

CRM Excellence Software

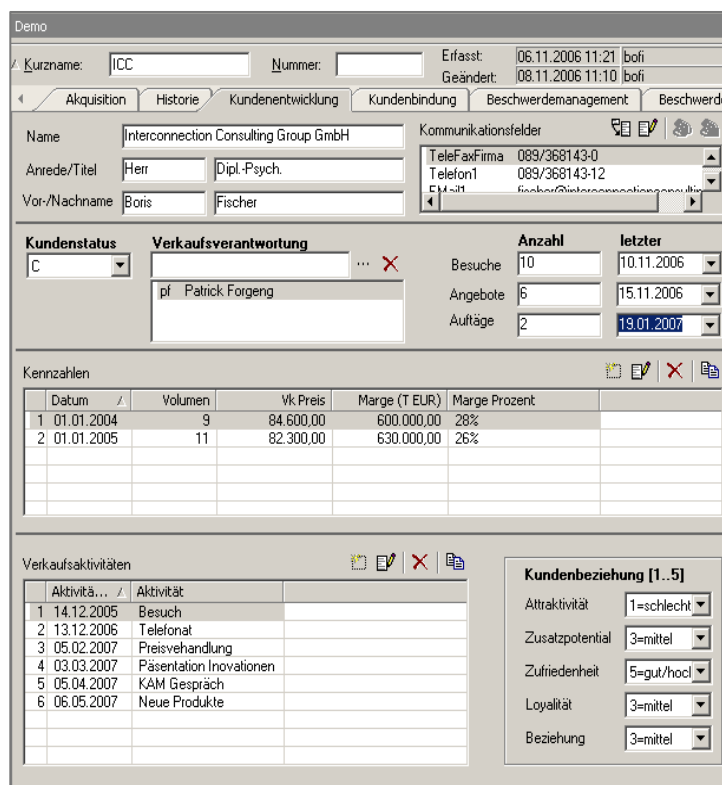
Mit Customer Relationship Management zum Erfolg

Customer Relationship Management CRM macht Unternehmen erfolgreicher.

Customer Relationship Management ist eine umfassende Geschäftsstrategie zur Optimierung, Pflege und Ausschöpfung von Kundenbeziehungen.

CRM bewirkt...

- dass Kunden systematisch und nachhaltig optimal betreut werden...
- dass Ihre Mitarbeiter effizienter arbeiten und mehr leisten können...
- dass Ihr Unternehmen gezielt auf Kundenorientierung ausgerichtet ist...
- dass durch optimale Ausschöpfung der Kundenbeziehungen die Wettbewerbsposition maßgeblich gestärkt wird...
- und dass Umsätze und Gewinne steigen.



The screenshot displays a CRM software interface for a customer named 'Interconnection Consulting Group GmbH'. It includes fields for name, address, and contact information. A 'Kundenstatus' (Customer Status) section shows 'C' and 'Verkaufsverantwortung' (Sales Responsibility) assigned to 'Patrick Forgeng'. A 'Kennzahlen' (Key Figures) table shows sales volume and margin data. A 'Verkaufsaktivitäten' (Sales Activities) table lists recent activities like 'Besuch' (Visit) and 'Telefonat' (Phone call). A 'Kundenbeziehung' (Customer Relationship) section shows various metrics like 'Attraktivität' (Attractiveness) and 'Zufriedenheit' (Satisfaction) with dropdown menus.

Unser Leistungsangebot

- Konzept und Gestaltung Ihrer CRM-Software
- Auswahl der geeigneten CRM-Module
- Erstellen des Pflichtenhefts für die Software
- Gestaltung des CRM Systems in der Software
- Anpassung der CRMexcellence® Software
- Erstellen der CRM Prozesse und Workflow
- Schulung der Mitarbeiter

Kontakt

INTERCONNECTION CONSULTING GROUP GMBH
Osterwaldstraße 98 · 80805 München
Tel +49 89 3681430 Fax +49 89 368143 55
consulting@interconnectionconsulting.de
www.interconnectionconsulting.de
consulting@b2market.de
www.b2market.de

Customer Relationship Management

Optimale Kundenbeziehung - langfristige Kundenbindung

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT umfasst die Planung, Durchführung, Kontrolle sowie Anpassung aller Unternehmensaktivitäten, die zu einer Erhöhung der Profitabilität der Kundenbeziehung und damit zu einer Optimierung des Kundenportfolios beitragen.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ist eine kundenorientierte Unternehmensstrategie, die mit Hilfe moderner Informationstechnologie versucht, auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen durch ganzheitliche und individuelle Marketing-, Vertriebs- und Servicekonzepte aufzubauen und zu festigen.

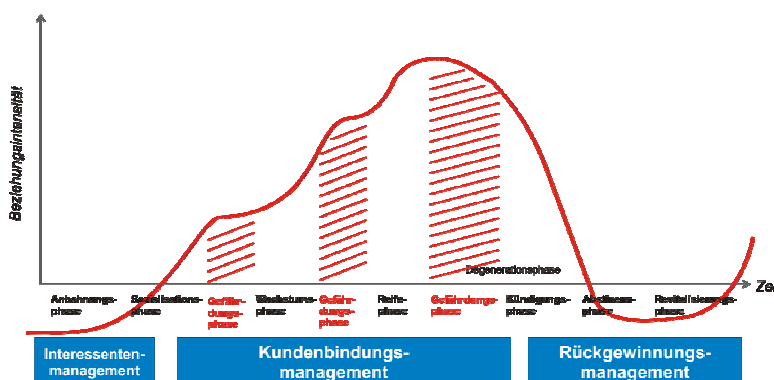
CRM heißt, den Kunden in das Zentrum des unternehmerischen Handelns zu stellen. Damit umfasst CRM wesentlich mehr als nur die Implementierung technischer Systeme. Neben den systemtechnischen Voraussetzungen ist damit vor allem eine klare CRM-Konzeption erforderlich. Ein solcher Prozess erfordert darüber hinaus das Umdenken der Mitarbeiter sowie oftmals auch organisatorische Veränderungen im Unternehmen. Diese Faktoren entscheiden letztlich auch über die Realisation der Profitabilitätspotentiale eines unternehmensspezifischen CRM Systems.

Die CRM Module - Stufenweise zum Erfolg

- Interessentenmanagement
- Neukundenmanagement
- Zufriedenheitsmanagement
- Kundenbindungsmanagement
- Kündigungsmanagement
- Beschwerdemanagement
- Rückgewinnungsmanagement
- CRM Excellence Software

Kundenbindung führt zu dauerhaftem Erfolg

Dauerhafte Kundenbindung ist der Wettbewerbsvorteil Nr.1. Durch CRM wird die Kundenbeziehungsdauer verlängert, die Kundenbindung gestärkt und der Erfolg gesichert.



Stammdaten		Kundenprofil		Umsätze		Historie Infoblatt		Aussendienst		Verkaufsplanung	
Vor-/Nachname	Manfred Qwertz	Kundengruppe	AW_KH	Krankenhaus							
Strasse	Bodestraße 40	Adressgruppe	GH	Grosshandel							
Plz/Ort	DEU 80807 München	Zahlungsmoral	ABC								
Vid	4	VNr	325								
Shopdescription:				persönliches							
Potential	Regal	Note	Mitarbeiter	Geburtsdag							
4	12,00	2	50	03.01.2008							
Lage	Fläche	Konkurrenten	Shopindex	per "Du" mit							
1	2.000	3	0,00	bf Boris Fischer							
Kinder:											
- Sohn 25.11.2003											
- Tochter 12.06.2001											
Hobbys:											
- Fussball: Schalkefan											
- Segelfliegen											
Verkaufsförderung											
erhalten	Artikel	Wert	Kum. Wert	Soll	Prozent						
1	25.05.2007	Prospekte 1500	800,00	800,00	40						
2	14.10.2007	Proben	600,00	1.400,00	70						

Die CRMexcellence® Software

- » **CRMexcellence®** ist die umfassende Customer Relationship Management Komplettlösung für den engagierten Aufbau und die konsequente Pflege Ihrer Kundenbeziehungen. Mit zahlreichen Anwendern in allen Branchen weltweit zählt CRMexcellence® zum Marktführer bei Unternehmen aller Größen.
- » Sie werden in allen relevanten Bereichen effektiv unterstützt: Vertrieb, Marketing und Service. Für mehr Kundenzufriedenheit und mehr Erfolg. Die Software kann optimal auf Ihre individuellen Anforderungen abgestimmt werden, sie eignet sich ideal für das Projektgeschäft und kann jederzeit erweitert werden. CRMexcellence® lässt sich problemlos in Ihre vorhandene ERP-Software integrieren. Wichtige Geschäftsdaten stehen Ihnen komfortabel jederzeit zur Verfügung, einheitlich und vollständig: Sie werten alle Daten optimal aus und betreuen Ihre Kunden immer adäquat und umfassend.

Die Module der SalesExcellence® Software

- » Das **Modul Vertrieb** hilft Ihnen in allen Phasen des Verkaufsprozesses. Kundenmanagement, Auftrags- oder Angebotserstellung.
- » Das **Modul Marketing** hilft Ihnen, mit effektiven Marketing-Initiativen langfristige und profitable Kundenbeziehungen aufzubauen. Ausgefeilte Analyse-Tools vereinfachen die Verwaltung von Marketing-Kampagnen.
- » Das **Modul Service** bietet Funktionen für einen umfassenden Kundenservice und hilft Ihnen, dauerhafte und profitable Geschäftsbeziehungen aufzubauen

Neukundengewinnung

„Das Geld liegt auf der Straße - heben Sie´s auf!“

Identifizierung potentieller Neukunden

Ohne systematische Neukundengewinnung trocknet der Verkaufstrichter aus!

Man kann sich seiner Stammkunden nicht auf Dauer sicher sein. Auch bei bester Kundenzufriedenheit lässt sich nicht verhindern, dass Stammkunden Geschäftsfelder aufgeben, auf andere Produkte umschwenken, von Konkurrenten aufgekauft werden oder in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten.

Neue Kunden zu akquirieren ist eine der zentralen Aufgaben des Marketings. Zum einen ist die Gewinnung neuer Kunden zur Absicherung der erreichten Marktposition notwendig, denn vorhandene Kunden gehen auch kontinuierlich verloren. Zum anderen lassen sich dadurch Marketingziele erreichen und Wachstum und Ertrag steigern.

Untersuchungen zeigen, dass Unternehmen, die Akquisition neuer Kunden besonders forcieren, über alle Branchen hinweg, ein vergleichsweise überdurchschnittliches Umsatzwachstum erzielen.

Potentialanalyse

Die größten Wachstumspotentiale bestehen in der Ausschöpfung der Kunden und in der Neukundengewinnung liegen. Es zeigt sich, dass meist die vorhandenen Potentiale nicht oder nur ungenügend ausgeschöpft sind. Die systematische Potentialausschöpfung bei bestehenden und besonders bei Neukunden ergibt beachtliche Umsatzsteigerungen und erhöhte Gewinne.

1. Potentialanalyse
2. Potentialausschöpfung nach Menge
3. Potentialausschöpfung nach Umsatz

SalesCenter

Zur Leadgenerierung eignet sich am besten ein eigenes SalesCenter. Man kann bereits mit einer einzigen Person beginnen, deren Aufgabe darin besteht Potentiale abzutelefonieren, Interessenten zu ermitteln und diese an den Verkauf weiterzuleiten.

In einem 10 Stufen Programm entwickeln wir mit Ihnen Ihr professionelles Leadmanagement zur Neukundengewinnung.

Work Flow Engine

Über die Workflow-Engine lassen sich individuelle Prozesse abbilden. Dies können Marketingkampagnen zur Messeeinladung sein, ein kompletter Vertriebsprozess oder Service-Prozesse. Die Prozesse und Verzweigungen sind dabei komplett frei definierbar. Verschiedene Mitarbeiter können so in die automatische Weiterverfolgung eingebunden sein.

The screenshot shows a CRM interface with the following sections:

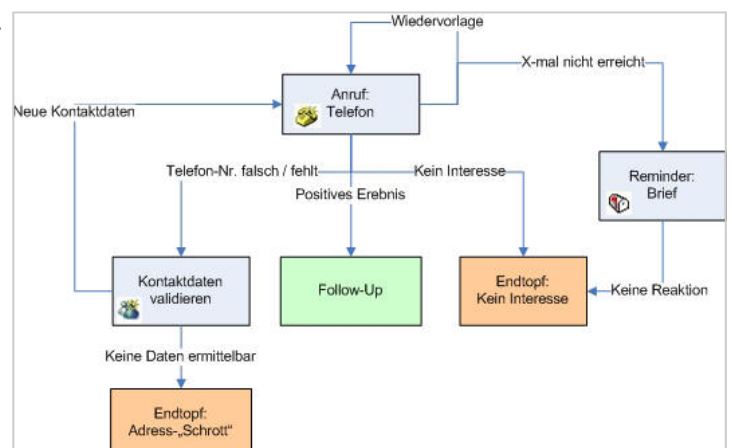
- Header:** Kurzname: ICC, Nummer: , Erfasst: 06.11.2006 11:21, Geändert: 08.11.2006 11:10.
- Name:** Interconnection Consulting Group GmbH
- Anrede/Titel:** Herr, Dipl.-Psych.
- Vor-/Nachname:** Boris, Fischer
- Kommunikationsfelder:** TeleFax/Firma: 089/368143-0, Telefon1: 089/368143-12
- Kundenstatus:** C
- Verkaufsverantwortung:** pf Patrick Forgeng
- Anzahl letzter:** Besuche: 10 (10.11.2006), Angebote: 6 (15.11.2006), Aufträge: 2 (19.01.2007)
- Kennzahlen:**

Datum	Volumen	Vk. Preis	Marge (T. EUR)	Marge Prozent
1. 01.01.2004	9	84.500,00	600.000,00	28%
2. 01.01.2005	11	82.300,00	630.000,00	26%
- Verkaufsaktivitäten:**

Aktivitäts...	Aktivität
1	14.12.2005 Besuch
2	13.12.2006 Telefonat
3	05.02.2007 Preisverhandlung
4	03.03.2007 Präsentation Innovationen
5	05.04.2007 KAM Gespräch
6	06.05.2007 Neue Produkte
- Kundenbeziehung [1..5]:**
 - Attraktivität: 1=schlecht
 - Zusatzpotential: 3=mittel
 - Zufriedenheit: 5=gut/hoch
 - Loyalität: 3=mittel
 - Beziehung: 3=mittel

Neukundengewinnung & Akquisition

- » Potentialdatenbank
- » Wiedervorlagesystematik
- » Automatic Call Dialer
- » Gesprächsleitfaden
- » Workflow-Manager
- » Erreichbarkeitsstatistik
- » Arbeitszeitstatistik
- » Call-Statistik
- » Projektfortschritt
- » Overdialer
- » Routenplanung
- » Terminvereinbarung
- » Wechsel zwischen Inbound & Outbound
- » Hotline
- » Ticketing
- » Automatische Weiterleitung
- » E-Mail Integration
- » Outlook-, Word-, Excel- Integration
- » Nachfassautomatik



Die Prozesse im Akquisitionsmanagement

Kundenbindungsmanagement

Optimale Zufriedenheit garantiert lange Kundenbindung

Mehr Kundenbindung. Mehr Erfolg.

Die Bedeutung des Themas Kundenbindung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Durch die steigende Wettbewerbsintensität sowie abnehmende Loyalität auf der Kundenseite wird heutzutage eine stärkere Ausrichtung auf den Kunden hin nötig.

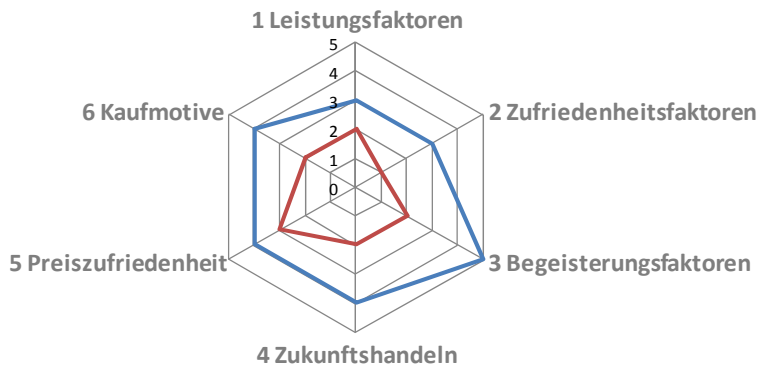
Für die Einrichtung eines professionellen Kundenbindungsmanagements ist es wichtig einzelne Maßnahmen der Kundenbindung aufeinander abzustimmen.

Wir zeigen Ihnen ein systematisches Verfahren zum Aufbau eines funktionierenden Kundenbindungsmanagements, wie Sie Ihre Kunden an Ihr Unternehmen binden können und welche Maßnahmen einen großen Kundennutzen bieten.

Neues Modell der Kundenbindung

Wenn bisherige Modelle nur zwei Faktoren berücksichtigen werden zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit und des Kundenbindungspotentials jetzt sechs Faktoren herangezogen. Somit liefert die neue Methode weit reichende Erkenntnisse für eine effiziente Kundenbindung und bildet die Basis für ein optimales Kundenbindungsmanagement.

Hierdurch lassen sich wesentlich genauere und detaillierte Informationen gewinnen, die der Komplexität des Konstrukts gerecht werden.



Das 6-Faktoren Modell der Kundenbindung

Das erweitertes Modell zur Untersuchung und Erklärung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung garantiert einerseits die adäquate Berücksichtigung der Komplexität und liefert andererseits direkte Ergebnisse zum Aufbau einer effizienten Kundenbindung.

Statt üblicherweise nur zwei Faktoren, werden hier sechs Faktoren für eine wesentlich genauere Untersuchung der Kundenzufriedenheit eingesetzt.

Die neue Methode ermittelt vor allem auch weit reichende Erkenntnisse zum Aufbau einer effizienten Kundenbindung und gibt aussagekräftige Hinweise zur Implementierung eines wirkungsvollen Kundenbindungsmanagements, eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches CRM.

Demo

Kurzname: ICC Nummer: Erfasst: 06.11.2006 11:21 bofi
Geändert: 08.11.2006 11:10 bofi

Akquisition Historie Kundenentwicklung Kundenbindung Beschwerdemanagement Beschwerde

Name: Interconnection Consulting Group GmbH
Anrede/Titel: Herr Dipl.-Psych.
Vor-/Nachname: Boris Fischer
TeleFax/Firma: 089/368143-0
Telefon1: 089/368143-12

Kundenstatus: C Verkaufsverantwortung: pf Patrick Forgeng
Besuche: 10 letzter: 10.11.2006
Angebote: 6 letzter: 15.11.2006
Aufträge: 2 letzter: 19.01.2007

Kennzahlen

Datum	Volumen	Vk. Preis	Marge (T. EUR)	Marge Prozent
1. 01.01.2004	9	84.500,00	600.000,00	28%
2. 01.01.2005	11	82.300,00	630.000,00	26%

Verkaufsaktivitäten

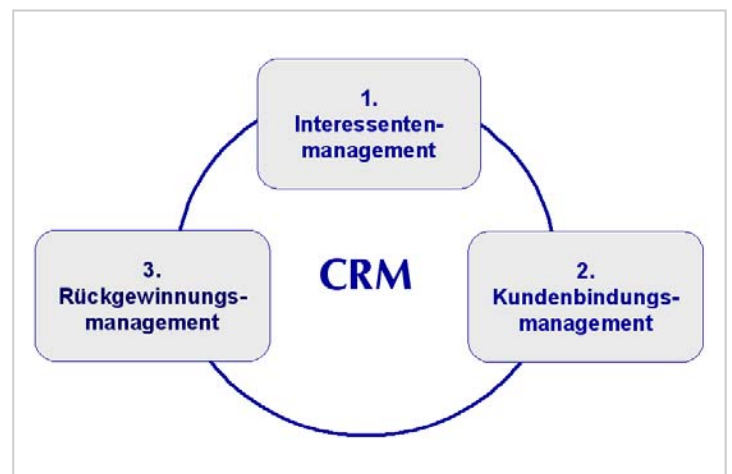
Aktivitäts...	Aktivität
1	14.12.2005 Besuch
2	13.12.2006 Telefonat
3	05.02.2007 Preisverhandlung
4	03.03.2007 Präsentation Innovationen
5	05.04.2007 KAM Gespräch
6	06.05.2007 Neue Produkte

Kundenbeziehung [1..5]

Attraktivität: 1=schlecht
Zusatzpotential: 3=mittel
Zufriedenheit: 5=gut/hoor
Loyalität: 3=mittel
Beziehung: 3=mittel

Kundenbindung

- » Leistungsfaktoren
- » Zufriedenheitsfaktoren
- » Begeisterungsfaktoren
- » Zukunftshandeln
- » Preiszufriedenheit
- » Kaufmotive
- » Kundensegmentierung
- » Kundenattraktivität
- » Beziehungsmanagement
- » Kundenentwicklungspotential
- » Loyalitätsindex
- » Kundenbindungsindex
- » Marketingaktivitäten
- » Promotion
- » Werbemittel
- » Muster
- » Einladungen
- » Gratulationen



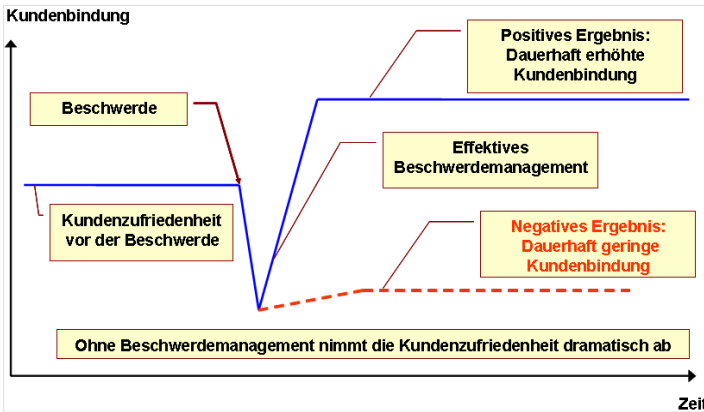
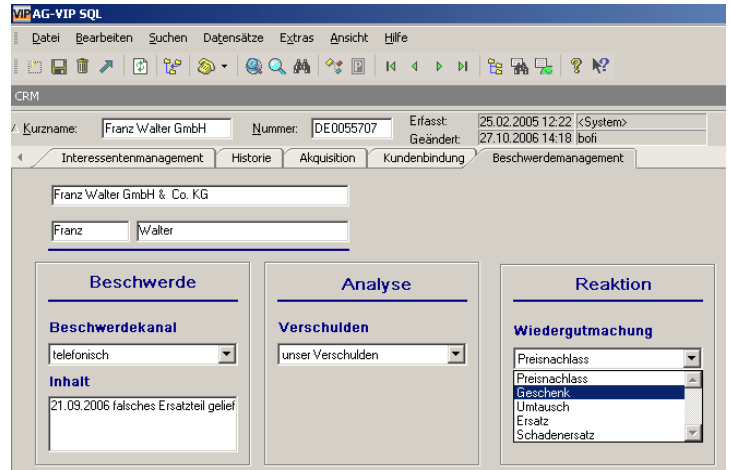
Beschwerdemanagement

Ein Muss für jedes Unternehmen

Die Behandlung von Beschwerdekunden

Die zentrale Frage ist nicht, wie eine Beschwerde definiert ist, sondern vielmehr, was sie in einer Kunden-Lieferanten-Beziehung bewirkt. Sowohl die Beschwerde als auch die Art und Weise ihrer Behandlung und Lösung sind damit ein wesentlicher Bestandteil jedes qualifizierten Customer Relationship Managements.

Inhaltlich liegt einer Beschwerde der Sachverhalt zugrunde, dass eine oder mehrere wesentlichen Erwartungen des Kunden in erheblichem Maße nicht erfüllt werden. Die daraus resultierende Unzufriedenheit übersteigt beim Kunden einen individuell gesetzten Schwellenwert und damit das tolerierende Niveau. Beim Kunden bewirkt diese Nichterfüllung der Erwartungen einen erheblichen Spannungszustand der durch die Beschwerdeaktivität gemindert wird.



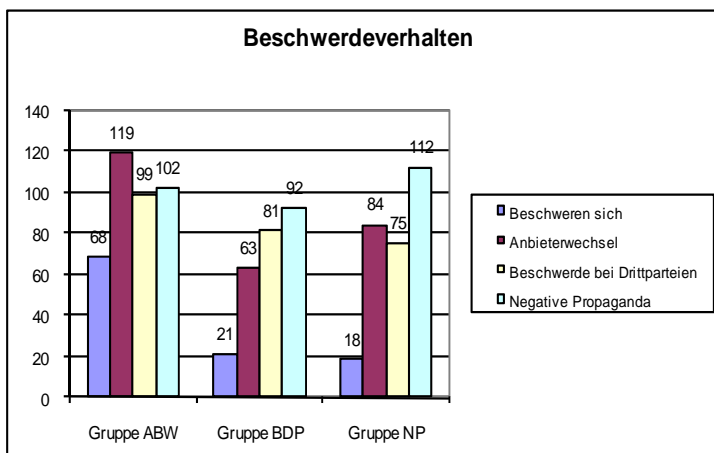
Beschwerdemanagement

- » **Beschwerdeanlass**
- » **Beschwerdeannahme**
- » **Beschwerdebearbeitung**
- » **Beschwerdekanal**
- » **Beschwerdeanalyse**
- » **Beschwerdeverschulden**
- » **Reaktion auf Beschwerden**
- » **Beschwerdebehandlung**
- » **Wiedergutmachungsalternativen**
- » **Beschwerdereporting**
- » **Beschwerdeinformationsnutzung**
- » **Kündigungsprävention**
- » **Beschwerdeauswertung**
- » **Statistische Auswertungen über alle Module**

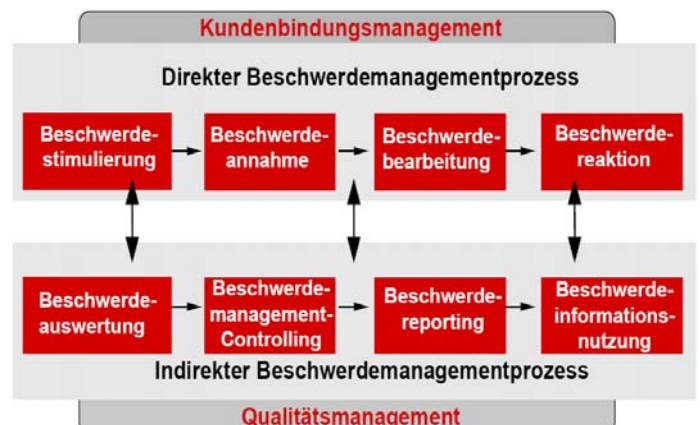
Untersuchungen zeigen, dass sich die Mehrheit der unzufriedenen Kunden nach wie vor nicht beim betreffenden Unternehmen beschwert, **sondern stattdessen den Anbieter wechselt, sich bei Drittparteien beschwert oder negative Mund zu Mund Propaganda betreibt.**

Von den Kunden, die sich beschweren, ist zudem **nur die Hälfte zufrieden mit der Beschwerdebehandlung** des Unternehmens.

Fakten wie diese zeigen, dass hinsichtlich der Gestaltung eines Beschwerdemanagements noch erheblicher Professionalisierungsbedarf besteht.



Beschwerdeverhalten



Die Prozesse im Beschwerdemanagement

Rückgewinnungsmanagement

Ein schlummerndes Potential

Bis zu 50% der verlorene Kunden können zurück gewonnen werden!

Verlorene bzw. abgewanderte Kunden sind eine interessante Zielgruppe, die im Unternehmen aktiv verfolgt werden sollte, um positive Deckungsbeiträge zu sichern und Akquisitionskosten zum Ersatz der abgewanderten Kunden zu vermeiden. Daneben können die im Kundenrückgewinnungsprozess gewonnenen Informationen zu den Abwanderungsgründen zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Leistungsangebots und zur Beseitigung von Leistungsmängeln genutzt werden. Untersuchungen zeigen, dass mit einem professionellem Kundenrückgewinnungsmanagement bis zu 50% der verlorenen Kunden zurück gewonnen werden können.

CRM
Kurznamen: TANDLER Zahnrad-un Nummer: DE0034930 Erfasst: 25.02.2005 12:19 <System>
Geändert: 25.10.2006 15:02 id
Interessenmanagement Historie Akquisition Kundenbindung Beschwerdemanagement Rückgewinnung

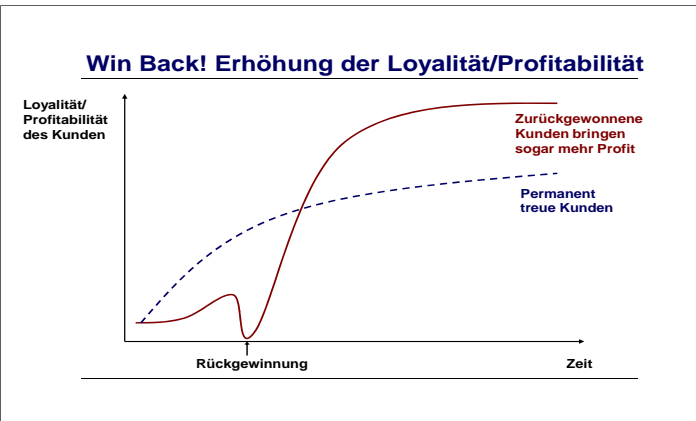
TANDLER GmbH
Oscar Scholler

Abwanderungsursache
Wettbewerbsbezogen
Inhalt
preisgünstiger

Kundensegmentierung
Starkunde

Rückkehranreize
Preisnachlass
materiell

Rückgewinnungserfolg



Die Loyalität steigt nach Rückgewinnung erheblich an

Nach Neukundenakquisition und Kundenbindung ist die Kundenrückgewinnung die dritte Säule eines professionell ausbalancierten Kundenmanagement-Systems. Doch nur wenige Unternehmen haben diese Quelle von Wettbewerbsvorteilen bisher erkannt und systematisch erschlossen.

Jedoch ist die Gewinnung neuer Kunden meist aber extrem aufwendig und im Vergleich zur Bearbeitung des bestehenden Kundenstamms sogar weniger profitabel.

Allerdings beobachtet man in vielen Unternehmen eine Vernachlässigung ehemaliger Kunden, obwohl dies als äußerst rentabel bezeichnet werden kann.

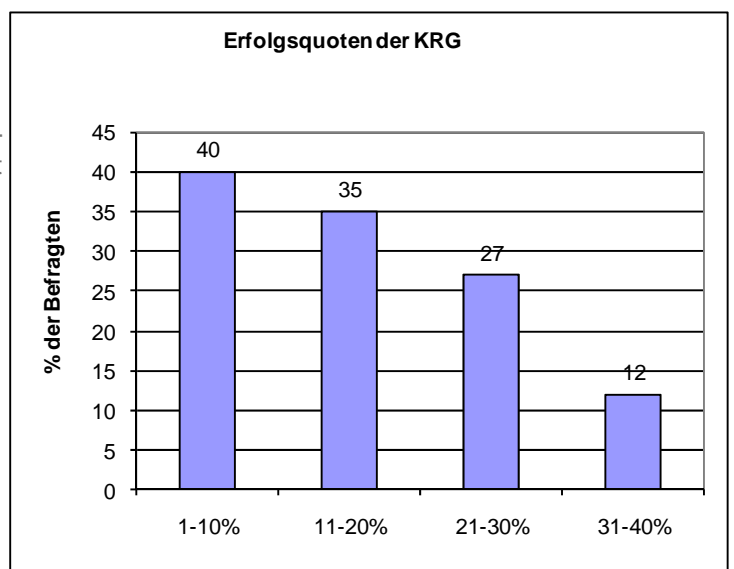
Die Attraktivität der Zielgruppe verlorener Kunden resultiert daraus, dass viele ehemalige Kunden für lange Zeit auch treue und zufriedene Kunden des Unternehmens waren und durchaus nicht nur über einen negativen Erfahrungsschatz verfügen.

Oftmals wird eine Geschäftsbeziehung auch nur wegen eines akuten Problems beendet. Daher verfügt das Unternehmen auch bei vielen verlorenen Kunden über einen gewissen Goodwill.

Darüber hinaus entwickeln verlorene Kunden nach einer Rückgewinnung sogar ein weitaus stärkeres Vertrauen und eine stärkere Loyalität zum Anbieter als permanent treue Abnehmer.

Rückgewinnungsmanagement

- » Abwanderungsursache
- » Kundensegmentierung
- » Rückkehranreize
- » Analyse der Abwanderungsursachen
- » Abwanderungsprävention
- » Wiederanbahnung
- » Messung des Rückgewinnungserfolgs
- » Rückgewinnungsstatistik
- » Erfolgsmessung
- » Rückgewinnungscontrolling



Erfolge im Kundenrückgewinnungsmanagement

SalesExcellence[®] Software

Maßgeschneiderte Komplettlösung für CRM & SalesExcellence

Die Module der SalesExcellence[®] Software

- » Zentrale Adressverwaltung mit beeindruckenden Selektions- und Suchfunktionen
- » Historie mit allen Verlaufsdaten, Aktivitäten, Aktionen, Veranstaltungen...
- » Kontaktmanagement mit Kundenakten und Kundendaten
- » Aktivitäten-, Telefon- und Wiedervorlagemanagement
- » Interessentenmanagement mit Akquisitionsverlauf, Erfolgchancen, Besuchsdokumentation...
- » Kundenbindungsmanagement mit Strukturgleichungsmodell zur Ermittlung der Loyalitätsindizes
- » Beschwerdemanagement mit Eskalations- und Troubleticketssystem
- » Rückgewinnungsmanagement mit konkreten Prozessphasen
- » Kampagnenmanagement mit Kampagnensteuerung und -controlling
- » Verkaufschancensteuerung und Businessplanung
- » Abbildung von Verkaufs- und Serviceprozessen und deren Mitarbeiterzuordnung
- » Automatische Arbeitszeiterfassung: Einloggzeit, Arbeitszeit in einem Prozess, Telefoniezeit
- » Callcenter Tätigkeiten im In- und Outbound inkl. Powerdialer und Callstatistiken
- » Direktmarketing: E-Mail Serienversand, Faxmailings, Serienbriefe, Telefonkampagnen...

Technische Leistungsmerkmale der SalesExcellence[®] Software

- » frei definierbares Datenbanklayout auf Basis MS-SQL Server ohne Limits
- » frei gestaltbare Oberfläche - interaktiver, frei programmierbarer Gesprächsleitfaden
- » Anwender können zu verwendende Ansichten auswählen und Reihenfolge bestimmen
- » flexibler Import / Export
- » phonetischer Dublettencheck zur Vermeidung doppelter Adressen
- » Aktivitätenmanagement
- » integriertes Wiedervorlagensystem. Delegation von Aufgaben
- » Angebotserstellung und Infoversand auf Knopfdruck in Verbindung z.B. mit MS-Word. Verknüpfung des erzeugten Dokumentes in die Kontakthistorie inkl. automatischer Eintrag in die Kontakthistorie
- » Dokumentenmanagement für kundenbezogene Dateien, wie Briefe, Faxe, Emails, Verträge, Zeichnungen
- » freie Suche und Auswertung über alle Felder der Datenbank
- » Statistikfunktion für Zielgruppen- oder Responseanalysen
- » Steigerung der Datenqualität durch integrierte Anschriftenkorrektur und Prüfung der CTI-Funktionalität auf TAPI-Basis mit Telefonanwahl auf Knopfdruck, automatischen Telefonwiedervorlagen bei besetzt oder keine Verbindung. Telefonate planen. Anruferidentifizierung
- » Effektives Kundenmanagement durch detaillierte Kontakthistorie sorgt für Transparenz
- » Emailversand über eigenen SMTP-Mail-Client möglich oder MAPI-fähige Mail-Clients z.B. MS-Outlook
- » mandantenfähig, netzwerkfähig, Dialogsprachen: Deutsch, Englisch, Französisch, Ungarisch
- » Ereignismakros ermöglichen Erweiterung in VB-Script
- » Datenaustausch mit Niederlassungen, Fachhändlern oder Außendienstmitarbeitern Optimiert für die Anbindung via VPN mit UMTS, WLAN.

Projekttablauf CRM & SalesExcellence

Kostengünstig, schnell und professionell



1. Analyse Workshop

Das Projekt beginnt mit einem Workshop mit den Projektbeteiligten des Auftraggebers. Dabei wird festgestellt welche Informationen bereits vorliegen und welche noch notwendig sind. Weiterhin werden die Vorhaben des Unternehmens ermittelt, um Ansätze für die Wahl der geeigneten Module in der SalesExcellence® Software zu gewinnen.



2. Kundeninformationen beschaffen

Als Kundeninformationen dient die Analyse der Kundenstruktur und des Kundenpotentials, um eine Kundensegmentierung durchzuführen. Des weiteren sind Informationen über die Kundenzufriedenheit und das Kundenbindungspotential notwendig.



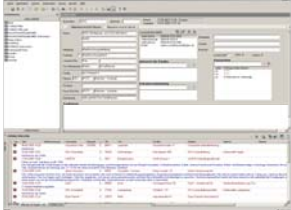
3. Konzept erstellen

Welche Kundenbearbeitungsstrategie soll für ein spezifisches Kundensegment zum Einsatz kommen? Wie und über welche Kanäle soll das Kundensegment adressiert werden? Zu welchen Zeitpunkten soll eine Kontaktierung des Segments erfolgen? Welche Unternehmensbereiche sollen auf welche Weise eingebunden werden? Welche Datengrundlagen müssen in welcher Form aufbereitet werden? Auf welche Weise sollen Effektivität und Effizienz in der Zielerreichung überprüft werden?



4. Pflichtenheft erstellen und Module auswählen

„Think big, start small“ heißt die Devise bei der Einführung des Excellence Systems. Zunächst werden die Module ausgewählt und implementiert, die dem Kunden und dem Unternehmen den größten Nutzen bieten.



5. Anpassung der SalesExcellence® Software

Die Anpassung der SalesExcellence® Software richtet sich nach sehr individuellen Belangen des Kunden und des Unternehmens. Deshalb wird die Anpassung der SalesExcellence® Software individuell, unter Berücksichtigung der Prozesse und Verantwortlichen, vorgenommen.



6. Umsetzungsbegleitung

Strukturierung des Handlungsbedarfs und der Verbesserungsmaßnahmen, sowie Definition interner und externer Unterstützungsmaßnahmen wie Schulungsmaßnahmen, Optimierungsworkshops und Einsatz entsprechender Tools.

7. Schulung

Im Bereich Training & Mitarbeiterqualifikation führen wir zu den einzelnen Themen Schulungen und Trainings durch und begleiten Ihre Mitarbeiter bei der Umsetzung

Ihr Leistungsangebot interessiert uns...

Faxantwort +49 89 368143 55

Email consulting@interconnectionconsulting.de



- Wir sind am Thema **Customer Relationship Management** interessiert.
Bitte übersenden Sie uns weitere Informationsunterlagen.

Customer Relationship Management

Wir interessieren uns besonders für folgende Schwerpunkte

- Konzept und Gestaltung einer CRM-Software
- Interessentenmanagement
- Neukundengewinnung
- Kundenbindungsmanagement
- Beschwerdemanagement
- Rückgewinnungsmanagement

Name Vorname

Telefon Email

Firma Abteilung

Straße PLZ, Ort