

## CRM als Controlling-Instrument – Organisatorische Rahmenbedingungen und Akzeptanz für mittelständische Unternehmen.

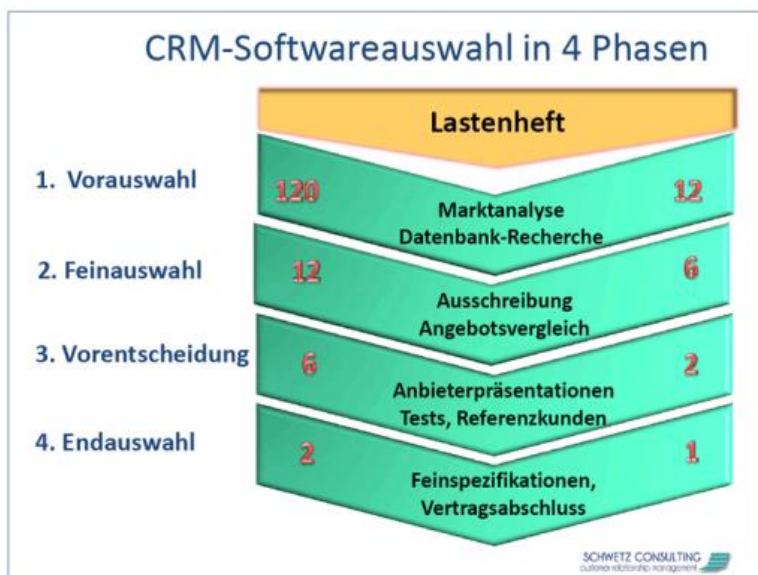
### Ziele

- Erstellung eines Rahmenwerks für mittelständische Unternehmen, die eine CRM-Einführung planen
- Sicherstellung einer nachhaltigen Nutzung der CRM-Software
- Akzeptanzsicherung des CRM-Systems
- Sensibilisierung für den Umgang mit Controlling-Funktionen der CRM-Lösung

### Grundlagen des CRMs

- Abteilungsübergreifende Unternehmensstrategie mit dem Ziel, langfristige und profitable Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen
- Komponenten: operatives, kollaboratives und analytisches CRM
- CRM-Software kann unterstützend eingesetzt werden

### Einführung einer CRM-Software in mittelständischen Unternehmen



#### Implementierung:

- Entscheidende Abteilungen sind von Beginn an zu involvieren
- Unternehmensleitung hat die Implementierung zu unterstützen
- Reihenfolge der Implementierungsschritte unterschiedlich

#### Rollout und erster Praxiseinsatz:

- Mit grundlegenden Funktionen starten
- Möglichst kurzer Schulungszeitraum
- Qualität der Schulung maßgeblich
- Anwender werden transparent

### Bestimmung des Projekterfolgs

- Eintreten einer beabsichtigten, erstrebten Wirkung
- Zielformulierung
- Ergebnis, Kosten, Endtermin
- Teilweise subjektiv
- Erfolgsmessung anhand von Kennzahlen
- Akzeptanzbestimmung
  - SWOT-Analyse
  - Mitarbeiterbefragung

### Fazit

- Aspekt der Ganzheitlichkeit von wesentlicher Bedeutung. Beratungsunternehmen werden unterstützend tätig.
- Umsetzung in kleinen Schritten: schnell erkennbarer Nutzen und keine Überforderung der Mitarbeiter
- Geringe Akzeptanz stellt das häufigste Problem im CRM-Betrieb dar
  - Maßnahmen:
    - Mitarbeiterbefragung
    - Regelmäßige, praxisnahe Schulungen
    - Unterstützung der Mitarbeiter im Arbeitsalltag
- Kontrollfunktion notwendig, um Optimierungspotenziale für ein nachhaltiges Kundenmanagement zu erkennen. Offene Kommunikation sinnvoll.