



# Customer Relationship Management

## Der Weg zu erfolgreichen Kundenbeziehungen

Marketing-Club Siegen e.V.  
Vortrag am 04.02.2003  
Präsentation als PDF

Prof. Dr. Herrad Schmidt  
Universität Siegen  
Wirtschaftsinformatik  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
57068 Siegen  
<http://www-winfo.uni-siegen.de/>  
E-Mail: Schmidt@fb5.uni-siegen.de



## **Customer Relationship Management (CRM)**

Ein ganzheitliches, strategisches Konzept mit dem Ziel, die Beziehungen zwischen Kunden und Unternehmen profitabel auszubauen und langfristig zu erhalten.

### **Motivation**

- Das Kundenverhalten hat sich gewandelt.
- Einen Neukunden zu gewinnen ist wesentlich teurer als einen bestehenden Kunden zu halten.
- Die Werbewirksamkeit klassischer Marketingmaßnahmen nimmt ab.
- Profilierung am Markt durch Alleinstellungsmerkmale ist dringender als je.

### **Ziel**

Ertragsverbesserung durch Fokussierung auf profitable Kunden und Ausschöpfung des Kundenpotentials

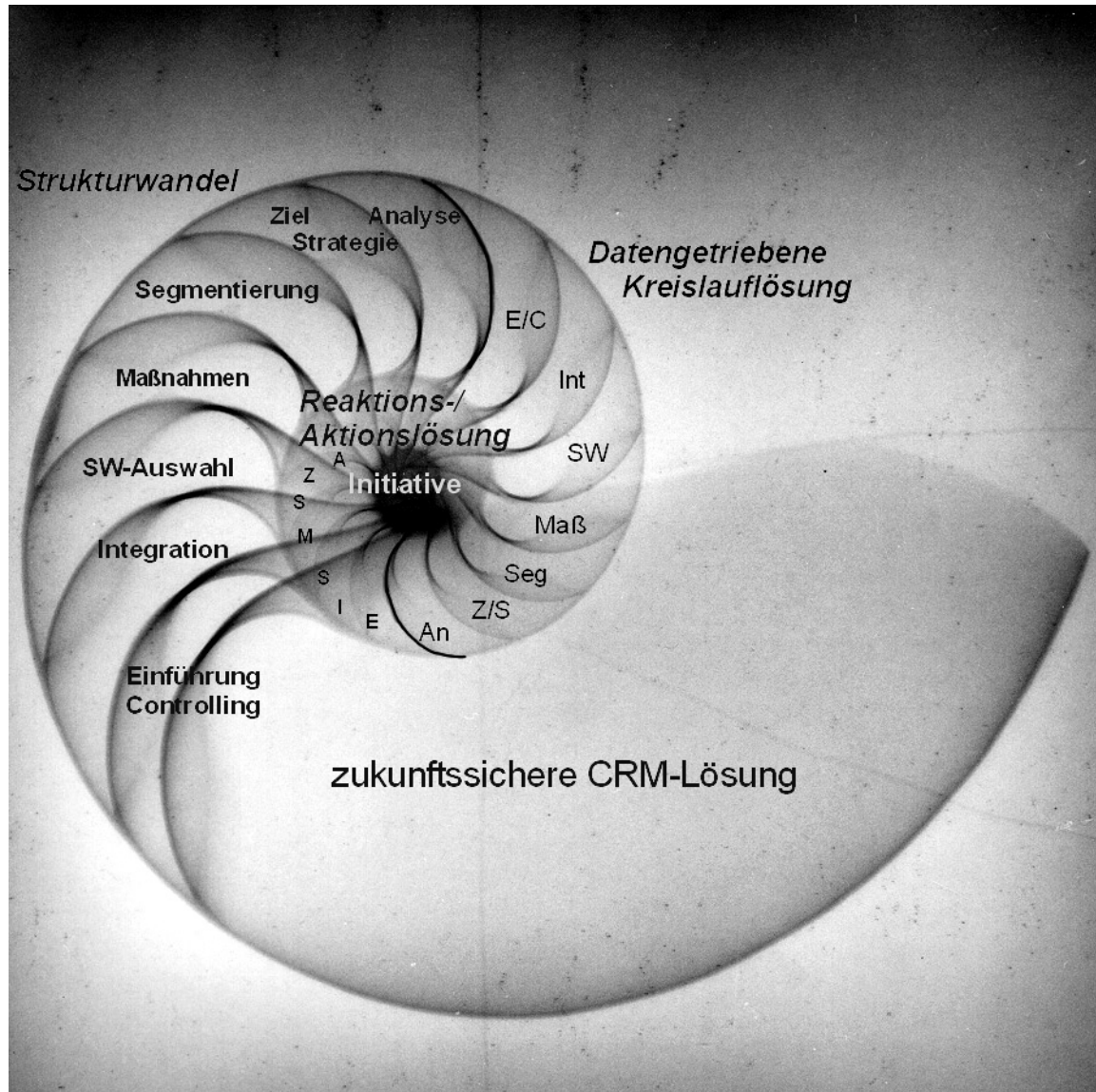


## Grundsätze

- Kundenorientierung statt Produktorientierung
- Kundendifferenzierung statt Gleichbehandlung
- Multikanalstrategie statt Parallelkommunikation
- bedürfnisorientierte Servicestrategie statt Einheitsangebot
- Individualisierung statt Standardisierung
- Zielgenauigkeit statt Streuprinzip
- Bedarfsorientierung statt Technikorientierung
- Lösungsangebot statt Katalog
- Aktion statt Reaktion

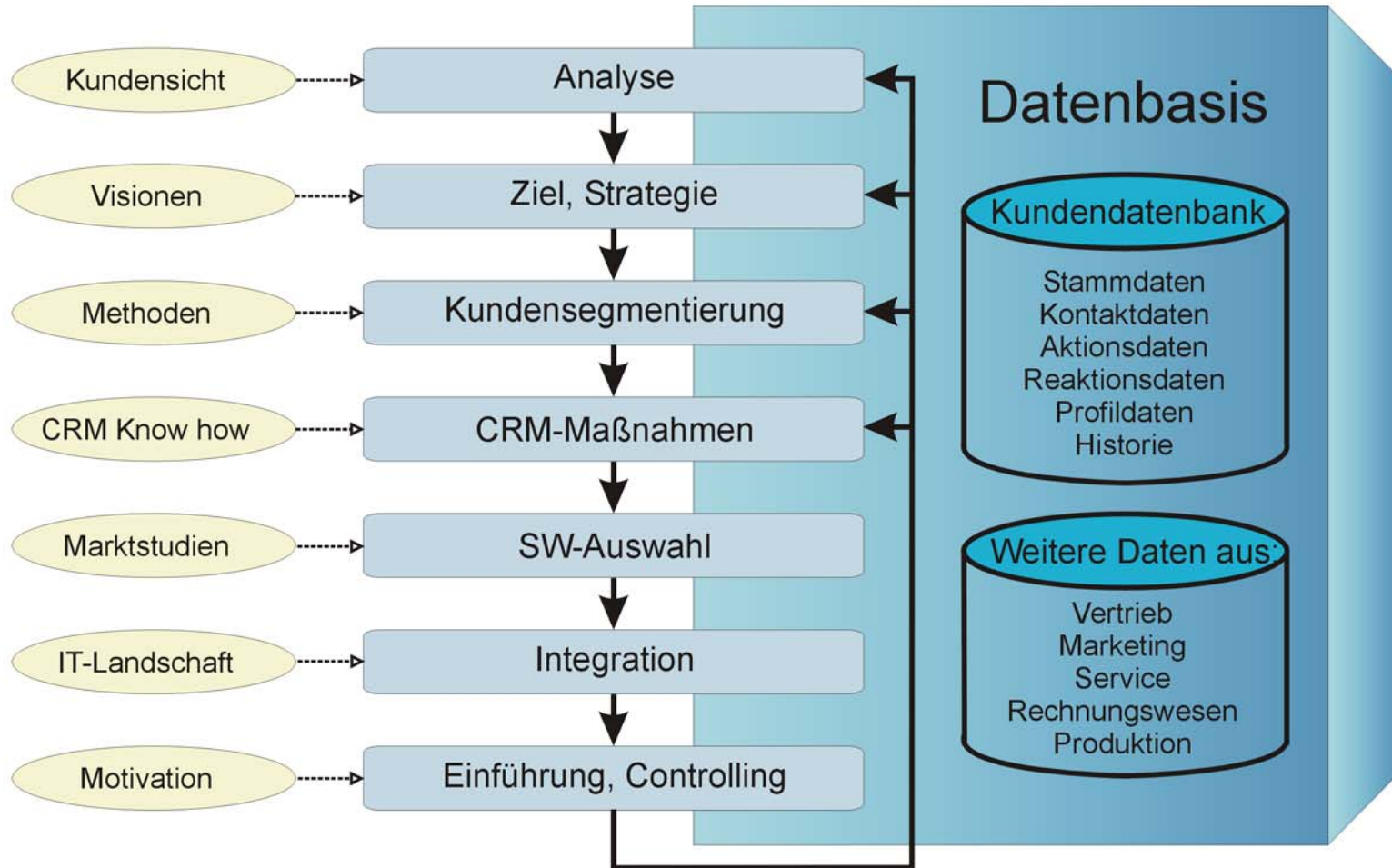


# Das evolutionäre Vorgehensmodell





## Schritte einer Phase





## Erster Zyklus: Reaktions-/Aktionslösung

Analyse	Schwachstellen, Geschäftsprozesse, Kundendaten, Marketingmaßnahmen
Ziel, Strategie	z.B.: Verbesserung der Kundenbindung, Verringerung der Kündigungsquote um x% Strategie: Einführung eines Bonussystems
Kundensegmentierung	ABC-Analyse, Käufer von Premium-Produkten, Bestellzyklen, Wettbewerbsverhalten
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe nächste Seite</i>
Softwareauswahl	Datenbanksysteme, Kontaktmanagementsysteme, Help-Desk-Systeme, Kampagnenmanagementsysteme
Integration	Schnittstellen zu Vertriebsunterstützung und Rechnungswesen
Einführung, Controlling	Mitarbeiterschulung und -motivierung, Kenngrößenmessung, Rückkopplung





## Reaktions-/Aktions-Lösung: Maßnahmen

- Segmentspezifisches Kampagnenmanagement  
(aktions- oder kundenorientiert)
- Segmentspezifisches Bonussystem  
(z.B. CorporateFlyway: [cms.corporateflyway.com/de/cfw/de/cad/0,3018,0-0-73404,00.html](http://cms.corporateflyway.com/de/cfw/de/cad/0,3018,0-0-73404,00.html))
- one face to the customer  
(z.B. RapidMax: [www.rapidmax.de](http://www.rapidmax.de))
- Beschwerdemanagement
- Kontaktmanagement, Wiedervorlagesystem
- Serviceausbau auf der Basis von Computer Telephony Integration (CTI)
- Gesprächsleitfaden, Checklisten  
(z.B. AG-Script: [www.grutzeck.de/products/agscript.htm](http://www.grutzeck.de/products/agscript.htm) )
- Aufbau eines Auswertungs- und Kennzahlensystems



## Erster Zyklus: Reaktions-/Aktionslösung

Analyse	Schwachstellen, Geschäftsprozesse, Kundendaten, Marketingmaßnahmen
Ziel, Strategie	z.B.: Verbesserung der Kundenbindung, Verringerung der Kündigungsquote um x% Strategie: Einführung eines Bonussystems
Kundensegmentierung	ABC-Analyse, Käufer von Premium-Produkten, Bestellzyklen, Wettbewerbsverhalten
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe vorige Seite</i>
Softwareauswahl	Datenbanksysteme, Kontaktmanagementsysteme, Help-Desk-Systeme, Kampagnenmanagementsysteme
Integration	Schnittstellen zu Vertriebsunterstützung und Rechnungswesen
Einführung, Controlling	Mitarbeiterschulung und -motivierung, Kenngrößenmessung, Rückkopplung





## Zweiter Zyklus: datengetriebene Kreislauflösung

Analyse	Kontakt-, Aktions- und Reaktionsdaten, Verkaufshistorie, Kenngrößen, Warenkorbanalysen, Lost-order-Analyse
Ziel, Strategie	z.B.: bessere Anpassung an die Kundenwünsche, Lösungen zum Produkt anbieten, Anwendungsszenarien für die Produkte entwickeln
Kundensegmentierung	Kundenscoring, Kundendeckungsbeitrag, Kundenwert, Portfolio-Erstellung, Clusteranalyse
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe nächste Seiten</i>
Softwareauswahl	SW für Kommunikationsmanagement, Sales-Force-Automation-Systeme, CRM-Systeme, Module von ERP-Systemen, Werkzeuge, Workflow-Systeme
Integration	Vollständige Datenintegration, Multikanal-Integration, Anflanschen an ERP
Einführung, Controlling	CRM-Manager, Closed Loop System, Wirkungsanalyse, Messung der Kundenzufriedenheit



# datengetriebene Kreislauflösung: Maßnahmen

- Call Center: SW-unterstützte Gesprächsführung:

The screenshot shows a software interface for a Call Center (CCC) with the following components and callouts:

- CTI:** A callout pointing to the left sidebar containing buttons for 'Gespräch annehmen', 'Gespräch beenden', 'Gespräch übertragen', 'Konferenz', 'Gespräch weiterleiten', 'Anmelden', and 'Abmelden'.
- Arbeitsliste (Workflow):** A callout pointing to the 'Arbeitsliste' section in the top-left pane, which shows 'Aktueller Fall' and 'Andere Fälle'.
- Stammdaten:** A callout pointing to the 'Stammdaten' section in the top-right pane, which includes fields for 'Partner', 'Identifikation', and 'Telefon'.
- Gesprächsunterstützung:** A callout pointing to the 'Gesprächsunterstützung' section in the middle-right pane, which includes a 'Frage' field and a 'Fachdialog' section.
- Fachprozess:** A callout pointing to the 'Partnerauswahl' table in the bottom-right pane, which lists partner details like PNR, Name, Vorname, Geb.-Dat., PLZ, Ort, and Straße.
- Fachhilfe/Argumentation:** A callout pointing to the 'Beraterlexikon' section in the bottom-left pane, which displays a grid of icons and text for various topics like 'Unternehmen', 'KFF', 'Leben', 'Krankheit', 'Rechtsschutz', and 'SUH'.

At the bottom of the interface, there are buttons for 'Weiter', 'Abbrechen', and 'Abmelden', and a status bar showing the time as 12:25.



## *Fortsetzung:* **datengetriebene Kreislauf**lösung:

### **Maßnahmen**

- Kundenloyalitätsprogramme, Kundencenter
- Personalisierte Angebote und Empfehlungen  
(z.B. Bericht über Sören: [www.e-gateway.de/dedig/awb\\_toenntex.cfm](http://www.e-gateway.de/dedig/awb_toenntex.cfm),  
personalisierte Angebote von Amazon: [www.amazon.de](http://www.amazon.de))
- Cross Selling, Up Selling
- Intranet, personalisiertes Login, E-Shop  
z.B. Abfrage des Status bei Servicevorgängen: *siehe nächste Seite*



**Mein Dell-PC**

Bestellstatus | Service Einsatz Status | Auftragsüberwachung

**Dell Precision WorkStation 530**

XEON,PRE,2000/400,512K,SK

T

Service Tag: [redacted]

Service Code: [redacted]

Lieferdatum: 20/11/2002

- ▶ Konfiguration
- ▶ Meinen Dell reparieren
- ▶ Meinen Dell aufrüsten
- ▶ Ein anderes System auswählen

**Schnelle Links**

- ▶ Einführung
- ▶ Neues und Herausragendes
- ▶ Datei Archiv
- ▶ Wissensdatenbank
- ▶ Bestellstatus
- ▶ Status von Servicevorgängen

**Weltweite Support Seite**

Europa

✉ Diesen Link per E-Mail verschicken

🖨 Seite drucken

# Dell | Customer Care

*"Customer Service nur einen Klick entfernt"*

## Status von Servicevorgängen

Diese Seite zeigt alle Servicevorgänge für die entsprechende Servicekennung der letzten 2 Monate. Servicevorgänge, die nicht in dieser Liste aufgeführt sind, können Sie über die Suchfunktion für einzelne Servicevorgänge aufrufen.

4 Gefundene Servicevorgänge

Referenznummer	Datum des Servicevorgangs	Servicekennung	Art des Vorgangs	Vorgangstatus
<a href="#">06020236822</a>	22/1/2003	[redacted]	Vor-Ort-Service am nächsten Arbeitstag	Termin vereinbart
<a href="#">06020235126</a>	20/1/2003	[redacted]	Vor-Ort-Service am nächsten Arbeitstag	Abgeschlossen
<a href="#">06020235106</a>	20/1/2003	[redacted]	Vor-Ort-Service am nächsten Arbeitstag	Servicevorgang wurde storniert
<a href="#">06020235064</a>	20/1/2003	[redacted]	Vor-Ort-Service am nächsten Arbeitstag	Servicevorgang wurde storniert



## *Fortsetzung:* **datengetriebene Kreislauflösung:**

### **Maßnahmen**

- Antizipation von Aufträgen
  
- Nutzenorientierter Produktgenerator  
(statt produktorientiertem Konfigurator, z.B. Opel: [www.opel.de](http://www.opel.de)  
nutzenorientierter Produktgenerator, z.B. Meyer: [www.meyer-sz.de/app/start](http://www.meyer-sz.de/app/start))
  
- Customer Care Services  
(z.B. Telekom: [www.telekom.de/dtag/ipl1/cda/level3\\_a/0,3680,10481,00.html](http://www.telekom.de/dtag/ipl1/cda/level3_a/0,3680,10481,00.html))
  
- Integration der Kommunikations-Medien
  
- Reaktionen auf Beschwerdeauswertung



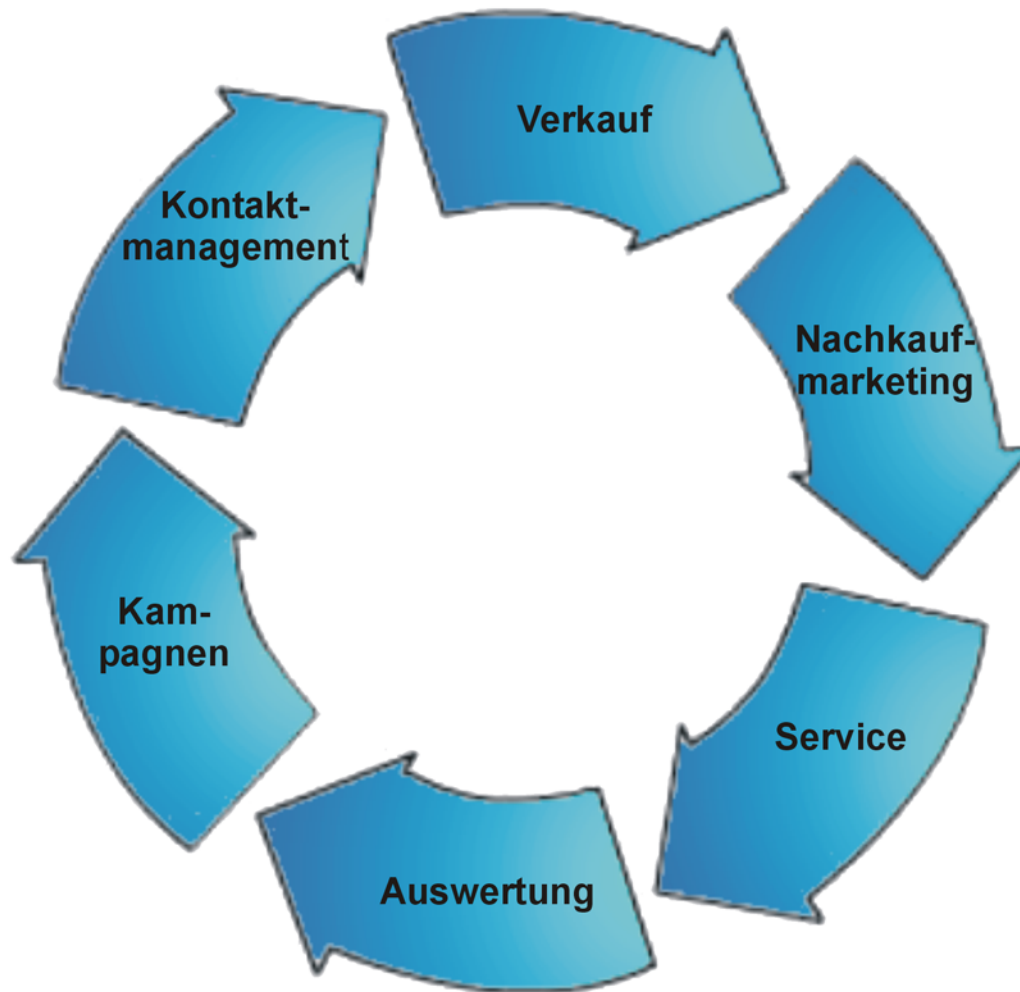
## Zweiter Zyklus: datengetriebene Kreislauflösung

Analyse	Kontakt-, Aktions- und Reaktionsdaten, Verkaufshistorie, Kenngrößen, Warenkorbanalysen, Lost-order-Analyse
Ziel, Strategie	z.B.: bessere Anpassung an die Kundenwünsche, Lösungen zum Produkt anbieten, Anwendungsszenarien für die Produkte entwickeln
Kundensegmentierung	Kundenscoring, Kundendeckungsbeitrag, Kundenwert, Portfolio-Erstellung, Clusteranalyse
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe vorige Seiten</i>
Softwareauswahl	SW für Kommunikationsmanagement, Sales-Force-Automation-Systeme, CRM-Systeme, Module von ERP-Systemen, Werkzeuge, Workflow-Systeme
Integration	Vollständige Datenintegration, Multikanal-Integration, Anflanschen an ERP
Einführung, Controlling	CRM-Manager, Closed Loop System (s. nächste Seite), Wirkungsanalyse, Messung der Kundenzufriedenheit





## Closed Loop System





## Dritter Zyklus: Strukturwandel

Analyse	Prozeßkostenrechnung, Kundenprofile, Rückkopplungen für Qualitätssicherung, Entwicklung, Produktion
Ziel, Strategie	z.B.: Kundenpotential ausschöpfen Unterstützung des Beschaffungsprozesses Strategie: Dienstleistungen, Zusatzangebote entwickeln
Kundensegmentierung	Kundenkapitalwert, OLAP, Data-Mining
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe nächste Seite</i>
Softwareauswahl	WWW-Applikationen, Prozeßportale, Data Warehouse-System, OLAP-Werkzeug, Data Mining-System, CRM-System, integriertes CRM-Modul
Integration	Enterprise Application Integration
Einführung, Controlling	Reorganisation, Managementausrichtung, Messung des Kundenverhaltens



## Strukturwandel:

### Maßnahmen

- Ausrichtung aller Geschäftsprozesse auf den Kunden
- Unterstützung des Kundenprozesses  
(z.B. CREDIT SUISSE: [www.credit-suisse.ch/yourhome/](http://www.credit-suisse.ch/yourhome/))
- Unterstützung des Kundenlebenszyklus  
(z.B. HEA e.V.: [www.hea.de/](http://www.hea.de/))
- Ausarbeitung von personalisierten Lösungspaketen
- Customer Interaction Center  
(z.B. 4managers: [www.4managers.de/10-Inhalte/Dateien/customerinteractioncenter.pdf](http://www.4managers.de/10-Inhalte/Dateien/customerinteractioncenter.pdf) )
- Erfassung und Analyse der Abwanderung
- Kündiger-Prävention, Kündiger-Rückgewinnung

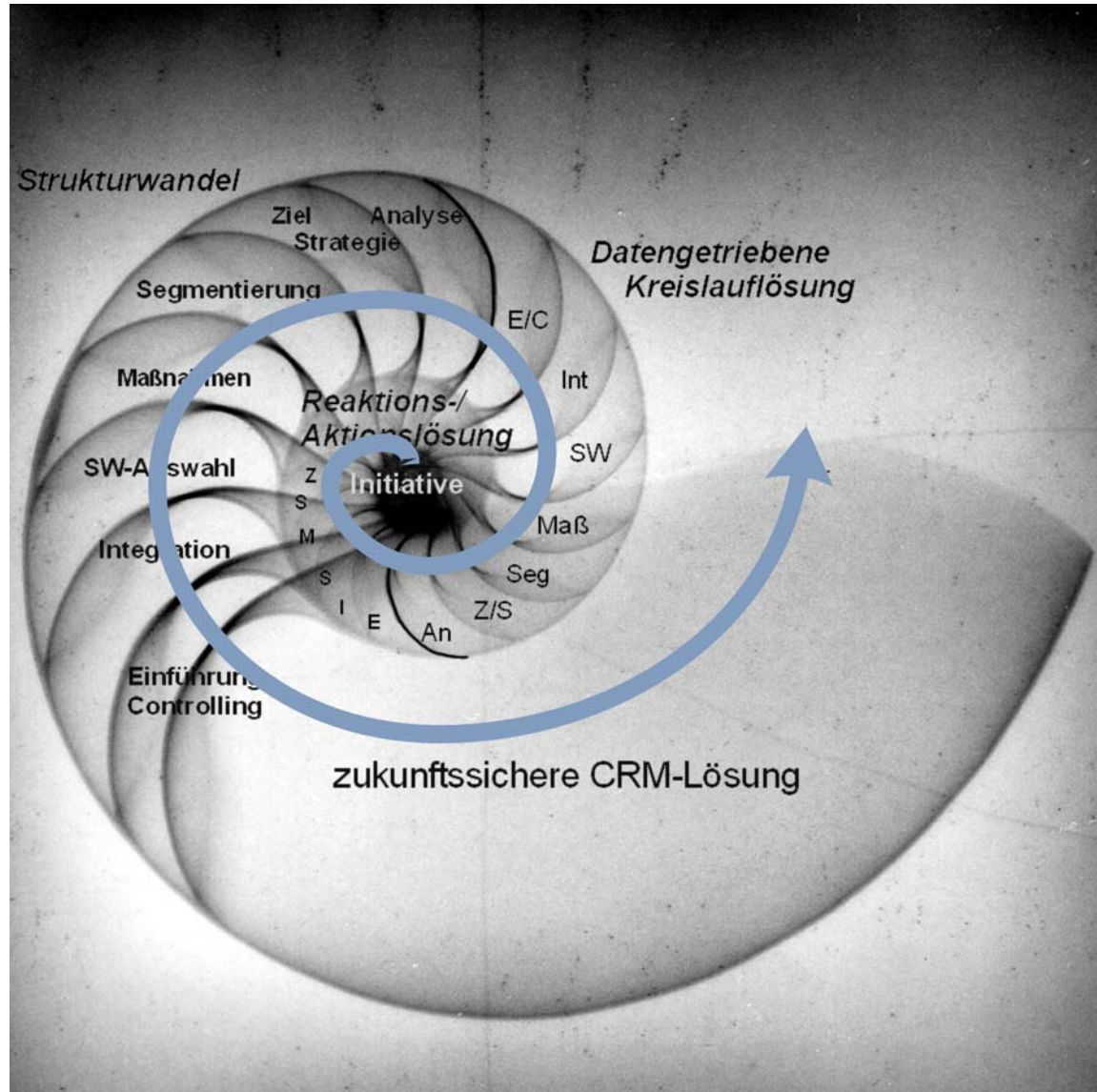


## Dritter Zyklus: Strukturwandel

Analyse	Prozeßkostenrechnung, Kundenprofile, Rückkopplungen für Qualitätssicherung, Entwicklung, Produktion
Ziel, Strategie	z.B.: Kundenpotential ausschöpfen Unterstützung des Beschaffungsprozesses Strategie: Dienstleistungen, Zusatzangebote entwickeln
Kundensegmentierung	Kundenkapitalwert, OLAP, Data-Mining
Maßnahmenbestimmung	<i>Siehe vorige Seite</i>
Softwareauswahl	WWW-Applikationen, Prozeßportale, Data Warehouse-System, OLAP-Werkzeug, Data Mining-System, CRM-System, integriertes CRM-Modul
Integration	Enterprise Application Integration
Einführung, Controlling	Reorganisation, Managementausrichtung, Messung des Kundenverhaltens



# Umsetzung





## Internet-Adressen der Bezüge:

- CorporateFlyway: [cms.corporateflyway.com/de/cfw/de/cad/0,3018,0-0-73404,00.html](http://cms.corporateflyway.com/de/cfw/de/cad/0,3018,0-0-73404,00.html)
- RapidMax: [www.rapidmax.de](http://www.rapidmax.de)
- AG-Script: [www.grutzeck.de/products/agscript.htm](http://www.grutzeck.de/products/agscript.htm)
- Über Sörens: [www.e-gateway.de/dedig/awb\\_toentex.cfm](http://www.e-gateway.de/dedig/awb_toentex.cfm)
- Amazon: [www.amazon.de](http://www.amazon.de)
- Opel: [www.opel.de/](http://www.opel.de/)
- Meyer: [www.meyer-sz.de/app/start](http://www.meyer-sz.de/app/start)
- Telekom: [www.telekom.de/dtag/ipl1/cda/level3\\_a/0,3680,10481,00.html](http://www.telekom.de/dtag/ipl1/cda/level3_a/0,3680,10481,00.html)
- Credit Suisse: [www.credit-suisse.ch/yourhome/](http://www.credit-suisse.ch/yourhome/)
- HEA e.V.: [www.hea.de/](http://www.hea.de/)
- 4managers: [www.4managers.de/10-Inhalte/Dateien/customerinteractioncenter.pdf](http://www.4managers.de/10-Inhalte/Dateien/customerinteractioncenter.pdf)

Rechtlicher Hinweis: Die Verfasserin ist weder für die Texte, noch die Inhalte oder die Links der angegebenen Web-Seiten verantwortlich.





## Eine kleine Auswahl von Internet-Adressen zum Thema CRM:

- Competence Site: [www.competence-site.de/crm.nsf](http://www.competence-site.de/crm.nsf)
- CRM Magazine: [www.destinationcrm.com](http://www.destinationcrm.com)
- CRM Produkte: [www.crmguru.com/content/papers/solutions\\_guide.pdf](http://www.crmguru.com/content/papers/solutions_guide.pdf)
- CRM Research Center: [www.cio.com/research/crm/edit/crmabc.html](http://www.cio.com/research/crm/edit/crmabc.html)
- SW-Anbieter: [www.siebel.com/bestpractices/examples.shtm#](http://www.siebel.com/bestpractices/examples.shtm#)
- SW-Anbieter : [www.peoplesoft.de/de/de/products/index.html](http://www.peoplesoft.de/de/de/products/index.html)
- SAP: [www.sap.com/germany/solutions/crm/](http://www.sap.com/germany/solutions/crm/)
- Portal für CRM-Anwender: [www.schimmelverlag.de/crm-portal](http://www.schimmelverlag.de/crm-portal)
- Zeitschrift: [www.absatzwirtschaft.de](http://www.absatzwirtschaft.de)

Rechtlicher Hinweis: Die Verfasserin ist weder für die Texte, noch die Inhalte oder die Links der angegebenen Web-Seiten verantwortlich.