

Werner Schmid

Stephan Bauriedel

CRM Prozesse – Modellieren Sie erfolgreiche Kundenbeziehungen

Der CRM-Markt wächst. Immer mehr Unternehmen entscheiden sich dafür, ein CRM System einzuführen, um damit ihre Kundenbeziehungen zu pflegen und zu intensivieren. Die Erwartungen sind hoch, doch nur wenige Unternehmen wissen, was auf sie zukommt.

Viele CRM Projekte beginnen mit der Suche nach dem richtigen System. Die Erfahrung hat gezeigt, dass viele Projekte scheitern, die auf der technischen Ebene bei der Aufzählung von CRM-Funktionen begonnen haben. Experten berichten, dass mehr als die Hälfte dieser CRM-Vorhaben ohne Erfolg abgebrochen werden. Der Grund dafür liegt weniger bei den CRM-Systemen, als vielmehr bei den Unternehmen selbst.

Für ein IT-Projekt muss man mit 50 Prozent des Aufwands für die Planung rechnen, den Rest für die Realisierung. Für ein CRM-Projekt gilt das umso mehr, da bei den Mitarbeitern meist wenig Erfahrung vorhanden ist. Wer die Planung vernachlässigt, den holt das Projekt bei der Realisierung wieder ein.

Ein wichtiger Teil der Planung ist die Analyse, Optimierung und Dokumentation der Prozesse. Doch fehlt es den Unternehmen gerade in diesem wichtigen Bereich an Know How, an Methodenwissen und an den richtigen Werkzeugen.

CRM Prozesse brauchen mehr als Flussdiagramme

Mit klassischen Tools lassen sich Prozesse meist nur sequenziell oder als Flussdiagramm darstellen – meist enden die Abläufe an den eigenen Unternehmensgrenzen. Kundenbeziehungen gehen aber weit über die eigenen Abteilungen hinaus. Bisherige Darstellungsformen sind für eine Abbildung von externen Beziehungen oftmals gar nicht konzipiert. Mit dem Customer Relations Designer können Unternehmen zum ersten Mal ihre internen und externen Prozesse als vollständige und in sich geschlossene Informationsflüsse beschreiben.

Kundenbeziehungen auf einen Blick

Mit dem Customer Relations Designer lässt sich auf einen Blick die Kommunikation mit dem Kunden abbilden. Mit dem Verständnis, eine Kundenbeziehung sollte eine in sich schlüssige Geschichte sein, beschreibt das Tool Prozesse als Kundenszenen. So gibt es Szenen wie „Messebesuch“ oder „Reklamation“.

Vom ersten Kontakt über den Auftrag bis zur Reklamation haben Kunden verschiedene Ansprechpartner in den Unternehmen. Zudem sind oftmals weitere Mitarbeiter und Abteilungen in den Prozess involviert, die keinen direkten Kundenkontakt haben,

jedoch ein Teil des Prozesses sind. Der Customer Relations Designer stellt diese umfangreichen Abläufe grafisch dar. Pfeile beschreiben die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern und mit dem Kunden. Die Informationsflüsse sind in sich geschlossen und sichern, dass jeder zur richtigen Zeit das Richtige tut und die richtigen Informationen hat.

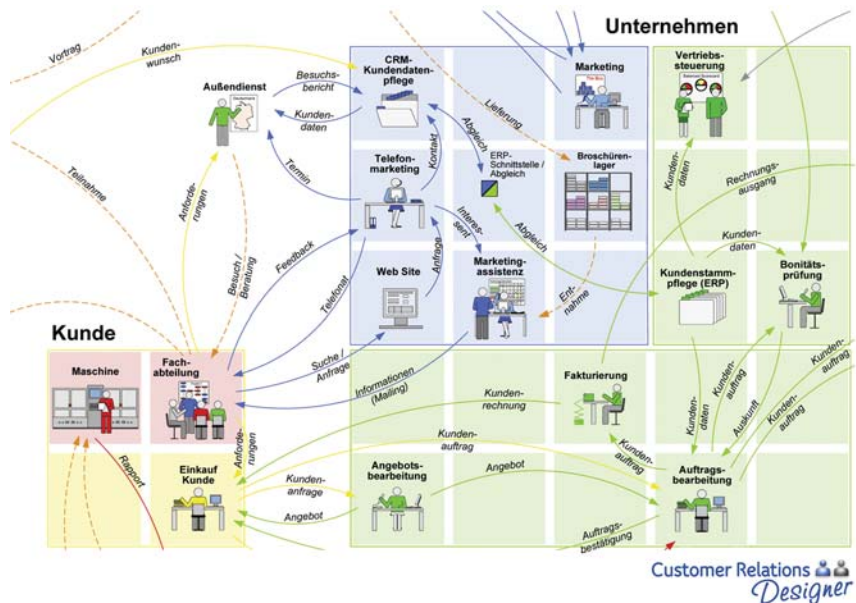
Einfach und flexibel

Die Beteiligten auf Kundenseite und im Unternehmen lassen sich mit dem Tool zeichnerisch einfach miteinander verbinden. So kann eine typische Kundenszene in einem anschaulichen Bild dargestellt werden. Ändert sich ein Prozess, können die beteiligten Personen inklusive Informationsflüsse per Drag and Drop verschoben werden, bis der neue Prozess gefunden ist.

sant sind die über 90 CRM-Arbeitsplätze, CRM-Standardfunktionen und -Schnittstellen, die im Repository – einer Art Depot – zur Verfügung stehen. Alle CRM-Arbeitsplätze und CRM-Funktionen enthalten eine umfangreiche Beschreibung.

Prozessbeschreibung auf Knopfdruck

Wer seine Kundenbeziehungen analysiert, optimiert und dokumentiert hat, kann sich per Knopfdruck eine vollständige Prozessbeschreibung erstellen lassen. Die den Grafiken hinterlegten Beschreibungen werden zu einem Bericht zusammengeführt. Eine solche Prozess- und Funktionsbeschreibung unterstützt die Auswahl eines CRM-Systems und dient als Implementierungsanweisung für CRM-Projekte.



Für die sichere Orientierung im Unternehmen werden alle beschriebenen Kundenszenen abschließend in eine Prozesslandkarte in Postergröße übertragen. Diese Prozesslandkarte beinhaltet letztendlich alle Prozesse eines Unternehmens, denn ein einzelner Kundenkontakt zieht oft weite Kreise. In der Landkarte ist klar zu erkennen, wer was im Unternehmen tut bzw. tun sollte.

35 Vorlagen für gute Kundenbeziehungen

Der Customer Relations Designer beinhaltet 35 Vorlagen für kundenrelevante Prozesse und Prozessvarianten für Marketing, Vertrieb und Service. Anhand dieser Best Practice Prozesse können Unternehmen ihre eigenen Abläufe schnell und sicher abbilden. Die Vorlagen enthalten in sich schlüssige und ausgereifte CRM-Prozesse, die Anwender leicht anpassen können. Besonders interes-

Schnell und sicher zum Ziel

Das flexible Modellierungstool stellt Kundenbeziehungen anschaulich dar. Anhand der umfangreichen Best Practice Prozess-Vorlagen können Projektleiter schnell und sicher ihre Prozesse aufnehmen und verbessern. Der Customer Relations Designer spart so viel Zeit und Geld.

Bezugsquelle

Mehr Informationen erhalten Sie unter www.sbauriedel.de.

Werner Schmid

GPS Ges. zur Prüfung von Software mbH
schmid@gps-uhl.de

Stephan Bauriedel

Unternehmensberatung Stephan Bauriedel
bauriedel@SBauriedel.de