

# CRM

## Definition:

CRM ist zu verstehen als ein strategischer Ansatz, der zur **vollständigen Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse mit den Kunden** genutzt wird. CRM umfasst das gesamte Unternehmen und den gesamten Kundenlebenszyklus und beinhaltet das Database Marketing und entsprechende CRM-Software als Steuerungsinstrument.

(Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/customer-relationship-management-crm-30809>, Zugriff 13.05.2022, 12:00Uhr)

## Gründe für CRM:

- verschärfter Wettbewerb
- kürzere Produktlebenszyklen
- Kundenzufriedenheit steigt
- sinkende Marketing- und Vertriebskosten

## Ziele des CRM:

- Management der Angebote und Kontakte
- dauerhafte, langfristige Kundenbindung
- Maximierung des Kundenwertes

## Arten des CRMs:

### 1. Analytisches CRM:

**Erhebung und Auswertung von Kundendaten.** Das Ziel ist die Verbesserung der Geschäftsbeziehung mit Kunden sowie die Verbesserung der kundenbezogenen Geschäftsprozesse.

Beispiel: Durch Data Mining aufdecken, welche Art von Kunden sich besonders häufig ein Produkt ansieht.

### 2. Operatives CRM:

Unterstützung aller Prozesse mit direktem Kontakt von Mitarbeitern mit Kunden (auch „Front Office“ genannt). Unterstützung aller internen, operativen CRM-Prozesse („Back Office“) und Integration mit Umsystemen (z.B. EPR-System).

### 3. Kommunikatives CRM:

Steuerung sämtlicher Kommunikationskanäle.

Das Ziel ist es, den bestmöglichen Kommunikationskanal herauszufinden sowie die Ausrichtung auf den Kunden zu verbessern.

### 4. Kollaboratives CRM:

Beschreibt die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern in einem Unternehmen und die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und deren externen Geschäftspartnern.

Das Ziel ist es, die Customer Experience und die Kundenloyalität zu verbessern.

## Cloubasierte CRM-Systeme

- online von CRM-Anbieter gehostet
- mit Internetverbindung und Webbrowser auf Daten zugreifen

Gegenteil → On-Premise CRM

- lokal installiert

### **Vorteile von cloudbasiertem CRM**

- planbare monatliche Fixkosten
- zeitliche und örtliche Flexibilität
- mit mobilen Endgeräten auf Daten zugreifen

### **KI und CRM**

- automatisierte Verfahren
- Warum? → Ständig wachsende Datenmenge, damit richtig umgehen
- liefert relevante Entscheidungsgrundlagen
- Kundenkontakt durch NLP (Natural Language Processing)

### **Vorteile von der Anwendung von KI bei CRM**

- Umsatzsteigerung
- Kundenbindung verbessert sich
- Kostenreduktion
- höhere Planbarkeit
- erhöhte Effizienz
- Verbesserung der Servicequalität
- Aufdeckung und Behebung von Problemen

### **Was ist Social CRM**

- Nutzung von Social Media im Kundenkontakt
- mehrere Touchpoints
- ergänzt aktive und passive Kanäle
- betrifft alle betrieblichen Aufgaben

### **Social CRM bei den verschiedenen Arten von CRM:**

- Operatives: weiterer Kanal für Kampagnen, Supportanfragen, etc.
- Analytisches: Erschließung, Transformation und Monitoring von Social Media Inhalten
- Kommunikatives: zusätzlicher Interaktionskanal
- Kooperatives: Zusammenarbeit von Kunden, Mitarbeitern und weiteren Partnern

### **Aufgabenbereiche:**

- Aufbau von Präsenz
- Analyse
- Interaktion
- Kundenbeziehungsmanagement
- Management/Integration