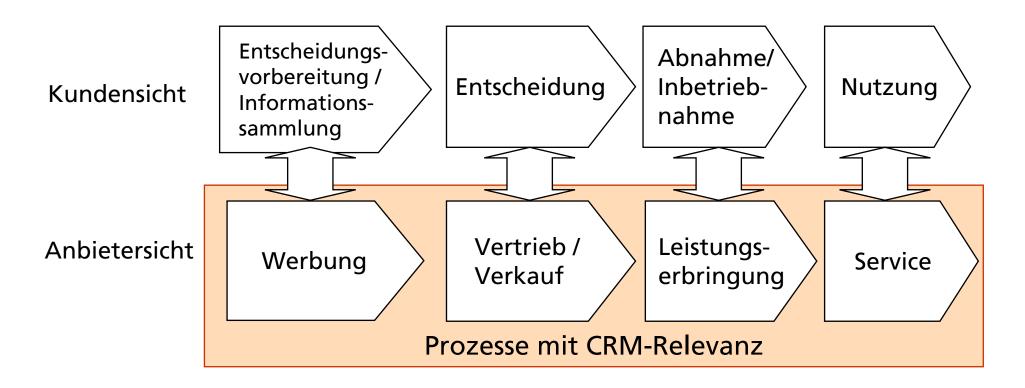
- Mass Customization
- Einsatz von Konfiguratoren
- Built-to-Order Konzepte
- Individualisierte Dienstleistungen

**Ziel**: Schaffung von Kunden-Präferenzen **Herausforderung**: Optimierung von Gewinn und Kosten der Personalisierung!



# **Betrachtung der Kundenprozesse ...**

# 2. **Organisation**



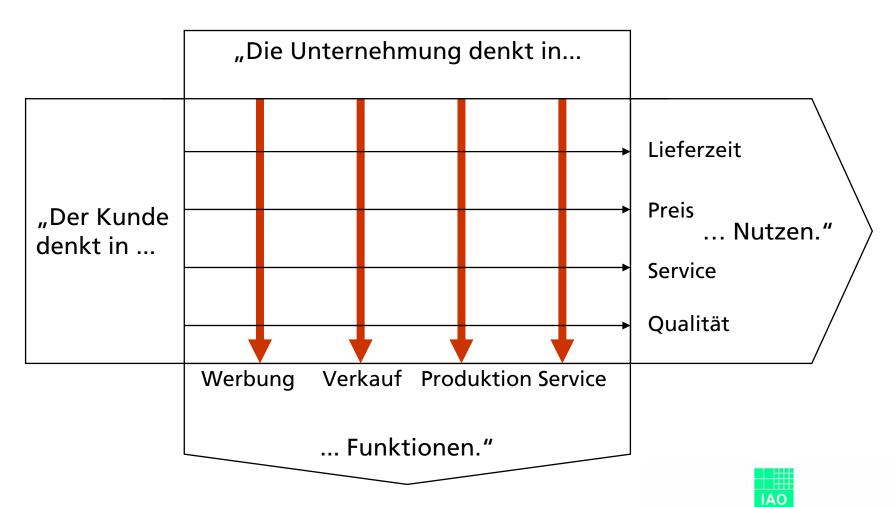
- Je nach Branche, Kunde unterschiedlich lange Phasendauer
- Auslassen von Phasen möglich



Fraunhofer

# ...und der Organisationsbereiche

# 2. **Organisation**



Quelle: Backhaus "Industriegütermarketing"

Fraunhofer Institut
Arbeitswirtschaft und
Organisation

# Nutzerrollen festlegen

# 2. **Organisation**

#### Überblick

- Unternehmensleiter
- Bereichsleiter
- Abteilungsleiter

#### Durchführung

- Projektleiter
- Projektmitarbeiter

# Customer Service Product Support Help Desk Case Infrastructure Management www.salesforce.com

#### Querschnittsfunktionen

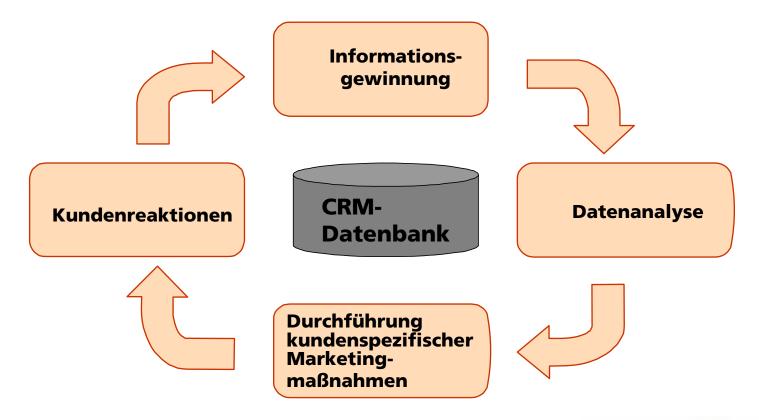
- Vertrieb
- Marketing
- Administration
- Finanzbuchhaltung



Fraunhofer

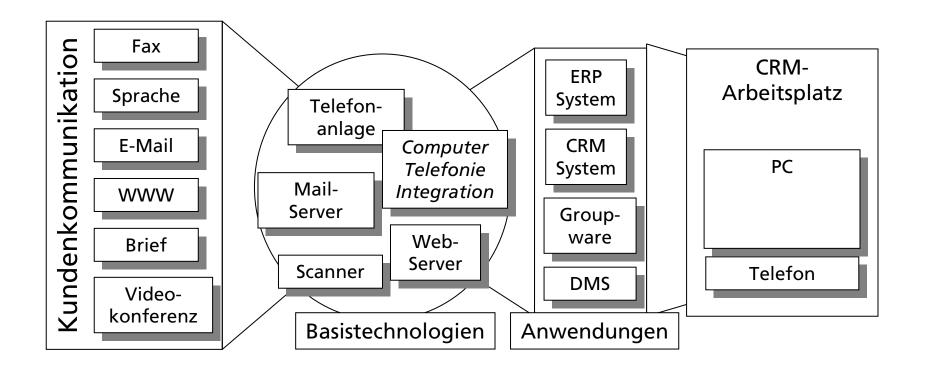
# Regelkreis der Informationen im CRM

#### 3. Technik





# Technisch integrierte Kundenkommunikation 3. Technik

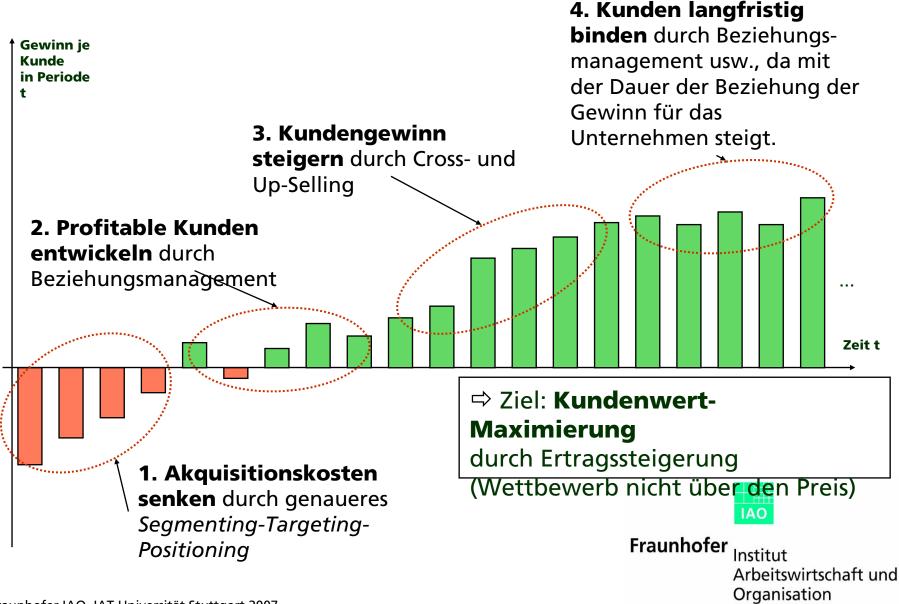


CRM: Customer Relationship Management DMS: Dokumenten-Management System ERP: Enterprise Resource Planning



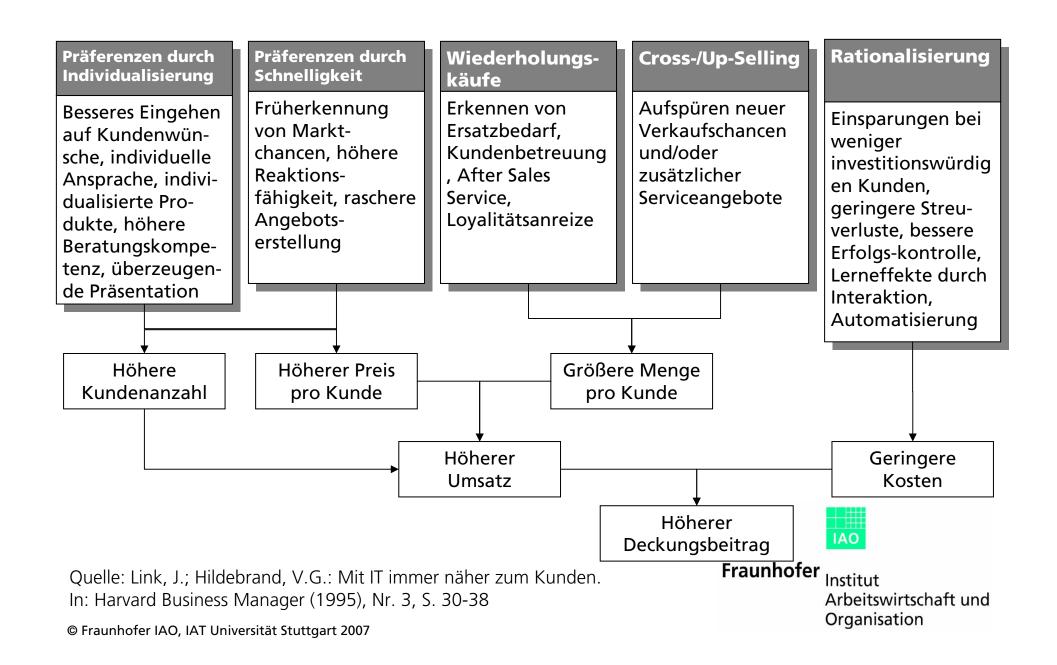
# Langfristige, profitable Kundenbeziehungen

# 4. Ertrag

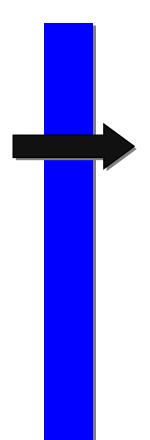


#### **CRM-ROI: Motivation für IT Einsatz im CRM**

#### 4. Ertrag



# **Gliederung**



# Aspekte des CRM

**CRM-Einführung** 

**CRM-Lastenheft** 

**CRM-Sytem-Auswahl** 

**CRM-System-Anpassung** 



# Gestaltungselemente bei der CRM-Systemeinführung

#### **Ablauforganisation**

- Prozessmanagement
- Kunde als Partner
- Schnittstellenreduzierung

#### **Strategie**

- Marktorientierung
- DL-Entwicklung
- Personalisierung

#### **Aufbauorganisation**

- Key Account Management
- Kundenteams
- Change Management





#### Kundenkenntnis

- Bedürfnisse
- Nutzen für den Kunden
- Kundenwert



#### **Technologie**

- CRM-System
- Customizing
- Systemintegration (EAI)

#### **Personal**

- Anreizsysteme
- Mitbestimmung
- Qualifikation

#### **Controlling**

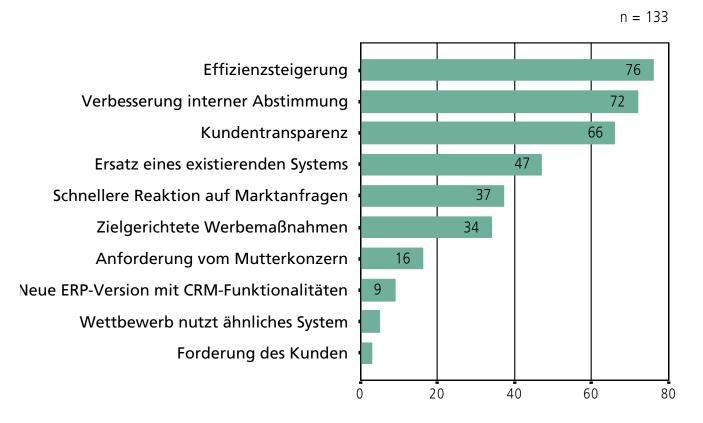
- Kundenwertanalyse (CLV)
- Prozesskostenrechnung
- Steuerungssystem (BSC)

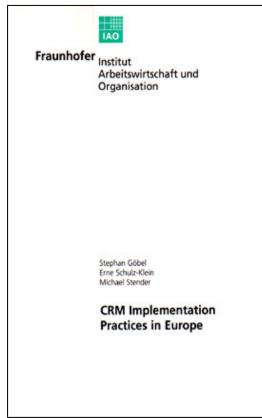


Fraunhofer

#### **Motivation aus Sicht der Anwender**

»Welche der folgenden Faktoren waren für die Einführung eines CRM-Systems ausschlaggebend?«



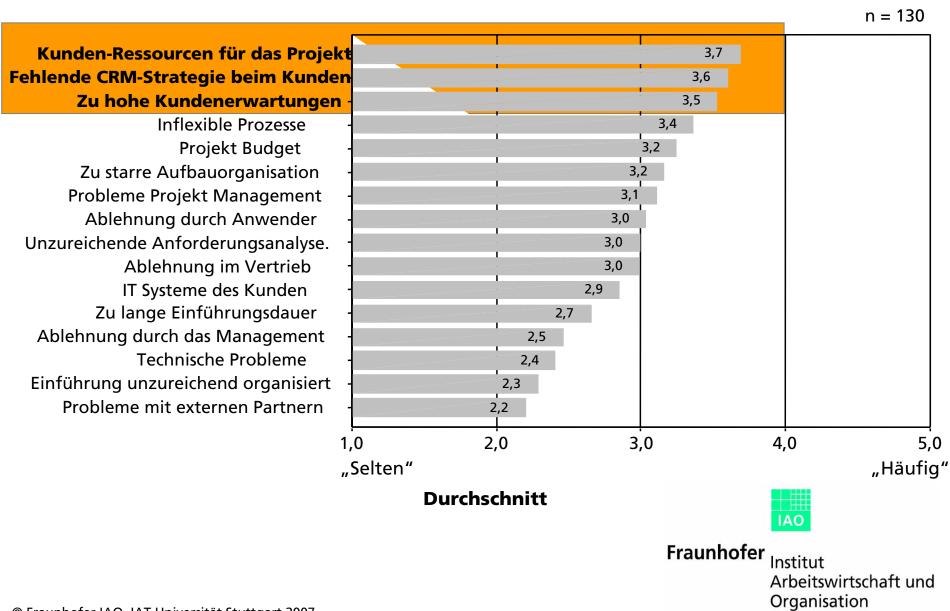




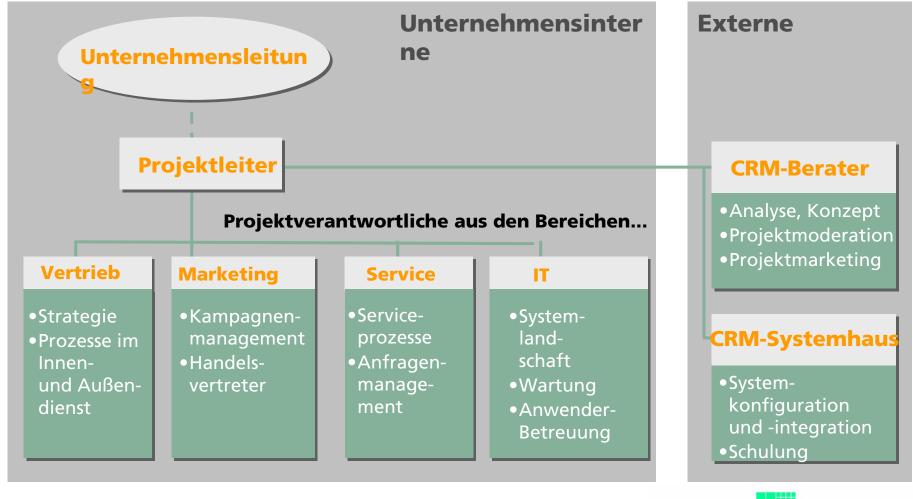
Organisation

Fraunhofer Institut
Arbeitswirtschaft und

#### Häufigste Probleme im Projekt aus Anbietersicht



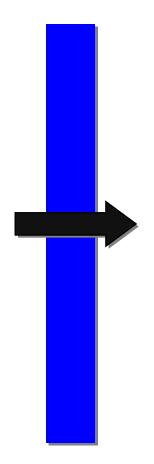
#### **Projektteam**



IA

Fraunhofer Institut

# **Gliederung**



Aspekte des CRM

**CRM-Einführung** 

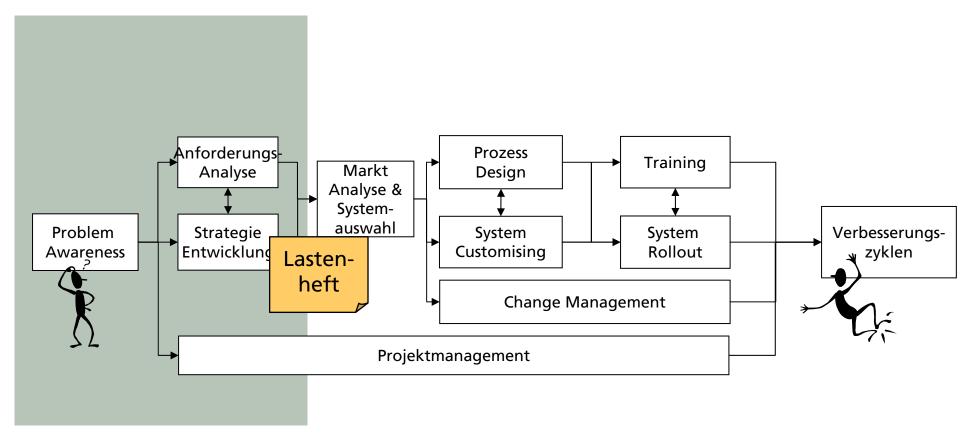
**CRM-Lastenheft** 

**CRM-Sytem-Auswahl** 

**CRM-System-Anpassung** 



# **Projektabschnitt Zielfindung**





# **Lastenheft CRM-System**

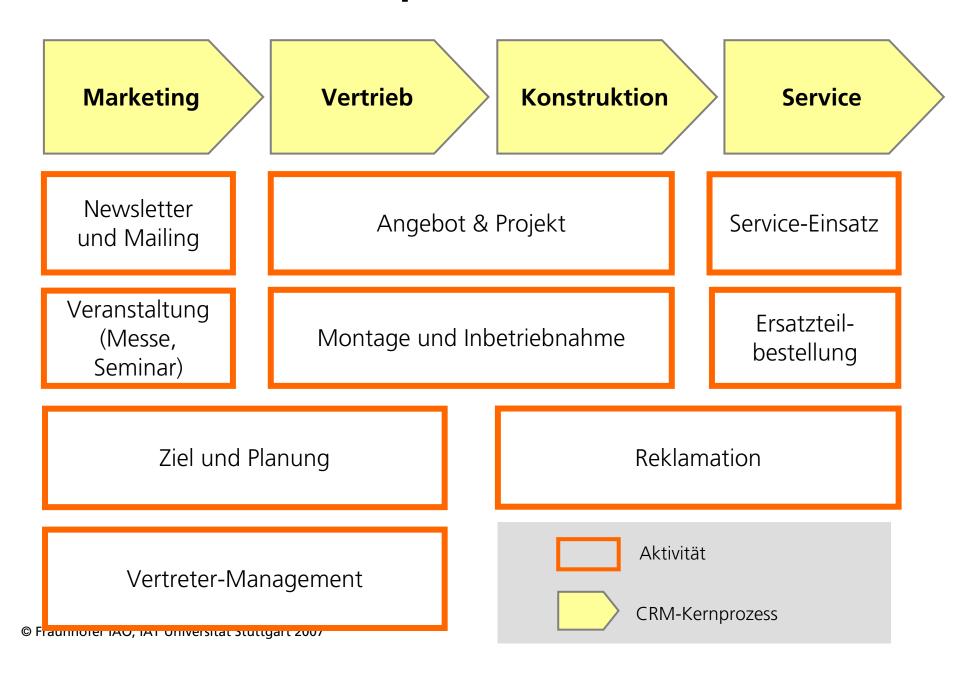
- Das Lastenheft dient der
  - Dokumentation der Anforderungen
  - Konsensbildung im Unternehmen
  - Priorisierung der Anforderungen

Ergebnis : Lastenheft

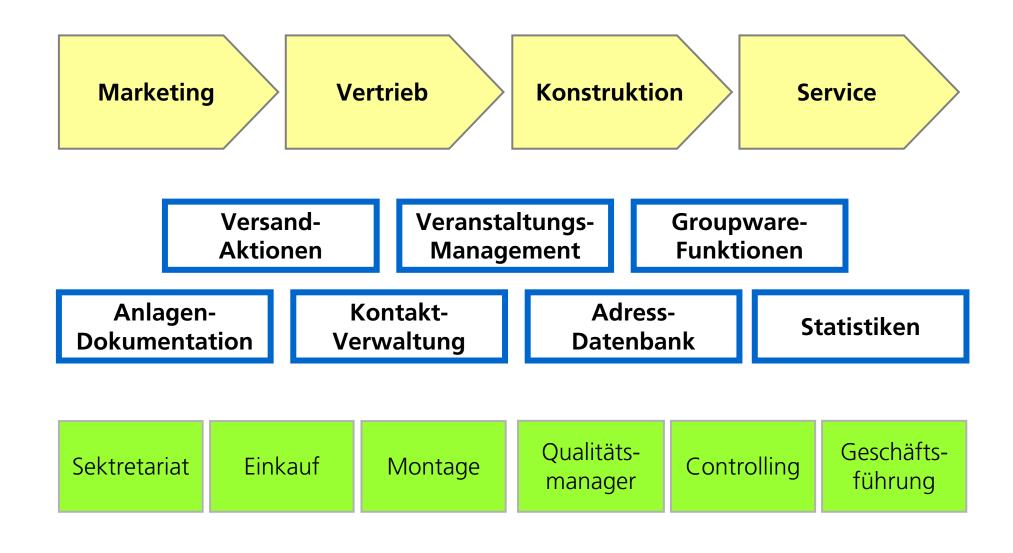
- Das Lastenheft bildet die Grundlage
  - zur Auswahl eines CRM-Systemanbieters
  - zur Anfertigung eines rechtlich bindenden Angebots durch einen CRM-Systemanbieter (Pflichtenheft)



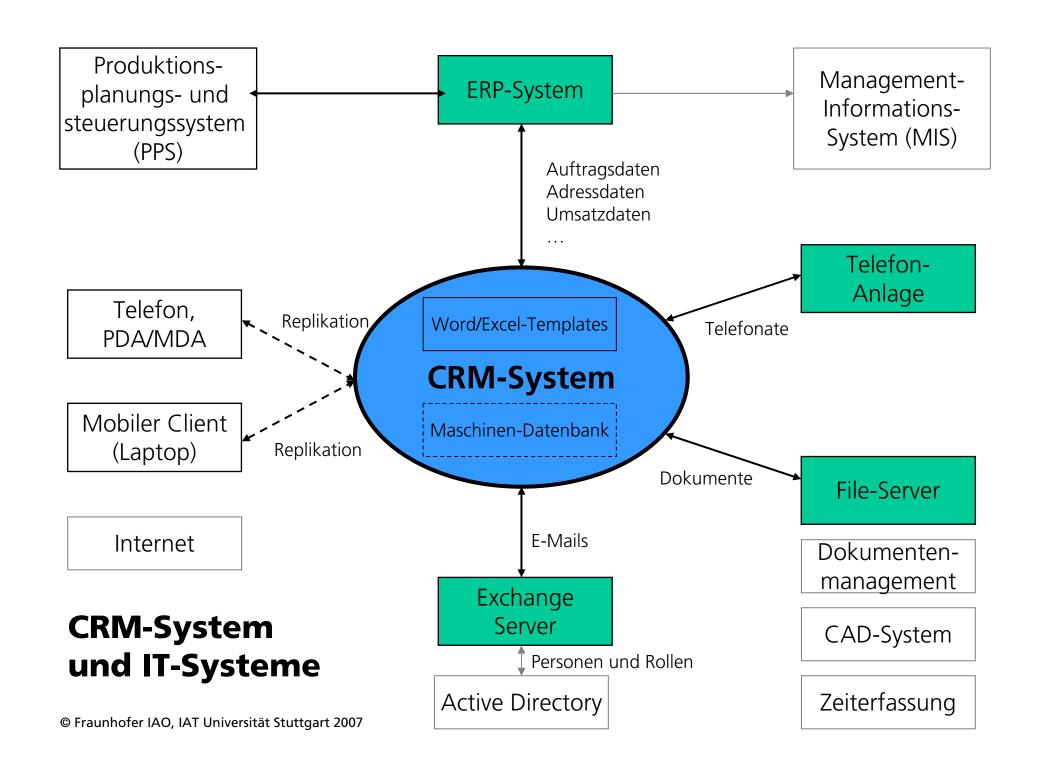
#### Aktivitäten und Kernprozesse



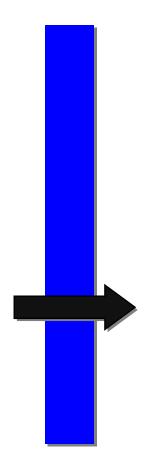
# Systemfunktionen und Organisationsbereiche







# **Gliederung**



**Aspekte des CRM** 

**CRM-Einführung** 

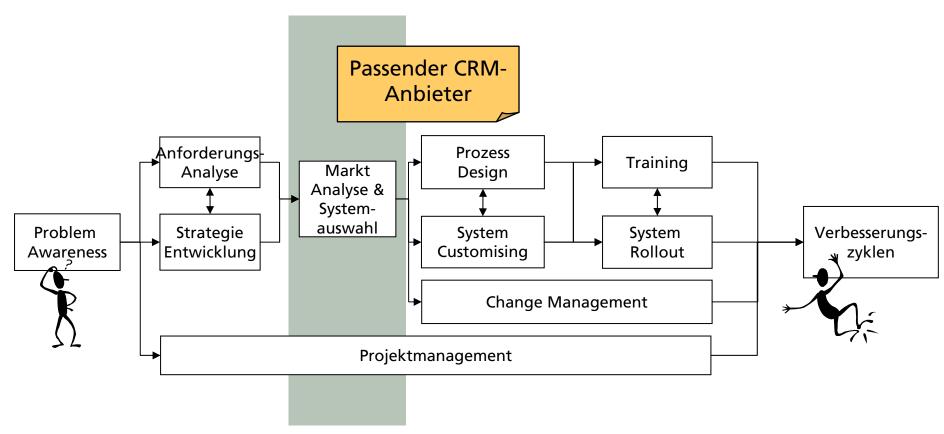
**CRM-Lastenheft** 

**CRM-Sytem-Auswahl** 

**CRM-System-Anpassung** 

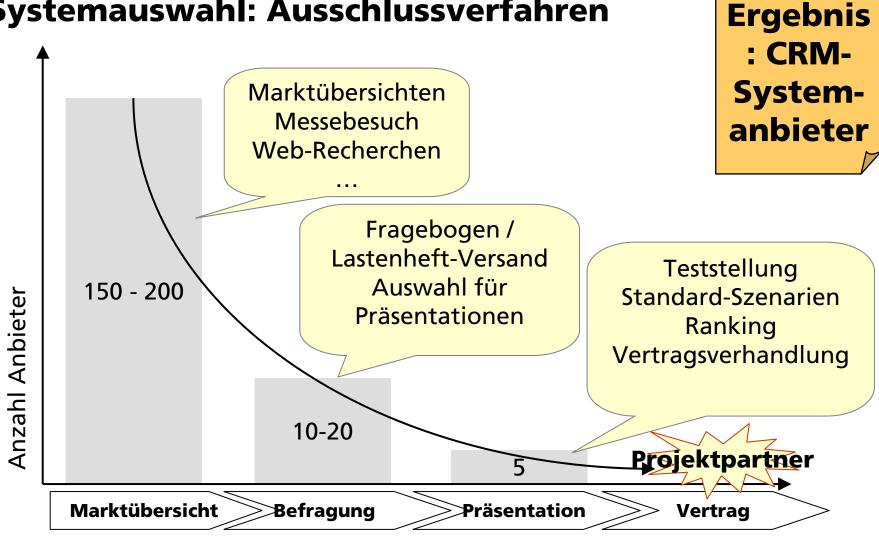


# **Projektabschnitt System-Auswahl**





# Systemauswahl: Ausschlussverfahren





Fraunhofer

Arbeitswirtschaft und Organisation

#### Unterscheidungsmerkmale von CRM-Systemen

- Funktionsumfang
- Technologische Plattform und Integrierbarkeit
- Anpassbarkeit an eigene Vorstellungen
- Investitions- und Betriebskosten
- Service sowie Zusatzleistungen des Anbieters
- Unternehmensgößen-Tauglichkeit
- Branchenausrichtung
- Verbreitung der CRM-Lösung
- Größe und Solidität des Anbieters



# **CRM-Systemanbieter – ein Auszug**



















ORACLE"









SIEBEL





Fraunhofer

# Beispiel für Gelegenheitsbenutzer

#### **SuperOffice CRM**

- Kunden / Lizenzen: 12.500 / 250.000
- Version: 6
- Einfache Installation und Inbetriebnahme
- Einfache Bedienung des Systems
- Mehrsprachigkeit
- Begrenzte Erweiterbarkeit der Systemfunktionalitäten





## **Screenshots SuperOffice CRM**

- AnsprechendeOberfläche
- Intuitive Bedienung
- Auszeichnungen für Design und Benutzerfreundlichkeit











Fraunhofer

# Beispiel für technophile Nutzer

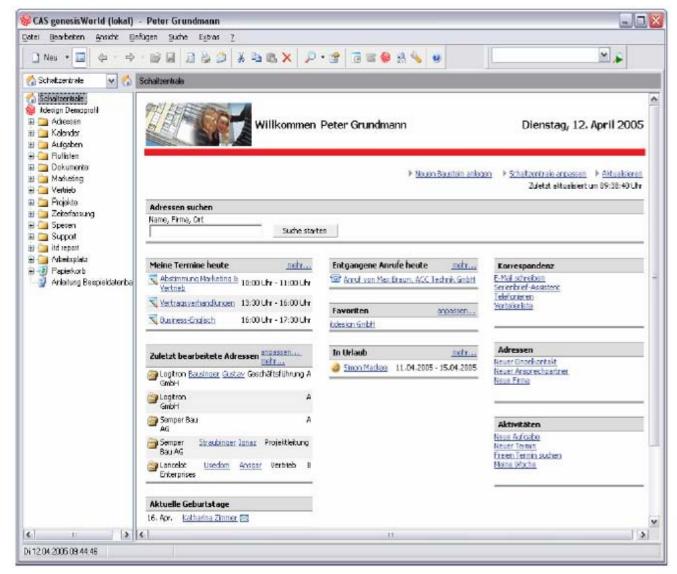
#### **CAS Software AG – Genesis World**

- Kunden / Lizenzen: mehr als 1.000 / 30.000
- Breites Funktionsspektrum
- Einsatz neuester Technologien
- Beliebige Erweiterbarkeit der Systemfunktionalität.
- Zahlreiche Systempartner mit Zusatzmodulen





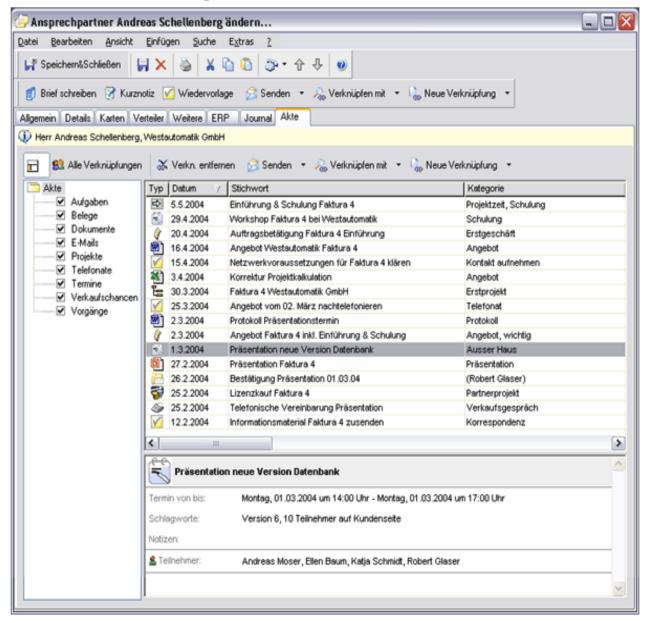
# **Screenshot genesisWorld (1)**





Fraunhofer

# **Screenshot genesisWorld (2)**





Fraunhofer Institut

# Beispiele für Lotus CRM Anbieter

#### **PAVONE CRM**

- Kunden / Lizenzen: 1.000 / 100.000
- Kontaktmanagement
- Korrespondenzmanagement
- Direktmarketing
- Projektmanagement
- Berichtswesen



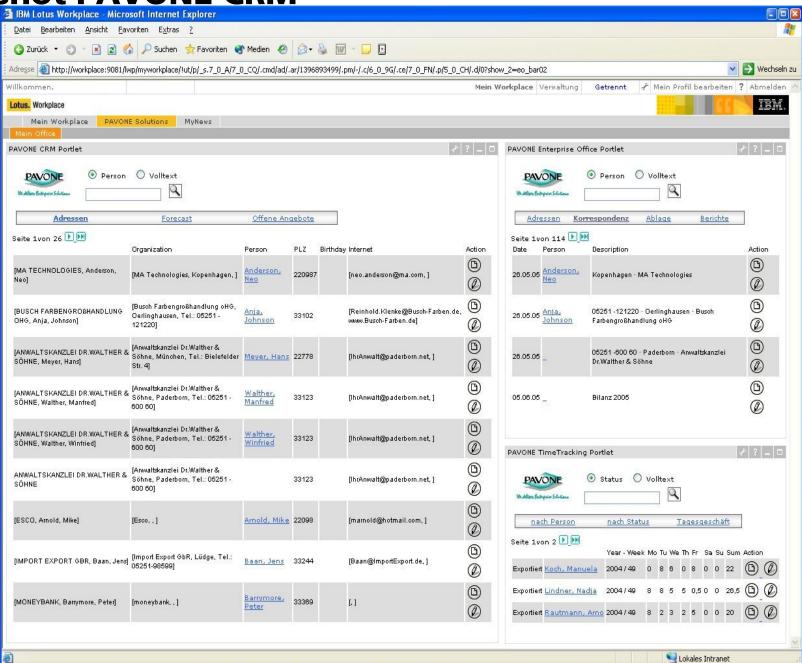
#### Team4 CRM

- Kunden / Lizenzen: 100 / >5.000
- Adress- / Kontaktmanagement
- Aktivitäten- /
   Dokumentenmanagement
- Kampagnenmanagement
- Auftragsbegleitung
- Reporting

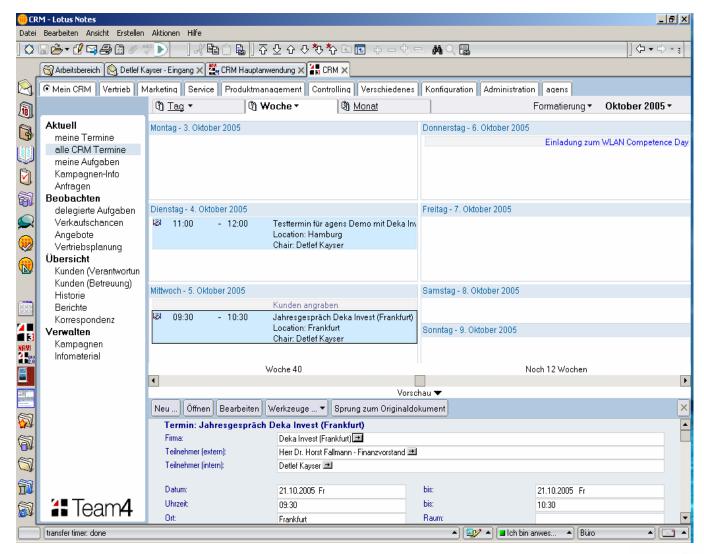




**Screenshot PAVONE CRM** 



#### **Screenshot Team 4 CRM**





Fraunhofer Institut

#### Beispiele für Open Source basierte Lösungen

#### **SugarCRM**

- Kunden / Lizenzen: 150.000Downloads
- Modell: Kostenpflichtige Enterprise Edition incl. Lizenz, Quellcode und Support
- Adress- /Kontaktmanagement
- Terminkalender
- Angebotsverwaltung
- Team Management
- Kontaktsynchronisation / E Mail Austausch mit Outlook



#### opencrx

- Kunden / Lizenzen: 125.000
   Downloads
- Modell: Kostenlose Lizenzen und Quellcode, kostenpflichtiger Professional Support
- Adress- / Kontaktmanagement
- Aktivitätenmanagement
- Dokumentenmanagement
- Reporting und Forecasts

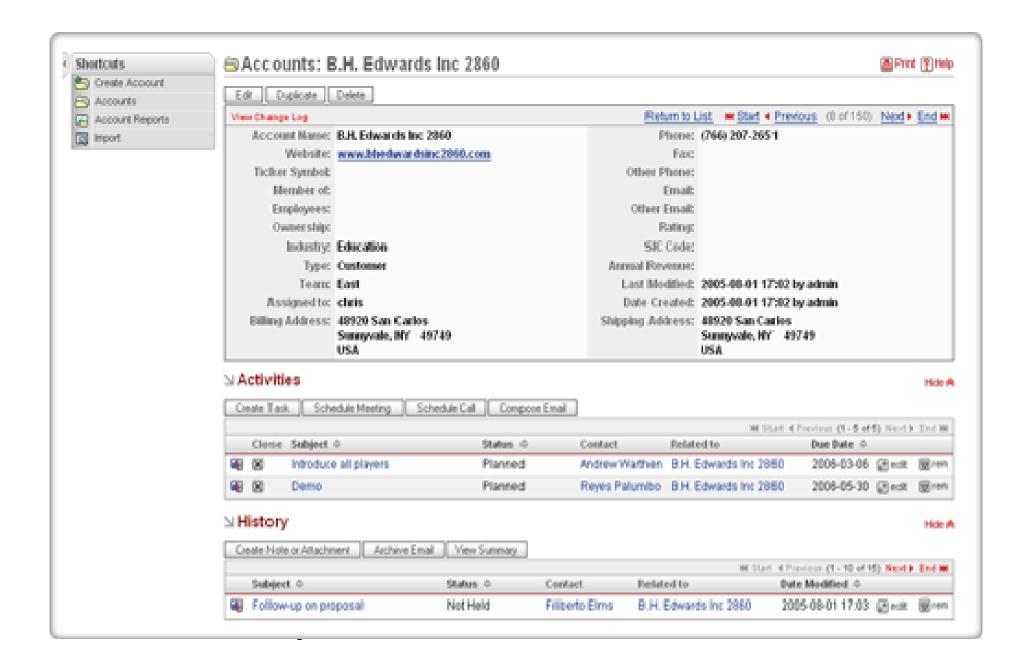




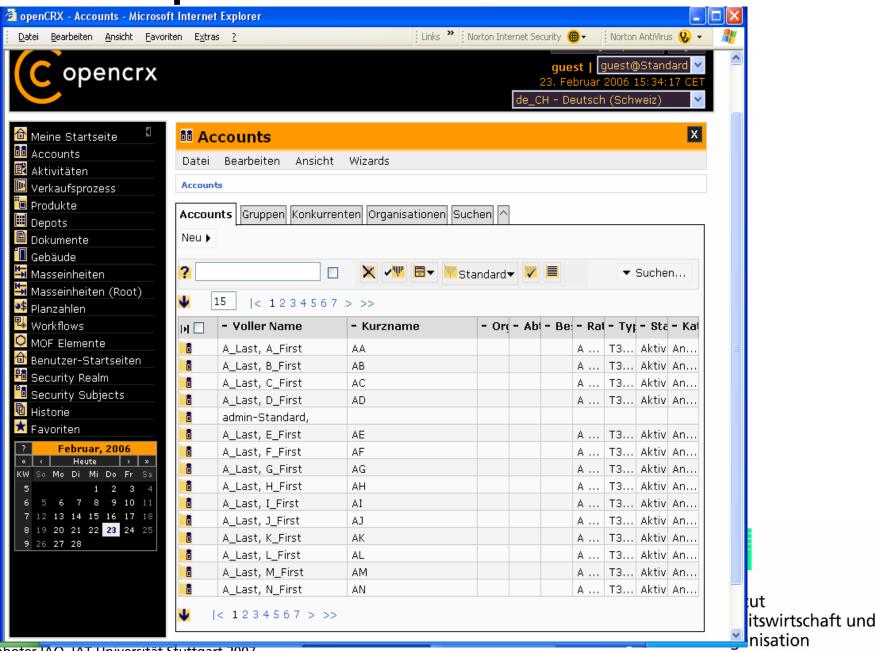
Fraunhofer

Arbeitswirtschaft und Organisation

#### **Screenshot SugarCRM**



**Screenshot opencrx** 



# **Screenshot: Salesforce.com**

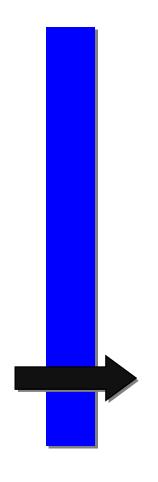






Fraunhofer Institut

# **Gliederung**



**Aspekte des CRM** 

**CRM-Einführung** 

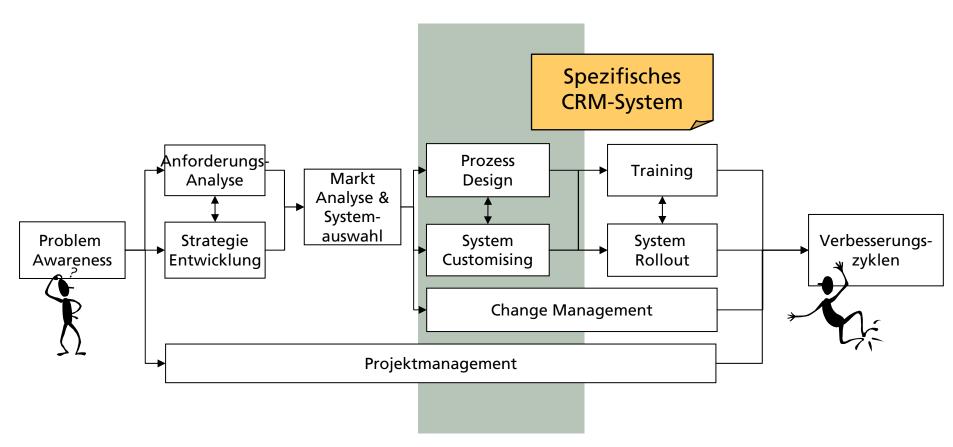
**CRM-Lastenheft** 

**CRM-Sytem-Auswahl** 

**CRM-System-Anpassung** 

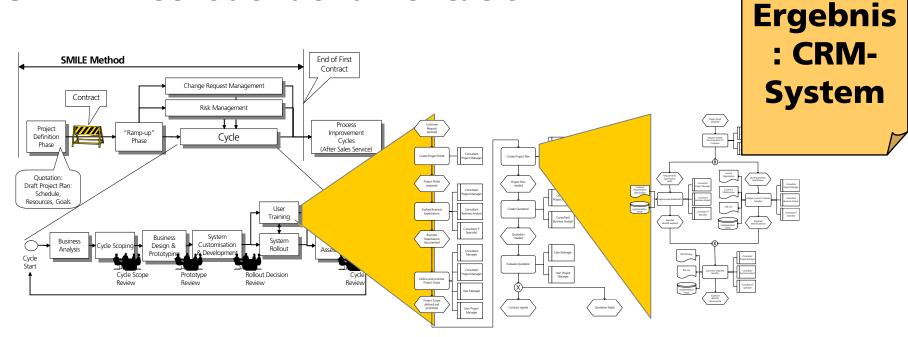


# **Projektabschnitt System-Anpassung**





#### **SMILE Methodendokumentation**



Layer 1: Übersicht

**Layer 2**: EPKs für Prozessblöcke

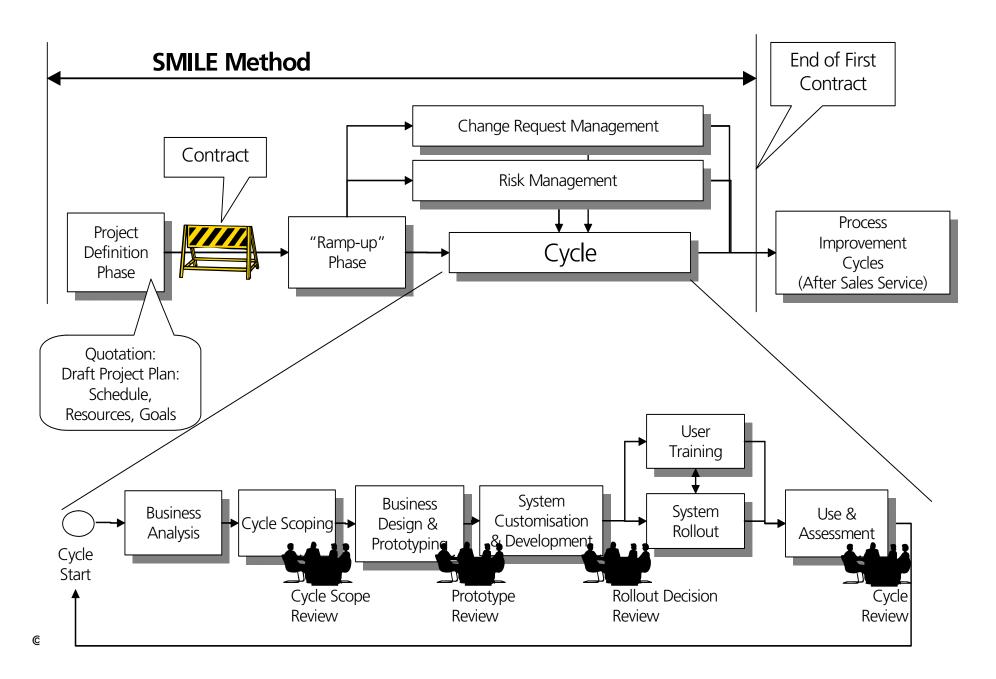
**Layer 3**: Detaillierte EPKs

- Prozessmodell in verschiedenen Detaillierungsgraden
- Rollenmodell (Power User, Projektmanger, Systemadministrator)
- Involvierte Systeme und Tools
- Standard Dokumente und Dokumentvorlagen

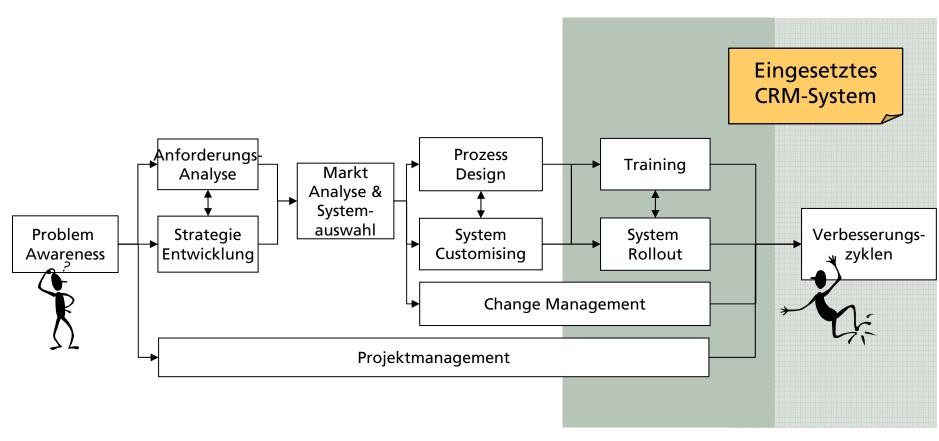


Fraunhofer In

# **SMILE Zyklen**



# **Projektabschnitt Roll-out**





#### **Pause**

