

Anleitung

CRM-Fahrplan - die sieben wichtigsten Schritte zur Kundenbindung

Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Die sieben wichtigsten Schritte zur Kundenbindung

Die Einführung eines CRM-Systems bedeutet oftmals eine Reorganisation des gesamten Betriebs. Dorothea Riedel, Autorin des CRM-Leitfadens für Mittelständler beim „Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr“, erklärt die wichtigsten Schritte bei der Einführung eines CR-Managements.

- 1. Kunden- und Potenzialanalyse.** Bei welchen Kunden kann Ihr Betrieb künftig seine Stärken besonders gut einsetzen? Wo „schlummert“ Neugeschäft im Kundenbestand? Fragen Sie die Kunden gezielt nach Ihren Bedürfnissen und beziehen Sie die Erfahrungen von Mitarbeitern ein.
- 2. Prozess- und Strukturanalyse.** Welche Abläufe im Betrieb und in der Kundenkommunikation sind in den CRM-Prozess zu integrieren? Was muss geändert werden? Wie können die notwendigen Informationen mit wenig Aufwand erfasst, datenschutzgerecht verarbeitet und bereitgestellt werden?
- 3. Lastenheft.** Erarbeiten Sie auf Grundlage der Analyseergebnisse ein Lastenheft. Es dient als Anforderungsprofil für Berater, Software-Entwickler und Ihr eigenes Projektteam.
- 4. Dienstleisterauswahl.** Holen Sie auf der Basis des Lastenheftes Angebote von mehreren Beratern und Softwareanbietern ein. Achten Sie bei der Auswahl nicht nur auf einmalige Installations- und Entwicklungsaufwendungen, sondern auch auf Folgekosten, etwa für Schulung, Datenpflege oder Wartung.
- 5. Pflichtenheft.** Konkretisieren Sie im fachlichen Austausch mit dem ausgewählten Anbieter das Projekt. Halten Sie Muss-, Kann-, Soll- und Abgrenzungskriterien in einem Pflichtenheft fest und machen Sie dieses zum Bestandteil des Vertrages.
- 6. Zeitplan.** Definieren Sie konkrete Etappen der Umsetzung. Planen Sie in überschaubaren, aufeinander aufbauenden Schritten, die neben dem Tagesgeschäft noch realistisch zu bewältigen sind. Nach jedem Teilprojekt sollten Erfolge sichtbar werden, um alle Beteiligten zu motivieren.
- 7. Umsetzung.** Achten Sie bei der Realisierung auf eine parallele Entwicklung der Soft- und Hardware sowie der betriebsinternen Strukturen. Erklären Sie Ihrem Team, dass es sich beim Kundenmanagement nicht um ein (vorübergehendes) Projekt handelt, sondern dass Sie die Orientierung an den Kundenwünschen dauerhaft etablieren wollen.