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.

1. 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).

1. Kommunikatives CRM:

Steuerung sämtlicher Kommunikationskanäle.

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

1. 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.

**Cloudbasierte 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 Anwenung 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