



## Customer Relationship Management (CRM)

# Customer Relationship Management

Erfolgreich durch kundenzentrische Unternehmensprozesse

## Ihre Herausforderungen: Kenntnisse über Kundenverhalten und -ansprüche

Die Ansprüche und das Verhalten Ihrer Kunden haben sich geändert. Bedingt durch die Internetrevolution und Globalisierung stellen Sie eine abnehmende Markenloyalität fest. Der Kunde testet öfter andere Marken. Oftmals entscheidet nur der Preis – ein enormer Preisdruck im Wettbewerb und ein damit verbundener Kostendruck in Ihrem Unternehmen sind die Folge.

Auf der anderen Seite wächst mit den Ansprüchen Ihrer Kunden die Komplexität Ihres Geschäfts. Der Kunde erwartet maßgeschneiderte Angebote bis hin zu individuell konfigurierten Produkten. Kundenbetreuung wird über alle Kontaktkanäle – teilweise rund um die Uhr – erwartet. Ein einheitliches Auftreten Ihres Unternehmens gegenüber dem Kunden und die Sicherstellung einer gleichbleibend hohen Betreuungsqualität werden als selbstverständlich vorausgesetzt.

## Erfolgsfaktor „wirtschaftliche Kundenzufriedenheit“

Der Schlüssel zu Ihrem Unternehmenserfolg sind zufriedene Kunden. Diese sind loyal und bilden die Basis für Ihren Unternehmenserfolg. Im Grundsatz können Sie jeden Kunden zufrieden stellen, in dem Sie dessen Erwartungshaltung einhalten oder übertreffen. Doch die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden sind ebenso unterschiedlich wie deren Profitabilität. Zur Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit Ihres Unternehmens müssen Sie in die entscheidenden Zielgruppen investieren. Doch wer gehört zu diesen Zielgruppen und was sind deren Wünsche und Bedürfnisse?

## Customer Relationship Management als wirkungsvoller Ansatz zur permanenten Optimierung

Customer Relationship Management (CRM) betrachtet alle wichtigen Unternehmensprozesse, in deren Mittelpunkt die Kundenbeziehungen stehen. Die Umsetzung eines umfassenden Kundenbeziehungsmanagements in Ihrem Unternehmen optimiert die Kundenzufriedenheit und erhöht damit langfristig die Kundenbindung. Ihr Unternehmen profitiert von höheren Wiederkaufs- und geringeren Kündigungsraten.

Voraussetzung für effektives Kundenbeziehungsmanagement ist, dass Sie Ihre Kunden kennen. Eine zentrale Kundendatenbank mit allen Transaktionen in Form einer vollständigen Kontakthistorie über alle Kontaktkanäle hinweg bildet die Basis. Über diese 360° Kundensicht stellen Sie den unternehmensweit einheitlichen Wissenstand über Ihre Kunden sicher und gewährleisten eine konsistente Kommunikation über alle Kontaktkanäle wie Call Center, Internet, Mail, Fax etc.

## Einheitliche und effiziente Customer Relationship Management Prozesse

**Operative** CRM-Prozesse bieten im Marketing Planungs- und Kampagnenmanagementprozesse zur Generierung neuer Kunden bzw. Leads. Im Vertrieb bietet CRM ein strukturiertes Vorgehen und visualisiert den Status Ihrer Pipeline. Im Bereich After Sales stellt CRM eine konsequente Bearbeitung von Kundenanfragen und -beschwerden im Ersatzteilwesen und Service sicher und leistet damit einen hohen Beitrag zur Kundenzufriedenheit.

Mit **kollaborativen** CRM-Prozessen, die Ihre Kunden, Lieferanten, Vertriebs- und Service-Partner einschließen, optimieren Sie Ihre Prozesskosten für Ihre Kunden, zum Beispiel durch Internet Self-Service. Die vertikale Integration Ihrer Prozesse mit Ihren Handelspartnern im Vertrieb und Service stellt die konsistente Kundenansprache sicher und eröffnet Ihnen den Zugang zu Informationen über Ihre Kunden, die Ihnen bis jetzt verborgen geblieben sind. Die Weitergabe Ihrer Kenntnisse zu Kaufverhalten, Produktvorlieben und -problemen an Ihre Lieferanten und die eigene Entwicklung erlauben Ihnen eine rasche Reaktion sowie eine noch tiefergehende Kundenfokussierung.

## Erhöhen Sie Ihre Effektivität durch adaptives Customer Relationship Management

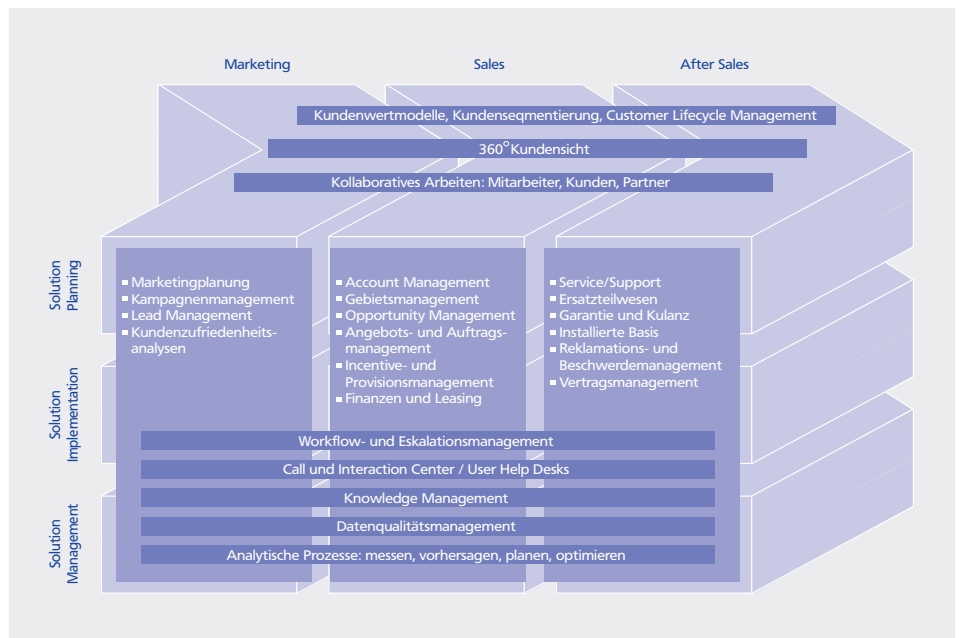
Analytische CRM-Prozesse ermöglichen es, Ihre wertvollsten Kunden und deren Bedürfnisse zu erkennen und das Ergebnis Ihrer Investitionen in Kundenbeziehungen, zum Beispiel über Kundenwertmodelle, zu messen. Erkannte Veränderungen im Kundenverhalten und der Kundenprofitabilität bilden die Basis zur permanenten Optimierung ihrer operativen Marketing-, Vertriebs- und Service-Prozesse. Beispielsweise lassen sich über statistische Analyseverfahren Potenziale für Cross- und Up-Selling, abwanderungsgefährdete Kunden und Einflussfaktoren der Zufriedenheit Ihrer Kunden identifizieren.

Analytisches CRM versetzt Sie in die Lage, die Beziehung zu den richtigen Kunden zu festigen, auszubauen sowie neue profitable Kunden zu gewinnen.

## Mit MHP von der Customer Relationship Management Strategie zur schlüsselfertigen Lösung

Mieschke Hofmann und Partner verbindet fundiertes Prozess-Know-how mit langjähriger IT-Erfahrung. MHP verfügt durch zahlreiche Referenzprojekte und strategische Partnerschaften über das erforderliche Know-how, um Sie bei Ihrer CRM-Initiative zu begleiten.

MHP unterstützt Sie bei der Neuausrichtung und Optimierung Ihrer kundennahen Unternehmensprozesse von der Planung über die Einführung bis zum Support des laufenden Systems. Profitieren Sie von unserer Expertise und Erfahrung mit führenden Systemplattformen wie SAP CRM bis hin zu Speziallösungen für die Automotivebranche wie Kerridge Autoline.



## MHP-Leistungen für Ihre Customer Relationship Management Initiative

### Solution Planning

- Prozessanalyse und -design
- Organisationsanalyse und -design
- Applikationsauswahl
- SAP CRM „Test Drive“
- Benefit-/ROI-Analysen
- Konzeption von Kundenwertmodellen
- Erstellung von Support-Konzepten
- Datenqualitätsmanagement-Analyse und -Design

### Solution Implementation

- Applikationsdesign
- Systemkonfiguration
- Kundenspezifische Entwicklung
- Systemintegration
- Systemeinführung

### Solution Management

- Application Management nach Produktivstart
- Ongoing Improvement

### Begleitende Aktivitäten

- Internes und externes Qualitätsmanagement, Projektaudits
- Trainingskonzeption und -durchführung für Anwender und IT-Mitarbeiter

## Ihr Mehrwert durch Customer Relationship Management

Profitieren Sie von den Vorteilen einer modernen CRM-Lösung:

- Transparenz Ihrer wertvollen Kunden und deren Bedürfnisse
- Erhöhung des Umsatzes durch Erschließung von Cross- und Up-Selling-Potenzialen
- Erhöhung des Umsatzes durch effektiveres und schnelleres Lead Management
- Erhöhung des Customer Lifetime Value durch verbesserte Kundenbindung
- Differenzierung vom Wettbewerber durch personalisierte Produkte und Services und damit Reduzierung der Preissensibilität
- Kostenreduktion durch Nutzung neuer Kontaktkanäle
- Kostenreduktion durch Funktionsverlagerung von ihrem Unternehmen zum Kunden, Partner oder Lieferanten
- Kostenreduktion in Outbound-Kampagnen durch richtige Zielgruppen
- Kostenreduktion in der Supply Chain durch verbesserte Vertriebsplanung und -vorhersage
- Kostenreduktion durch Fokussierung Ihrer Investitionen auf richtige Kunden

### Weitere Informationen

Telefon +49 (0)7141 7856-0  
 eMail info@mhp.de  
 Internet www.mhp.de