



Wettbewerbsvorteile sichern durch Kundenbeziehungsmanagement

Die aktuelle Wirtschafts- und Finanzkrise hat die Ökonomie-Landschaft in Deutschland momentan fest im Griff. Besonders für die rund 3,1 Millionen deutschen Kleinunternehmen wird es nun schwer, denn der durch die anhaltende Globalisierung entstandene Konkurrenzkampf zu mittelständischen Unternehmen und großen Konzernen wird nun noch verstärkt. Professionelles, softwaregestütztes Kundenbeziehungsmanagement, auch Customer Relationship Management (CRM) genannt, bietet hier gute Chancen, um die Wettbewerbsfähigkeit auszubauen. Doch während Großunternehmen dies bereits seit Längerem für sich entdeckt haben, besteht bei Kleinunternehmen und Selbständigen noch Nachholbedarf. Dabei spielt gerade bei diesen die Nähe zum Kunden eine bedeutende Rolle.

Laut dem Marktforschungsinstitut Gartner stieg alleine im Jahr 2007 die weltweite Nachfrage nach CRM-Software um 23 Prozent. Großunternehmen haben diese Vorteile längst für sich erkannt. „Wir empfehlen kleinen Unternehmen in Punkto softwaregestütztes Kundenbeziehungsmanagement unbedingt nachzurüsten, um im Wettbewerb gegen die Großen bestehen zu können“, sagt Oliver Herzig, Leiter des Geschäftsbereichs „Kleine Unternehmen“ (Small Business) bei der Sage Software GmbH. Mit über 25 Jahren Erfahrung und 250.000 Kunden zählt Sage zu den Marktführern für betriebswirtschaftliche Software und Services im deutschen Mittelstand. „Denn gerade bei ihnen ist die persönliche Bindung zum Kunden ein wichtiger Punkt, um wettbewerbsfähig zu bleiben und Vertrauen aufzubauen.“ Der traditionelle Wettbewerbsvorteil kleiner Betriebe – die Kundennähe – ließe sich durch eine effiziente Organisation und den Einsatz moderner Software effizient nutzen und sogar ausbauen. Durch diese können Informationen über Kunden effizienter und effektiver innerhalb des Unternehmens von jedem Mitarbeiter genutzt werden. Im Idealfall ist die komplette Kundenbeziehungs-Historie lückenlos im System als zentrale Informationsplattform abgebildet. Statt aufwendig im Unternehmen zu recherchieren, genügen wenige Handgriffe, um festzustellen, ob unbeantwortete Anfragen vorliegen, oder offene Reklamationen existieren. Das System weiß über Lieferprobleme Bescheid, aber auch, von welchem Service der Kunde besonders begeistert ist.

Ausgereifte Lösungen bereits zu Kleinunternehmerfreundlichen Preisen

Ausgereifte Lösungen gibt es bereits zum kostengünstigen Einstiegspreis. Die Kundenkontaktmanagementlösung ACT! 11 aus dem Hause Sage bietet Freiberuflern, Selbstständigen und Kleinunternehmen eine professionelle Anwendung für die Pflege und den Ausbau ihrer Geschäftsbeziehungen. ACT! ist mit weltweit mehr als 2,8 Millionen Anwendern in über 43.000 Unternehmen das erfolgreichste Programm zum Organisieren und Verbessern von Geschäftsbeziehungen zu Kunden, Interessenten und Partnern. Kern ist die durchdachte Automatisierung und Protokollierung der gesamten Kommunikation per E-Mail, Telefon oder Brief sowie die effektive Terminplanung. Durch einen in die Kundendatenbank integrierten Kalender mit Erinnerungsfunktionen sowie ein interaktives grafisches Cockpit haben Kleinunternehmen alle Aufgaben und Termine im Griff und steigern somit die eigene Leistungsfähigkeit.



Infokasten:

Gute CRM-Software – Worauf kommt es an?

- 1. Benutzerfreundlich.** Gerade für Kleinunternehmen muss die CRM-Software übersichtlich und leicht zu verstehen sein, damit sie akzeptiert wird. Denn hier sind meist nur IT-Laien am Werk, die sich schwer tun, sich in komplexe Prozesse hinein zu denken.
- 2. Kundenorientiert.** Egal, ob bei einem Anruf oder der Vorbereitung von Marketingmaßnahmen: Die richtigen Kunden müssen schnell gefunden sein.
- 3. Nachvollziehbarkeit.** Zu jedem Kunden sollte die Geschäftsbeziehung mit Fakten und Vorgängen zur Verfügung stehen. Übersichtliche Kontakthistorien sind hierbei hilfreich.
- 4. Kommunikationsstark.** Eine CRM-Software muss den Kontakt zum Kunden vereinfachen – ganz gleich ob per E-Mail, Post, Fax oder Telefon.
- 5. Kontaktfreudig.** Schnittstellen zu angrenzenden Programmen, wie etwa Unternehmenslösungen oder Microsoft Office, reduzieren den Arbeitsaufwand.
- 6. Prozessfähig.** Die wenigsten Aufgaben enden mit dem ersten Arbeitsschritt. Eine gute CRM-Software begleitet und automatisiert zentrale Arbeitsabläufe.
- 7. Auskunftsbereit.** Zahlen sind im Vertrieb die entscheidende Größe. Ein ausgereiftes Berichtswesen hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen.
- 8. Fortschrittlich.** Unternehmen wachsen. Eine gute CRM-Software wächst mit.
- 9. Integrierbar.** Durch eine integrierbare Schnittstelle in ein Warenwirtschaftssystem können sämtliche Daten nahtlos weiterverarbeitet werden. Doppelter Aufwand bei der Pflege und Anlage der Daten entfällt somit.