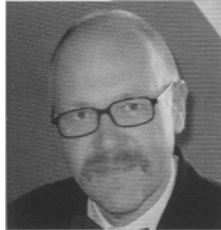


„CRM-Strategie ist Chefsache!“

Der europäische CRM-Guru Wolfgang Martin über Strategie und Markttrends.



FORMAT: *Hat der CRM-Hype die Geschäftswelt nachhaltig verändert?*

Martin: Die Unternehmen sammeln gewissenhaft Kundendaten. Sie messen systematisch den Kundenwert

und richten auch ihre Prozesse danach aus. In Callcentern und auf Websites passiert das sogar schon in Echtzeit.

FORMAT: *Was lässt sich aus dem Kundenwert ableiten?*

Martin: Zum Beispiel eine Servicelevel-Differenzierung. Gib den besten Kunden den besten Service, gib aber lausigen Kunden auch lausigen Service. Im Versandhandel gibt es eine Vielzahl von Kunden, die nur Retourwaren und dadurch horrenden Kosten verursachen. Solche Kunden sollte man so schnell wie möglich loswerden.

FORMAT: *CRM ist also auch für KMU wichtig. Gibt es Standardlösungen?*

Martin: Bei KMU wie bei Großen gibt es drei Arten des Vertriebs: B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer) und B2B2C mit einer Händlerschicht dazwischen. Und für alles gibt es sehr gute Lösungen. Österreich hat hervorragende CRM-Technologien. Update Software ist schon lange erfolgreich. Und Eudaptics ist Marktführer, was intelligente Prozesse rund um den Kunden betrifft. Im Trend liegt auch CRM On Demand oder Hosted CRM. Dabei werden Datenbank und

CRM-Lösung ausgelagert. Der Kunde greift übers Web darauf zu. Aber auch mit den neuen Programmen, wie den SQL-Servern von Microsoft, bekommt man hervorragende Tools zur Berechnung des Kundenwerts gratis mitgeliefert.

FORMAT: *Was ist wichtig für eine erfolgreiche CRM-Einführung?*

Martin: Dass die Geschäftsleitung dahinter steht. CRM ist eine Geschäftsstrategie und damit Chefsache! Genauso wichtig ist die Motivation der Mitarbeiter. Jeder muss den Sinn der Sache verstehen. Damit das über den Kunden erlangte Wissen effektiv eingesetzt wird, müssen bis zum letzten Außendienstmitarbeiter alle an einem Strang ziehen.

FORMAT: *Sie sitzen dem Fachbeirat der größten europäischen CRM-Messe vor. Was sind die Highlights in Nürnberg?*

Martin: Analytisches CRM und Kundenwertanalyse. Es geht auch um das Trendthema Hosted CRM. SAP denkt ja darüber nach, CRM On Demand anzubieten. Auch mobile CRM-Lösungen werden vorgestellt. Das ist zwar nicht neu, aber es gibt interessante technische Weiterentwicklungen.

FORMAT: *Die Methoden des analytischen CRM erinnern schon an Rasterfahndung. Wie ist das mit dem Datenschutz?*

Martin: Firmen dürfen Kundendaten nur mit Einverständnis des Kunden austauschen. Für Europa kann ich Missbrauch großen Stils ausschließen, außerhalb würde ich die Hand nicht mehr ins Feuer legen.