

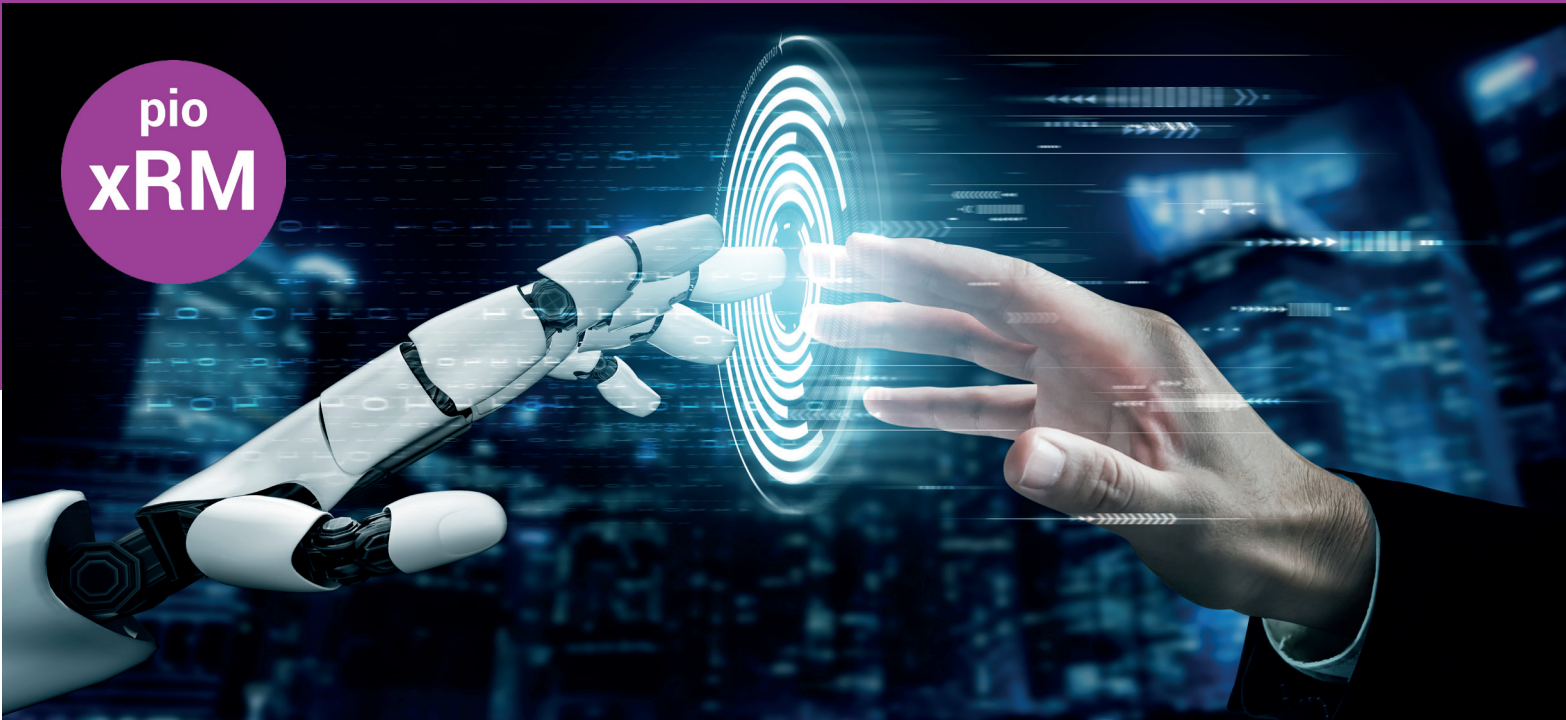


1CTec Group
— THINK. BETTER. BUSINESS. —

UNTERNEHMER OHNE CRM SIND BALD UNTERNEHMER OHNE BUSINESS!?

Eine äußerst provokante Aussage, jedoch mit wahrem Kern. Aber warum genau sind CRM-Systeme im Daily Business nicht nur clevere Helfer, sondern ein absolutes MUST-HAVE?

pio
xRM



Customer-Relationship-Management

Grundsätzlich wird der Begriff **CRM (Customer-Relationship-Management)**, zu Deutsch: Kundenbeziehungsmanagement, von Unternehmen häufig völlig unterschiedlich aufgefasst. Für den einen versteckt sich hinter CRM eine Adressverwaltung, der andere spricht von einer Integration aller im Unternehmen vorhandenen Prozesse. Was ist ein CRM tatsächlich und ganz objektiv? Das eine oder das andere? Oder irgendetwas dazwischen?



Ganz klassisch definiert laut Google

Sucht man bei Google nach der perfekten Definition von CRM findet man genau das: „Das **CRM** oder **Customer-Relationship-Management** bezeichnet eine Strategie zur systematischen Gestaltung der Beziehungen und Interaktionen einer Organisation mit bestehenden und potenziellen Kunden.“ Diese Erklärung ist nun nicht sehr aussagekräftig. Vor allem nicht, wenn wir sie in Bezug zur Überschrift setzen und der Frage, warum jeder Unternehmer ab sofort zwingend ein CRM-System im Einsatz haben sollte. Wir wollen deshalb etwas tiefer ins Detail gehen und klären in den folgenden drei Punkten, warum und wie CRM-Systeme über den Erfolg von kleinen, mittleren und großen Unternehmen entscheiden.

1. Mehr Infos über Kunden bringen mehr Chancen im Verkauf

Genauso oder so ähnlich erklären wir den Mehrwert eines CRM-Systems auch unseren Kunden. Ein **CRM** gewährleistet **DSGVO-konform** Kundendaten zu speichern. Diese Kundendaten werden systematisch mit Information ergänzt, die die Person und ihren Bedarf beschreiben oder die für einen Kauf oder Projektabschluss förderlich sein können. Ziel ist es, eine Beziehung zu einem potenziellen Kunden aufzubauen. Hier können auch private Infos dienlich sein. Wer z.B. weiß, dass der mögliche Kunde ein Faible für schnelle Autos oder Reisen in ferne Länder hat ist bei einem Wiedereinstieg in ein Sales Gespräch klar im Vorteil. Hierbei ist einer der wichtigsten Prinzipien im Verkauf enorm wichtig: Menschen kaufen von Menschen, zu den sie Vertrauen haben und die ihnen sympathisch sind. Das gilt sowohl im B2C- wie auch im B2B-Bereich.

2. Je schneller Kontaktaufnahme, desto erfolgreicher der Vertrieb

Ein weiterer **Vorteil von CRM-Systemen** ist die gesteigerte Effizienz im Vertrieb. Gerade im B2B Bereich wird häufig die Meinung vertreten, dass Vertrieb in der eigenen Branche anders funktioniert als beispielsweise beim Versicherungsmakler oder in einem Autohaus. Fakt ist jedoch, dass das so einfach nicht korrekt ist. Ganz im Gegenteil: Vertrieb funktioniert immer gleich. Die Mechanismen des Vertriebs gelten für alle Branchen, für alle Produkte und Dienstleistungen. Ein entscheidender Mechanismus ist die Zeit für die erste Kontaktaufnahme. Wer in einer Konkurrenzsituation als erster den Kontakt mit einem potenziellen Kunden aufnimmt, ist klar im Vorteil. Hier kommt das CRM-System ins Spiel. Egal, ob per E-Mail, Telefon, Social Media oder über das Formular auf der Webseite. **Alle Kanäle laufen in einem CRM zusammen** und informieren den Vertrieb in Echtzeit über den Lead. Dies ist die schnellste und auch eine effiziente Methode den Vertrieb über den neuen Kontakt zu informieren.

3. Struktur schafft Effektivität schafft Vertriebsvorsprung

Eine Struktur im Vertrieb ermöglicht mehr Kundenkontakte oder Verkaufsgespräche innerhalb der vorhandenen Arbeitszeit. Klar, sicher gibt es auch andere Tools, mit denen man Termine, Sales Calls oder Kundenbesuche organisieren und strukturieren kann. Doch ein entscheidender Vorteil dies über ein CRM laufen zu lassen ist: Alle Termine, Anrufe und Aktivitäten werden in einem **modernen CRM System** als Information beim Kundenstamm ebenfalls hinterlegt – ganz automatisch und ohne Mehraufwand. To-dos und Aufgaben, die sich innerhalb der Vertriebsaktivitäten ergeben, wie Infos zum Produkt, Angebote oder Follow-up-Erinnerungen können sofort an Mitarbeiter bzw. Kollegen weitergegeben oder gar teilautomatisiert erledigt und versendet werden. Ohne persönliches Feedback einholen zu müssen, sieht man die Erledigung der Aufgabe wieder im Kundenstamm. Diese Arbeitsweise spart enorm Zeit ein, die für konkreteren Abstimmungsaufwand mit Kunden verwendet werden kann. Allein die Hochrechnung, dass man in der gleichen Arbeitszeit 2-3 Kundenkontakte pro Tag mehr erledigen könnte, rechtfertigt schon die Einführung und den **Nutzen eines CRM-Systems**.



OHNE CRM KEIN DAUERHAFT ERFOLG- REICHES BUSINESS

Es gibt natürlich viele weitere Gründe, warum ein CRM aus einer digitalen Unternehmenswelt nicht mehr wegzudenken ist. Aber bei allem, was für ein CRM spricht, bleibt die Frage: Was passiert mit den Unternehmen, die bis jetzt den Nutzen eines CRM-Systems für nicht relevant erachten? Kommen sie einfach weiter ohne CRM aus? Unser klares Statement NEIN! Und wir möchten nachfolgend kurz erklären, warum Unternehmen, die erfolgreich sein möchten, nicht mehr vor der Wahl stehen **OB, sondern nur noch WELCHES System** sie implementieren.

Der Boom der technischen Unternehmens-Lösungen



Die letzten 2 Jahre haben einen echten Boom für technische Unternehmenslösungen verursacht und das Ergebnis ist ein Quantensprung in Sachen Digitalisierung. Verlierer dieser rasanten Entwicklung sind ganz klar Unternehmen, die nicht schnell genug auf den Zug aufgesprungen sind. Dass dem so ist, lässt sich recht einfach an folgenden plakativen Beispielen belegen:

- Tech-Unternehmer, die ihr Messe Budget reaktionsschnell für digitale Maßnahmen verwendet haben, konnten sich gegenüber der Konkurrenz, die unsichtbar auf bessere Zeiten warteten deutlich absetzen.
- Technische Außendienstmitarbeiter, die statt auf „Vor-Ort-Termine“ auf Online-Präsentationen und Webinare in Kombination mit klassischem Telefonvertrieb setzen, haben einen deutlichen Zuwachs an potenziellen Kunden zu verzeichnen.
- Restaurants, die sich auf den geänderten Bedarf eingestellt haben und für die Vermarktung Social Media und deren Reichweite genutzt haben, hatten in der Lockdown-Zeit teilweise mehr Umsatz als bei Normalbetrieb.

Entscheidende Faktoren für Unternehmenswachstum

Die entscheidenden Faktoren in einer neuen, noch digitaleren Welt sind mehr denn je: Zeit, Effizienz, Struktur und Vertrauensaufbau. Sprich: Wie lange dauert die erste Kontaktaufnahme? Wie schnell kann ich eine individuelle Lösung zum Problem des Interessenten liefern? Und wie kann ich möglichst schnell eine persönliche Beziehung zum Interessenten oder potenziellen Kunden aufbauen?

Unternehmer, die die genannten Aspekte in Perfektion umsetzen, werden stetig wachsen und immer den entscheidenden Schritt vor der Konkurrenz sein. Und exakt an dieser Stelle **unterstützt ein CRM die unternehmens-internen Prozesse** entscheidend.



Fazit:

Der Unterschied, den ein CRM macht

- Leadquellen wie Webseite, Social Media, Telefonzentrale, Netzwerkkontakte werden entweder automatisch oder schnell in ein CRM übertragen und mit Verantwortlichkeiten oder Aktivitäten versehen
- Durch ein systematisches Aufgaben- und Task-Management strukturiert ein CRM effizient den Vertrieb. Mit mehr Struktur werden deutlich mehr Vertriebsaufgaben erledigt als ohne
- Interessenten werden wie ein Schatz behandelt und speziell bei langen Käuferreisen werden diese vom Vertrieb in regelmäßigen Abständen kontaktiert
- Nur mit einem CRM wird Teamarbeit erst möglich. Jeder im Vertriebsteam ist über den Stand der Aktivitäten oder die hinterlegte Information exakt im Bilde und könnte auch einen Kollegen bei Bedarf ad hoc professionell vertreten

Unternehmen, die diese Challenge nicht annehmen, um das eigene Unternehmen besser, schneller und kundenfreundlicher zu gestalten, werden wohl künftig immer zweiter Sieger sein oder für ein **gesundes und planbares Wachstum** einfach stets zu wenig Kunden haben.