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
* Sinkende Marketing- und Vertriebskosten

**Ziele des CRM:**

* Management der Angebote und Kontakte
* Dauerhafte, langfristige Kundenbindung
* Maximierung des Kundenwertes