

Nachhaltiges Kundenmanagement für KMUs

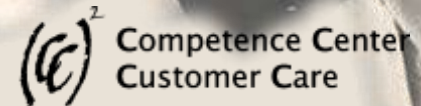
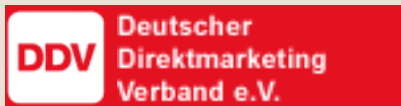
# Wissen ist Silber. Handeln ist Gold.

Unternehmensbuilder e.V.  
Wuppertal, 26. September 2009

Sven Bruck, ABS Computer GmbH



# Ihr Referent: Sven Bruck



Nachhaltiges Kundenmanagement für KMUs

# Wissen ist Silber. Handeln ist Gold.

Unternehmensbuilder e.V.  
Wuppertal, 26. September 2009

Sven Bruck, ABS Computer GmbH



- **Was ist Kundenmanagement?**
- **Die Risiken:  
Schlechte Nachrichten rund um Kundenmanagement ...**
- **Welche Erwartungen an Kundenmanagement haben Sie?**
- **Einblick in die Erwartungshaltung anderer ...**
- **Wie wollen/können Sie Ihrer Erwartungen erfüllen?**
- **Die Chancen:  
Erfolgsfaktoren für Kundenmanagement (nicht nur) für KMUs**
- **Fazit**



# Was ist Kundenmanagement?



# Was ist Kundenmanagement?

## Definition laut Wikipedia

Kundenmanagement bezeichnet in der Betriebswirtschaft ein Instrument für eine Organisation, ihre **Kundenorientierung** zu verbessern. Ziele sind die kundenorientierte Ausrichtung des Unternehmens, die Stabilisierung gefährdeter **Kundenbeziehungen** und die Erhöhung der **Kundenbindung**. Damit verbinden sich mit dem Begriff sowohl **strategische** als auch **operative** Ansätze.

Die Steigerung der Kundenbindung setzt dabei auf die Erkenntnis, dass es leichter, billiger und lukrativer ist, bestehende Kunden zu halten, als neue zu akquirieren. Dabei ist der **Kundenwert** zu berücksichtigen.



# Was ist Kundenmanagement?

## Definition laut Beyer

Kundenmanagement bedeutet die konsequente Ausrichtung aller, den Markt betreffenden Entscheidungen an den **Kundenbedürfnissen**. Es strebt die Erreichung einer ausgeprägten **Kundenorientierung** zur Schaffung von **Kundennutzen** an. Der Nutzen, der den Kunden entsteht, soll zu einer langfristigen **Kundenbindung** beitragen. Diese wiederum wirkt sich positiv auf die Erhöhung der Absatzmenge aus und führt in der Konsequenz zu langfristigen **Umsatz- und Gewinnsteigerungen**.



# Was ist Kundenmanagement?

## Definition laut Brasch, Köder, Rapp

Kundenmanagement umfasst alle unternehmensrelevanten **Aktionen und Reaktionen**, die für den externen Faktor **Kunden Wert schaffen**.

Kundenmanagement ist damit ein Mittel zum Zweck, um wiederum **Wert für das Unternehmen** zu schaffen. Aus diesen Werten resultieren dann wieder Werte für die Bezugsgruppen .



# Was ist Kundenmanagement?

## Definition laut Diller

Kundenmanagement beinhaltet das Management der **kommunikativen Interaktionsprozesse** eines Anbieters mit potenziellen oder vorhandenen Kunden zur Generierung und Pflege von **Kundenbeziehungen** über den gesamten **Kundenlebenszyklus** hinweg.



# Was ist Kundenmanagement?



# Die Risiken: Schlechte Nachrichten rund um Kundenmanagement ...



# Schlechte Nachrichten rund um Kundenmanagement ...

**70% aller CRM Projekte scheitern an mangelhafter Planung und Zielsetzung!**

[Giga Information Group]

**80% aller CRM-Projekte erfüllen nach Abschluss nicht die Anforderungen von Vertrieb oder Gesamtunternehmen!**

[Pagoda Consulting]

**Nur 14% aller CRM-Projekte erfüllen die ursprünglichen Erwartungen!**

[Forrester Research Group]

**96% der CRM-Projekte scheitern, da sie die erwarteten Verbesserungen nicht erfüllen konnten!**

[Swallow Information Systems]



# Schlechte Nachrichten rund um Kundenmanagement ...

70% aller CRM Projekte scheitern an mangelhafter Planung und **Zielsetzung!**

[Giga Information Group]

80% aller CRM-Projekte erfüllen nach Abschluss nicht die **Anforderungen** von Vertrieb oder Gesamtunternehmen!

[Pagoda Consulting]

Nur 14% aller CRM-Projekte erfüllen die ursprünglichen **Erwartungen!**

[Forrester Research Group]

96% der CRM-Projekte scheitern, da sie die **erwarteten Verbesserungen** nicht erfüllen konnten!

[Swallow Information Systems]



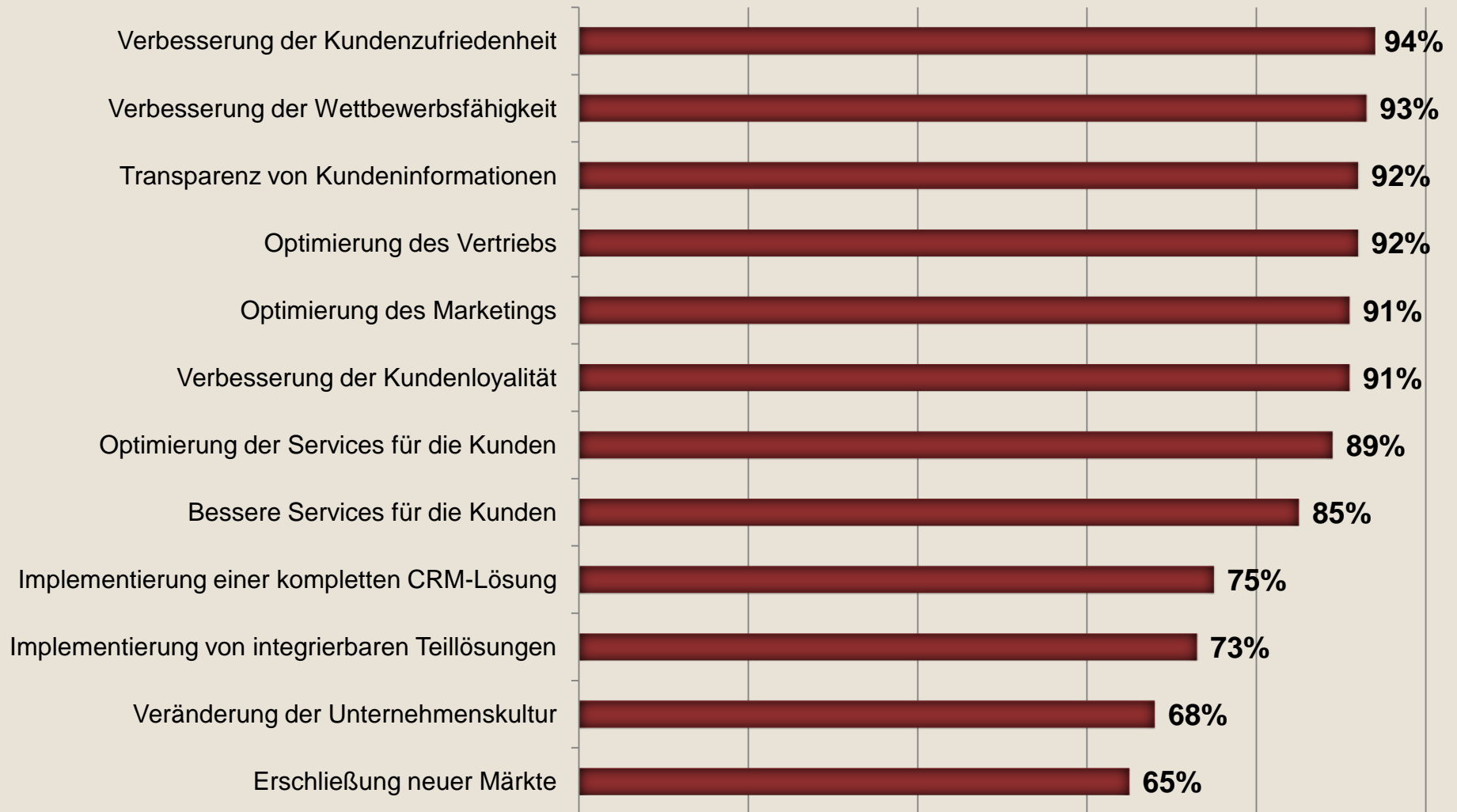
# Welche Erwartungen an Kundenmanagement haben Sie?



# Erwartungen der Finanzbranche



# Erwartungen der Finanzbranche



# Erwartungen eines typischen Automobilhändlers



# Erwartungen eines typischen Automobilhändlers

- **Konsequenter Transfer ins Service-Geschäft**
  - 5% erhöhte Überführung von Kaufkunden in das Service-Geschäft
- **Gezielte Ausschöpfung der Service-Potenziale**
  - 10% mehr Service-Umsatz pro Fahrzeugverkauf
- **Verbessertes „Cross-Selling“ bei Mehrfahrzeug-Haushalten**
  - 5% mehr Bedienung von Zweitfahrzeugen
- **Erhöhte Quote bei Folgekäufen und Anschlussverträgen**
  - 5% mehr Folgekäufe bei Fahrzeugablösung
- **Reduzierung des Aufwands für die Kunden-Betreuung**
  - 10% mehr individuelle Kontakte in der aktiven Marktbearbeitung
- **Aktivierung des Weiterempfehlungspotenzials bestehender Kunden**
  - 1% Fahrzeugverkäufe durch Empfehlung
- **Durchbrechung des Preiswettbewerbs bei bestehenden Kunden**
  - 1% Reduzierung des Rabatts bei Folgeverkäufen



# Welche Erwartungen haben Sie jetzt?



# Wie wollen/können Sie Ihre Erwartungen erfüllen?



# Die Chancen: Erfolgsfaktoren für Kundenmanagement



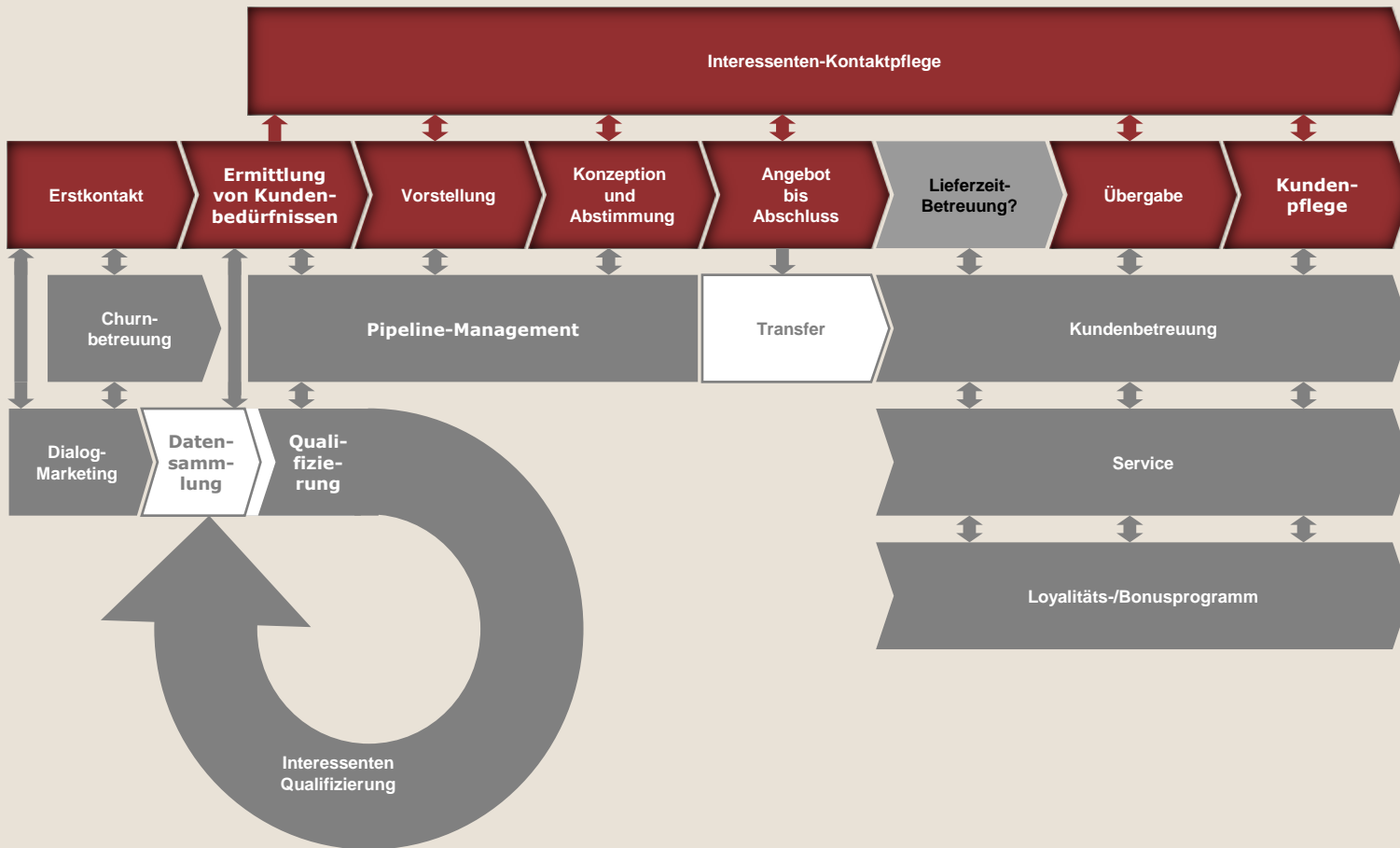
Wer das Ziel kennt, kann entscheiden.  
Wer entscheidet, findet Ruhe.  
Wer Ruhe findet, ist sicher.  
Wer sicher ist, kann überlegen.  
Wer überlegt, kann verbessern.

[Konfuzius]



# Der Erfolgsfaktor Strategie.

## Wer? Wann? Was? Wozu?

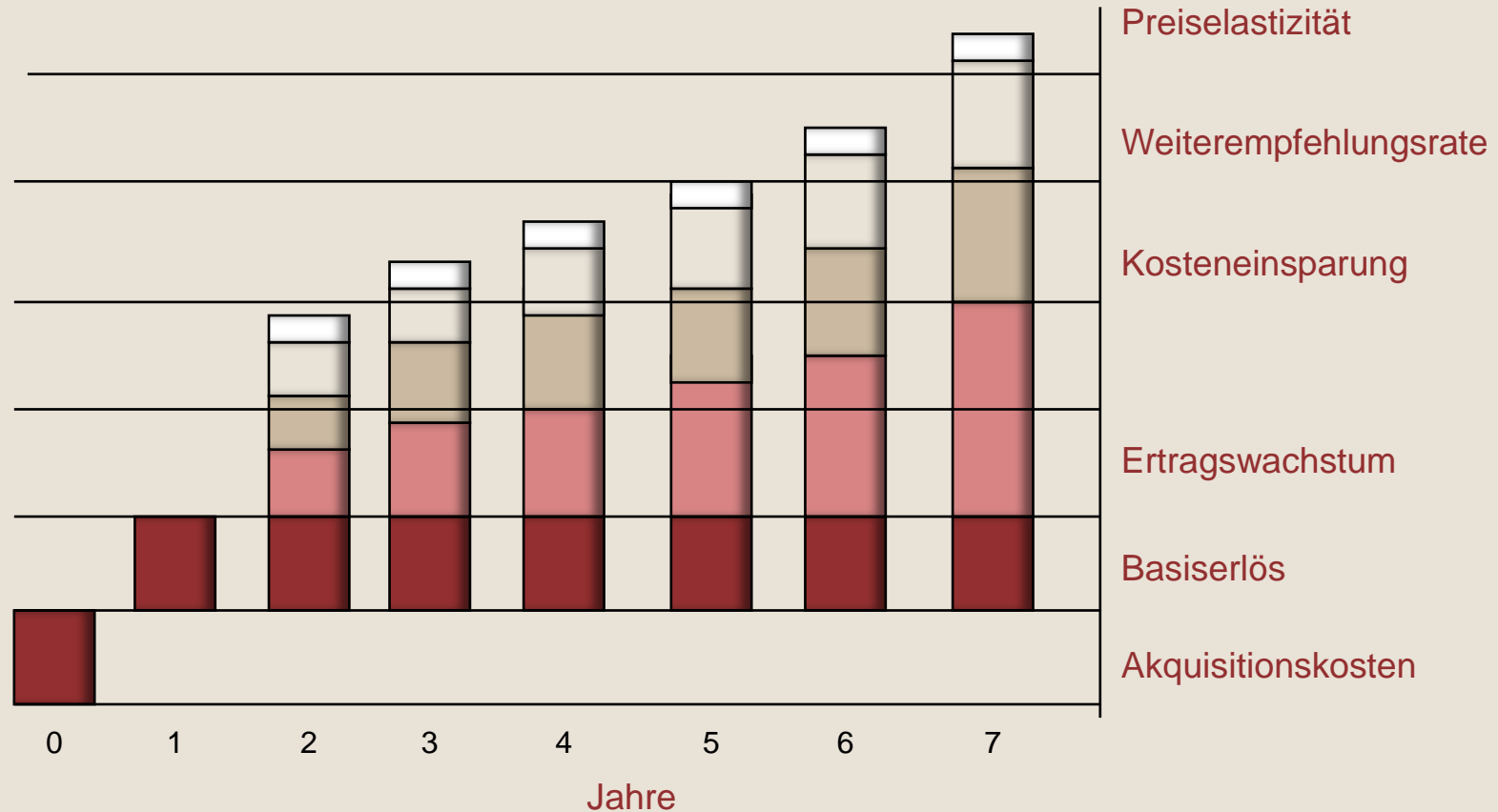


## Kundenmanagement fordert überprüfbare Ziele



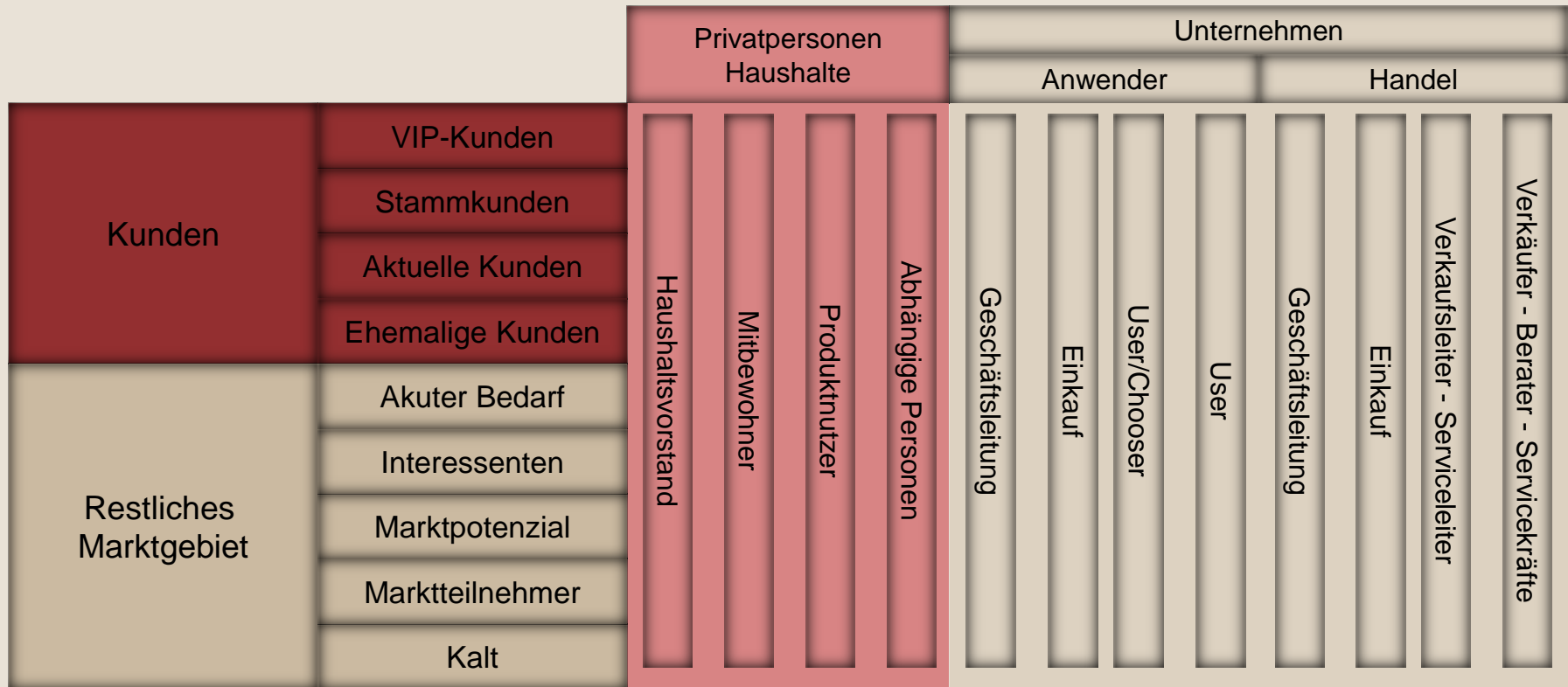
# Der Erfolgsfaktor Planung: Kundenwert.

## Die Betrachtung des Kundewertes berücksichtigt ...



# Der Erfolgsfaktor Planung: Kundenbild.

## Wer ist mein Kunde?



# Der Erfolgsfaktor Planung: Kundenbild.

## Was erwartet er von mir?

- richtig gute Serviceleistungen
- exklusive Informationen / News
- besondere Geschenke / gute Taten
- relevant für den Kunden



# Der Erfolgsfaktor Planung: Kundennutzen.

## Was erwartet er von mir?

Echter, sofort erkennbarer, einfach verständlicher  
und direkt / schnell erwerbbarer (Zusatz-) Nutzen,  
der zum Produkt und zum Unternehmen passt.



## Kunden(beziehungs)management

optimiert und integriert alle Abläufe / Prozesse

im Unternehmen, in Richtung Kunde, mit dem Ziel, eine

Balance zwischen Kunden- und Kostenorientierung

zu erreichen.

[CRM-Expertenrat]



## Kundenmanagement bedeutet Service leben

- **Basis:** Produktnah, Grunderwartung des Kunden, Standard in der Zielgruppe, **nur verlieren - nicht gewinnen (Pflicht)**
- **Ergänzend:** Produkterweiterung, Differenzierung zum „No-Service-Anbieter“ und Discounter, kompetent **(Kür)**
- **Premium:** Unternehmensspezifisch, individuell, abrufbar, vertrauensbildend, grundsätzlich verfügbar **(Show)**
- **VIP:** Exklusiv, wertschätzend, begehrtlich **(Gala)**



# Der Erfolgsfaktor (Mitarbeiter)integration.

## Kundenmanagement geht jeden an



# Der Erfolgsfaktor (Mitarbeiter)integration.

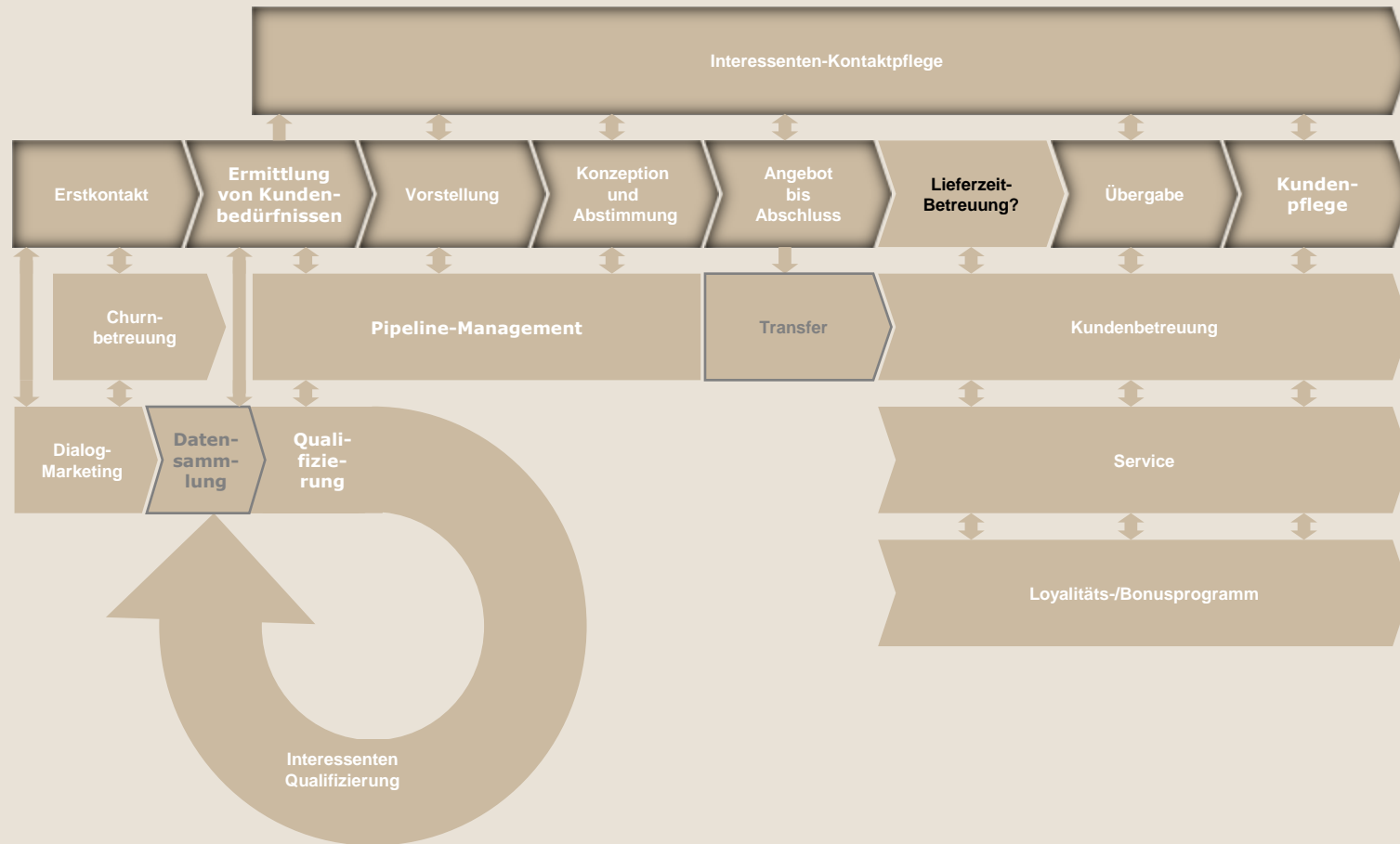
## Kundenmanagement

- integriert sämtliche Kommunikations- und Vertriebskanäle
- führt Marketingprozesse  
(Produkt-, Vertriebs-, Kommunikations- und Preis-Management)
- fö(o)rdert kundenorientiertes Verhalten  
der Mitarbeiter, Führungskräfte und des Managements
- bewertet Kunden über den gesamten Lebenszyklus hinweg
- Technologie ist dabei nur Mittel zum Zweck!



# Der Erfolgsfaktor Teilprojekt.

Think big. Start small.



# Die Erfolgsfaktoren Planung und Umsetzung.

## Der Closed Loop als Umsetzungsstrategie



# Der Erfolgsfaktor Mensch.



# Fazit





**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit und Mitarbeit**



## Anschrift

**ABS Computer GmbH**  
**Fachagentur für**  
**edv-gestütztes Marketing**  
**Katernberger Straße 4**

**42115 Wuppertal**

**[www.marketing-by-abs.com](http://www.marketing-by-abs.com)**

## Kontakt

### ■ Telefon

- 0800 – DIALOG+  
(0800 – 3425640)
- +49 – 202 – 371 470

### ■ Telefax

- 0800 – DIALOGX  
(0800 – 3425649)
- +49 – 202 – 371 47 49

### ■ Email

- [info@marketing-by-abs.com](mailto:info@marketing-by-abs.com)

