



Change Management: Ein wichtiger Schlüssel zu einer erfolgreichen CRM Implementierung

Übersicht

Untersuchungen haben gezeigt, dass CRM (Customer Relationship Management) - Softwareprojekte dann erfolgreich implementiert werden, wenn die Personen am Projekt mitgearbeitet haben, welche die Marktinformationen haben. Das bedeutet eine aktive Projektmitarbeit der Verkäufer. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die aktive Mitarbeit und das anschliessende Coaching durch das Management.

Wir haben uns auf die Verkaufs-, Marketing- und Managementprozesse konzentriert, um diese dann in die CRM-Software zu integrieren. Dies soll sicherstellen, dass eine hohe Akzeptanz und ein rascher ROI (Return on Investment) des Projektes erreicht werden.

1. Situation mit CRM Implementierungen

Über die letzten Jahre hat sich gezeigt, dass viele CRM Softwareimplementierungen nicht so erfolgreich waren, wie man sich dies vorgestellt hatte. Der Grund liegt meist nicht in der Qualität der Softwareprodukte. Nein - es wurde vergessen, dass die Software ein Hilfsinstrument speziell für die Aussendienstorganisation und das Marketing sein soll und übersah dabei, dass die CRM Software in der Qualität und der Einhaltung der Verkaufs-, Marketing- und Coachingprozesse unterstützen soll.

1.1 Vieles hängt vom Menschen ab

Studien haben gezeigt, dass der CRM-Software-Projekterfolg von folgenden Faktoren abhängig ist:

- 20% von der Technik
- 30% von der Integration der Prozesse
- 50% von der Akzeptanz durch den Benutzer

Das bedeutet, dass schon vor der Implementierung die späteren Benutzer in das Projekt involviert werden müssen.

1.2 Zuwenig Akzeptanz bei Verkäufern - von dort kommen aber die Marktdaten her

Wenn CRM mit einer Software betrieben werden soll, dann braucht es in der Datenbank auch Marktdaten. Woher kommen diese Marktdaten? Ja, vom Aussendienst und dem Marketing. Diese kennen ihre Kunden am besten und wissen, welches die Geschäftsziele, Entscheidungskriterien und weitere wichtige Punkte für eine erfolgreiche Kundenbeziehung sind. Das bedeutet, wenn diese Daten im CRM-System vorhanden sein sollten, dass diese Mitarbeiter auch motiviert werden müssen, um die Daten einzugeben und zu pflegen.

1.3 Zuerst bestimmen, wo CRM Tool wirklichen Mehrwert bringt

Viele Unternehmen haben auch nicht klar definiert, welchen effektiven Nutzen das CRM-System und ein strukturiertes Vorgehen im Verkaufsprozess bringen soll. Meist fehlen klar definierte Ziele, welche durch die Einführung des CRM-Tools erreicht werden sollen.

1.4 ROI wird immer wichtiger

Da heute niemand mehr Kosten liebt, ist es wichtig, dass die CRM-Softwareeinführung als klare Investition gesehen wird. Das heisst, nach einer gewissen Zeit muss ein messbarer Nutzen entstehen. Meist fehlen jedoch die Messkriterien.

2. Unser Vorgehensmodell

Wir haben uns neben der Definition und des Trainings von Verkaufsprozessen auf die erfolgreiche Einführung von CRM-Tools spezialisiert. Dies speziell in der Bestimmung, Implementierung und Schulung der kundenprozessbezogenen Punkte. Das heisst, wir helfen beim ganzen Change Prozess mit.

2.1 Interviews

Bevor ein Konzept respektive ein Vorgehensplan erstellt werden kann, führen wir Interviews mit den entsprechenden Verantwortlichen durch. Dies sollen vor allem die entsprechenden

Geschäftsverantwortlichen sein, wie Geschäftsführer, Verkaufs- und Marketingleiter, wie auch Verkäufer. Wichtig ist es, dass zuerst die Ziele verstanden werden, welche durch die CRM-Softwareeinführung erreicht werden sollen.

2.2 Vorgehensplan

Nach der Situationsaufnahme wird ein möglicher Vorgehensplan erstellt. Dieser wird danach mit den Verantwortlichen diskutiert und entsprechend angepasst. Das entsprechende Vorgehen soll dann intern beim Kunden auch entsprechend kommuniziert werden.

2.3 Vertieftes Geschäftsverständnis gewinnen

Anhand von Workshops mit verschiedenen Teilnehmern aus Marketing, Verkauf, Geschäftsleitung, Verkaufsdienst und weiteren, werden gemeinsam die relevanten Geschäftsprozesse, welcher die Firma zu ihren Kunden hat, ermittelt und abgebildet. Dies noch ohne Software. Während dieser Phase beginnt der eigentliche Change Prozess innerhalb des Unternehmens. Denn dadurch, dass verschiedene Mitarbeiter die Prozesse selbst erarbeiten, stehen sie danach auch hinter den Entscheidungen und tragen zur erfolgreichen Implementierung bei.

2.4 Evaluation der KPIs/ROIs mit dem Management

Damit der Projekterfolg später auch quantifizierbar ist, werden die Nutzen der CRM-Implementierung erfasst. Diese werden nach qualitativen und besonders nach quantitativen Gesichtspunkten geordnet. Für die quantitativen Ziele braucht es klare Zahlen. Es muss bestimmt werden, nach welcher Zeit zum Beispiel wieviel mehr Umsatz oder Marge erreicht werden soll.

2.5 Definition ROI

Die Investition der CRM-Softwareeinführung stehen nun fest, wie aber auch der Nutzen, der für das Unternehmen daraus entstehen soll. Anhand dieser Zahlen kann nun der Return on Investment (ROI) aufgezeigt werden. Diese Berechnungen sollen dann auch Grundlage für die Ausbildung und das anschliessende Coaching sein.

2.6 Implementierung der Geschäftsprozesse in das CRM-Tool

Die definierten Geschäftsprozesse werden in der Software abgebildet. Das heisst, die Software soll nur jene Funktionalitäten aufweisen, welche auch dazu beitragen, dass die Geschäftsprozesse optimiert werden können. Das heisst, die Software wird dadurch anwenderfreundlicher, da man sich nur noch auf die wesentlichen Punkte konzentriert. In dieser Phase arbeiten wir sehr stark mit dem CRM-Implementierungspartner zusammen.

2.7 Ausbildung angepasst auf den Kundengeschäftsprozess

Um die Benutzerschulung interessant zu gestalten, wird diese individuell für jeden Kunden neu erarbeitet. Die Schulung soll einestils den neuen Geschäftsprozess vermitteln und auf der anderen Seite aber aufzeigen, wie die notwendigen Informationen in der CRM-Software eingegeben und gepflegt werden. Wir haben festgestellt, dass so die Benutzer den Sinn des Softwarehilfsmittels einsehen und auch danach motiviert sind, mit dem Werkzeug zu arbeiten.

2.8 Coaching des Managements

Da der Changeprozess auch oder sogar besonders beim Management stattfinden muss, unterstützen wir dieses. Das bedeutet, dass wir gemeinsame Coachinginstrumente erstellen, damit die Manager die Möglichkeit haben, ihre Mitarbeiter tatkräftig zu unterstützen. Durch all diese Massnahmen kann innert kurzer Zeit der ROI der CRM-Softwareimplementierung erreicht werden. Und der Kunde des Kunden merkt rasch, dass das Unternehmen professioneller vorgeht.

3. Ihre nächsten Schritte

Wenn auch Sie daran interessiert sind ein erfolgreiches CRM-Softwareprojekt einzuführen oder ihr bestehendes Projekt in ein erfolgreiches zu drehen, dann kontaktieren Sie am besten: