

## KONTAKTMANAGEMENT-SYSTEME

# Gepflegte Beziehungen halten länger

Um ihre Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen, genügt Unternehmen mit kleinem oder mittelgroßem Datenbestand eine solide Kontaktmanagement-Software, kurz KMS. salesBUSINESS zeigt Ihnen, was ein solches System bringt und wie Sie das richtige KMS finden.

VON BJÖRN EGGSTEIN\*

**D**er Kollege ist nicht da, können Sie nicht morgen noch mal anrufen? « – »Ach, Sie hatten bereits mehrmals angefragt? « – »Sind Sie Kunde von uns? « Gerade bei kleinen und mittelständischen Unternehmen stellt der persönliche Kontakt zum Kunden ein wichtiges Differenzierungsmerkmal gegenüber dem Mitbewerber dar. Da sind solche Aussagen nicht nur peinlich, sondern langfristig extrem schädlich.

Mit dem richtigen Werkzeug lässt sich die Kundenkommunikation verbessern und steuern. Auch bei knappem Personalbestand können so individuelle Kundenbeziehungen aufgebaut werden. Unternehmen mit kleinem bis mittelgroßem Datenbestand ohne Bedarf an der Abbildung relationaler Beziehungen – zum Beispiel zwischen Datensätzen aus dem Kundenstamm und verschiedenen Projekten – genügt in der Regel eine solide Kontaktmanagement-Software (KMS).

Als Informations- und Kommunikationsbasis für Marketing- und Vertriebsaufgaben leistet eine solche Software weitaus mehr als das bloße Verwalten von Kundendaten. Damit sich die Mitarbeiter in Vertrieb und Verkauf voll auf die Bedürfnisse des Kunden konzentrie-

ren können, liefert sie die passenden Funktionalitäten.

Die Möglichkeiten einer guten KMS sind vielfältig. Sie hält Vertriebs- und Verkaufsmitarbeitern den Rücken frei und bietet enorme Wachstumsmöglichkeiten über Up- und Cross-Selling-Aktivitäten. Um Vertriebschancen schnell erkennen und optimal nutzen zu können, ermöglicht sie nicht nur die unkomplizierte und schnelle Dokumentation jeder Aktion und jedes Kontakts mit bestehenden und neuen Kunden. Sie bietet darüber hinaus Statistikfunktionen, Filter- oder Selektionsmöglichkeiten und Funktionen, um Kampagnen durchzuführen.

## KMS SIND FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN GEEIGNET.

Da Wissen um den Kunden nur durch zeitaufwändige Datenpflege aufgebaut werden kann, ist es wichtig, dass die Software mit vielfältigen Automatismen ausgestattet ist. Dazu gehören zum Beispiel die automatische Ablage von E-Mails oder das schnelle Erstellen individualisierter Routineanschriften. Eine zentrale Datenverwaltung und -pflege sorgt für einen abteilungsübergreifenden Informationsfluss. So kann ein umfassendes Bild vom Kunden aufgebaut und eine individuelle Beziehung zu ihm hergestellt werden.



**Beziehung zum Kunden stärken** Elektronisches Kontaktmanagement kann mehr als nur Kundendaten verwalten.

In technischer Hinsicht beschleunigt die Software Arbeitsprozesse und hilft, einfacher und effizienter zu kommunizieren – sowohl nach außen als auch intern zwischen kundenbezogenen Abteilungen wie Marketing, Vertrieb und Service.

Einengen lässt sich niemand gerne. Und so richtet sich eine gute KMS nach den Anforderungen des Unternehmens und nicht umgekehrt. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen benötigen Komplettlösungen, die schnell implementiert, in Struktur und Ober-

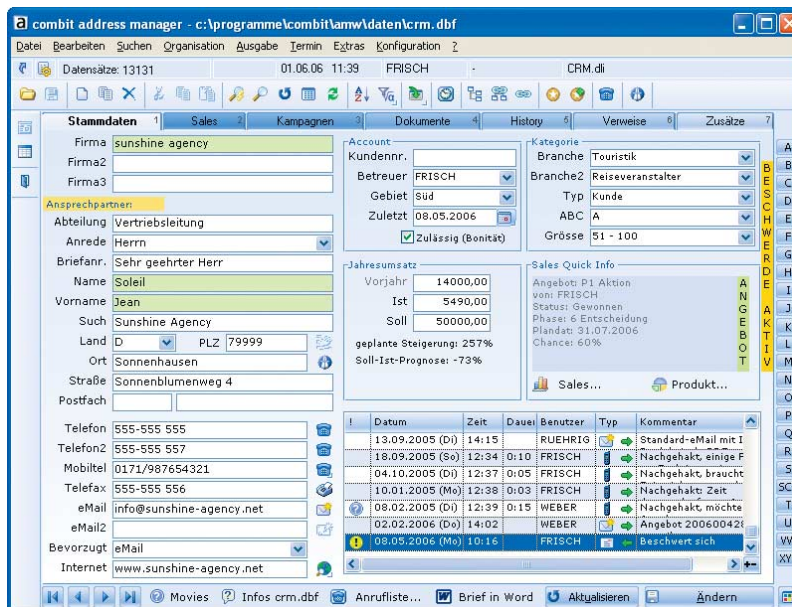
\* BJÖRN EGGSTEIN ist Geschäftsführer der Combit GmbH aus Konstanz.

# KMS IN DER PRAXIS

Ein Vertriebsmitarbeiter erhält einen Kundenanruf. Er prüft, ob der Anrufer bereits in der Datenbank geführt ist und gelangt direkt zum passenden Datensatz. Alle relevanten Informationen, zum Beispiel Korrespondenz, Kontaktgeschichte, Servicefälle, Verkaufschancen, Beschwerden oder Umsätze, werden ihm angezeigt. Sofort ist klar: Der Kunde hat vor einigen Monaten ein bestimmtes Produkt gekauft. Für den Kunden ist dies ein erfreulicher Moment. Er muss nicht viel erklären, da ihn sein Ansprechpartner schnell identifizieren konnte.

Heute benötigt der Kunde Support für dieses Produkt. Außerdem interessiert er sich für ein weiteres. Noch während der Vertriebsmitarbeiter die Aktualität der Daten abgleicht, wechselt er die Registerkarte im Datensatz und klickt auf den Button, der auf das neue Produkt führt. Sofort wird automatisch eine personalisierte E-Mail an den Kunden erstellt, die neben einer Begrüßung eine PDF-Datei mit ersten Produktinformationen und die Kontaktdaten seines Betreuers enthält.

Dem Vertriebsmitarbeiter wurde durch das Auslösen des Buttons automatisch ein Termin gesetzt, damit er das Gespräch nach ein paar Tagen nachfassen kann. Parallel wurde der Versand im Datensatz des Kunden verzeichnet und ein Code gesetzt, der ihn in die Zielgruppe der anstehenden Kampagne zum neuen Produkt aufnimmt. Während der Mitarbeiter seinen Anrufer mit dem Kollegen aus der Supportabteilung verbindet, schickt er eine E-Mail mit einer elektronischen Referenz auf den Datensatz des Kunden. Sein Kollege hat nun seinerseits sofort alle Daten per Doppelklick parat.



**Kontaktmanagement-Systeme** eignen sich auch für kleine und mittlere Unternehmen – wenn sie an die Geschäftsprozesse angepasst sind.

fläche individuell angepasst und jederzeit erweitert werden können.

Von Vorteil ist eine branchenunabhängige Software, die genügend Flexibilität mitbringt und offen für branchen- und unternehmensspezifische Bedürfnisse wie auch für bereits vorhandene Lösungen ist. Starre Software mit vorgefertigter Daten- und Prozessstruktur

## DIE STANDARDLÖSUNG WIRD IM LAUFE DER ZEIT ZUR INDIVIDUALLÖSUNG.

führt in einer sich immer schneller entwickelnden Geschäftswelt direkt in die Sackgasse. Ideal ist eine Software, wenn sie bei Bedarf mitwächst, Felder und Automatismen also jederzeit ergänzt werden können. Auf diese Weise wird aus einer preisgünstigen Standardlösung im Laufe der Zeit eine exakt passende Individuallösung.

Programme mit geringen technischen Anforderungen fügen sich nahtlos in eine bestehende IT-Struktur ein und lassen sich ohne besondere Kenntnisse einfach betreiben. Um auf sich verändernde

Anforderungen, zum Beispiel weitere Felder, andere Kategorisierung oder neue Abläufe reagieren zu können, sollte die KMS problemlos erweiterbar sein. Bei der Suche nach der passenden Lösung ist es sicher von Vorteil, sich auf Hersteller mit jahrelanger Erfahrung zu konzentrieren, da ihr Produkt vielfach erprobt und weiterentwickelt wurde.

Doch nur wer kundenorientiert denkt und handelt, wird das neue Werkzeug zu schätzen und entsprechend einzusetzen wissen. Geld verdienen Unternehmen nach wie vor mit den eigenen Produkten und Kunden. Alle Geschäftsprozesse sollten deshalb auf die neuen Abläufe ausgerichtet sein. Erst dann ist eine KMS das richtige Erfolgsrezept auf dem Weg zum begeisterten Kunden. ←

Welches System ist für Ihr Unternehmen das Passende? Um das herauszufinden, sollten Sie einige Fragen im Vorfeld klären. Unsere Checkliste dazu finden Sie auf Seite 26.

# SO FINDEN SIE IHR PASSENDES KMS

Jedes Kontaktmanagement-System muss sich nach den Prozessen innerhalb eines Unternehmens richten. Doch können Sie aus dem Stehgreif die wichtigsten Kriterien für Ihre Firma nennen? Die folgende Checkliste gibt Ihnen Hinweise, worauf Sie bei der Auswahl eines KMs achten müssen:

## Größe und Leistungsfähigkeit:

- Benötigen wir ein netzwerkfähiges Programm, wenn ja – für wie viele Personen? Sollte sie gleichzeitig zugreifen können oder personalisiert? Bei Teilzeitkräften wäre eine Lösung mit gleichzeitig zugreifenden Benutzern günstiger.
- Benötigen wir Groupware-Funktionen?
- Was will ich mit dem Programm verwalten?
- Benötige ich CTI/Telefonie-Funktionen?
- Soll mir die Lösung auch als Planungsinstrument dienen, das heißt: Beinhaltet es eine Terminverwaltung oder Werkzeuge, um Berichte zu erstellen, oder verfügt es über Statistikfunktionen?

## Flexibilität

- Gibt es Lösungen, die auf unsere Branche ausgerichtet sind? Hier ist jedoch nicht gewährleistet, ob die Software auch wirklich den eigenen Anforderungen entspricht. Daher ist eine flexible Standardsoftware oft die bessere Lösung, sofern sie leicht auf die eigenen Anforderungen angepasst werden kann, etwa durch eine frei gestaltbare Eingabemaske. Was das Gestalten der Oberfläche angeht, trennt sich gerade in Bezug auf einfach Bedienung schnell die Spreu vom Weizen.
- Wie viele Abteilungen sollen mit der Lösung arbeiten? Benötigen wir eine oder mehrere Datenbanken? Müssen sie verknüpfbar sein?
- Wie viel Datenfelder und welche werden benötigt? Praktisch ist auf jeden Fall eine Lösung, bei der die Benutzeroberfläche und die Datenbankstruktur auch noch nachträglich möglichst einfach geändert werden kann.
- Der Blick in die Zukunft sollte nicht fehlen: Wie könnten die Betriebsabläufe in ein paar Jahren aussehen? Ist eine Expansion des Unternehmens zu erwarten? Wenn ja, sollte die Lösung in der Lage sein mitzuwachsen.

## Automatisierungen und schnelle Bedienung

- Welche Möglichkeiten bietet die Software, die Dateneingabe zu beschleunigen, etwa durch Folgeverknüpfungen?
- Welche Routinarbeiten fallen bei uns an? Welche Möglichkeiten bietet das Programm, diese zu automatisieren?
- Bietet das Programm die Möglichkeit, über globale Funktionen mehrere Datensätze gleichzeitig zu verändern?

## Brief, E-Mail, Fax & Co.

- Verschicken wir (Serien-)E-Mails und -Faxe? Wie gut unterstützt dies das Programm? Wie gut sind Textverarbeitungen eingebunden? Können (Standard-)Briefe auf Knopfdruck erstellt werden?
- Legen wir Wert auf eine elektronische Dokumentenverwaltung? Es gibt Lösungen mit integrierter Dokumentenverwaltung.
- Welche Ausdruckmöglichkeiten werden benötigt? Beispiel: Wäre es praktisch, unterschiedliche Druckerschächte für die erste Seite und Folgeseiten anzusteuern? Wichtig wäre der Einzel- oder Seriendruck von Etiketten, Umschlägen, Karteikarten, Briefen, Faxen und Listen. Wäre der Ausdruck auf RTF oder HTML interessant? Oder der Druck von Barcodes?

## Datenbankabgleich/Filialen/Außendienstler

- Müssen und können bereits vorliegende Daten in die neue Lösung importiert werden? Wie gut unterstützt dies das Programm?
- Gibt es eventuell sogar eine oder mehrere Filialen, mit denen regelmäßig ein Abgleich durchgeführt werden sollte, da auf derselben Datenbank gearbeitet wird? Wenn ja, wäre es praktisch, wenn ein Abgleich ganz automatisch – zum Beispiel nachts – durchgeführt werden könnte.
- Benötigen wir einen Webclient, das heißt den Zugang zur Datenbank über das Internet?
- Welche Import- oder Exportmöglichkeiten sollten vorhanden sein, zum Beispiel auch Import aus Telefon-CDs?
- Müssen wir andere Programme an die Adressverwaltung anbinden, zum Beispiel Warenwirtschaftsprogramme oder eine Routenplanung? Erlaubt das das Programm?

## Bedienungskomfort/Schulung

- Wie groß ist der Einführungsaufwand? Gibt es Beispieldatenbanken, die Ideen liefern können oder eventuell als Grundlage dienen können?
- Wie benutzerfreundlich sind die Systeme? Gibt es Assistenten, die zum Beispiel Funktionen wie Import und Export oder das Erstellen einer neuen Datenbank erleichtern?
- Wie flexibel sollten die Selektionsmöglichkeiten sein? Gibt es die Möglichkeit, Datensätze auch nach komplizierten Kriterien zusammenzustellen?
- Welche Möglichkeiten der Suche benötigen wir – schnelle Index-Suche, phonetische Suche oder Suche nach doppelten Datensätzen?

## Sicherheit

- Möchten wir Benutzergruppen einrichten? Benötigen wir benutzerspezifische Felder, Feld-, Datensatz- und Datenbankrechte?

# TESTEN SIE UNS!

Sie suchen eine wirkungsvolle Prämie für Ihre Vertriebs- oder Marketingaktivitäten?  
Dann testen Sie die Leistungsfähigkeit des maxchoice-geschenkschecks.

Geben Sie die individuelle 99er Schecknummer und Ihren Firmenkontakt ein unter  
**[www.maxchoice.de/Testen](http://www.maxchoice.de/Testen)**

Die schnellsten Rückmeldungen erhalten von uns einen Geschenkscheck. \*



\* Die ersten 200 Rückmeldungen erhalten einen maxchoice-geschenkscheck über 20,00 Euro.  
Die nächsten 200 Rückmeldungen erhalten einen maxchoice-geschenkscheck über 10,00 Euro.  
Teilnahme möglich bis 15. April. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## Dieser Scheck ist ein Geschenk!

- **Der händler-übergreifende Gutschein**
- **Bei bundesweit 2.000 Händler-Filialen**
- **Direkt vor Ort - wie Bargeld - einlösbar**
- **Erfolgreiches Prämienmanagement**
- **In jeder Kampagne einsetzbar**
- **Erfolg - auf den Punkt gebracht.**

Besuchen Sie uns unter [www.maxchoice.de](http://www.maxchoice.de) oder auf einer der folgenden Fach-Messen:



maxchoice gmbh & co kg  
Rheinstraße 10 | 50321 Brühl  
Tel./Fax: 02232-9392-0/-29

<http://www.maxchoice.de>  
[info@maxchoice.de](mailto:info@maxchoice.de)