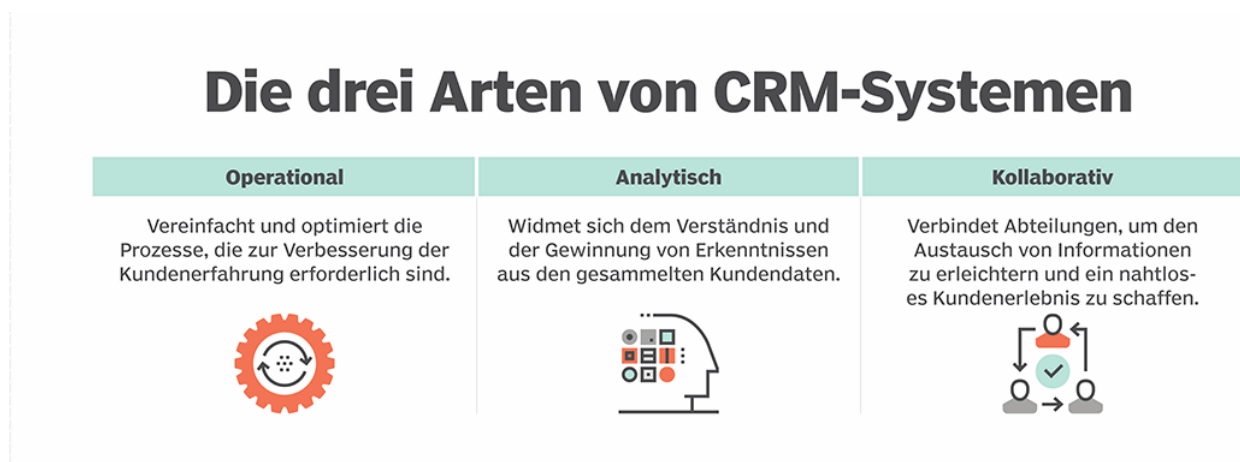


Customer Relationship Management

Definition

Customer Relationship Management (CRM) ist eine Technologie und Strategie, die Unternehmen dabei unterstützt, alle Interaktionen mit aktuellen und potenziellen Kund:innen effizient zu verwalten. CRM-Software hilft dabei, die Beziehungen zu pflegen, Prozesse zu optimieren und somit die Rentabilität und das Wachstum eines Unternehmens zu fördern.

Arten von CRM-System



Technische Bestandteile

Ein CRM besteht aus Modulen. Jedes Modul dient dazu, bestimmte Informationen zu organisieren, zu verfolgen und zugänglich zu machen, wodurch Unternehmen in der Lage sind, verschiedene Aspekte ihrer Kundenbeziehungen effizient zu verstehen und zu steuern. Diese Module sind oft miteinander integriert, um eine umfassende Sicht auf den Kunden und seine Interaktionen mit dem Unternehmen zu bieten. In den gängigen CRM-Systemen gibt es Module für diese Aufgaben:

- **Vertriebsmodul (Sales Module):**
- **Marketingmodul:**
- **Kundendienstmodul:**
- **Kontaktmanagementmodul:**
- **Analytik- und Berichtsmodul:**
- **Bestandsmanagementmodul:**

Schnittstellen

CRM-Schnittstellen sind Verbindungen zwischen einem CRM-System und einem anderen. Diese werden verwendet, um Daten zwischen einem CRM-System und einem anderen auszutauschen. Es gibt verschiedene Arten von CRM-Schnittstellen:

- **API-Schnittstellen**
- **Plug-In-Schnittstellen**

- **Dateischnittstellen**

Cloud Vs. On-Premises

Bei der Architektur eines CRM-Systems muss zwischen Cloud-Anbietern und einer On-Premises-Lösung unterschieden werden.

Cloud

Cloud-basierte CRM-Systeme werden über das Internet bereitgestellt und erfordern keine physische Infrastruktur im Unternehmen. Es ist keine physische Infrastruktur erforderlich und die Anschaffungskosten sind niedrig.

On-Premises

Im Gegensatz dazu erfordert ein On-Premises CRM-System eine umfangreichere lokale IT-Infrastruktur. Hier wird die Software auf den Servern des Unternehmens installiert und betrieben. Die Anschaffung kostet mehr, dafür könnten die langfristigen Kosten günstiger ausfallen. Volle Kontrolle über Datensicherheit.

Funktionen eines CRM

- *Lead Management*
 - *Potenzielle Kunden verfolgen und mit der Hilfe gesammelter Daten anregen, Produkte zu kaufen.*
- *Kundenanalyse*
 - *Durch Kaufdaten analysieren, welche Gruppen welche Produkte erwerben.*
- *Kampagnen*
 - *Mittels der Kundenanalyse bestimmte Zielgruppen durch Kampagnen ansprechen.*
- *Automatisierung*
 - *Automatisierte Aussendung von z.B. Emails nach Käufen, Sales usw.*
- *Support*
 - *Automatisierte Erstellung von Supporttickets*

Einführen eines CRM

Vorteile

Ein CRM-System verbessert die Kundenzufriedenheit durch personalisierte Angebote und schnellere Reaktionen auf Anfragen. Zudem steigert es die Effizienz durch Automatisierung von Routineaufgaben und ermöglicht bessere Einblicke in das Kundenverhalten, was zu gut informierten Entscheidungen führt.

Herausforderungen

Die Implementierung kann durch hohe Kosten und Akzeptanzprobleme bei den Mitarbeitern erschwert werden. Zudem erfordert sie oft eine Anpassung bestehender Prozesse und eine sorgfältige Datenmigration unter Beachtung von Datenschutzrichtlinien.