



# Kundenmanagement

# Kundenmanagement - SCM

## **Supply Chain Management (SCM)**

Supply Chain Management (SCM) bezeichnet die aktive Verwaltung der Lieferkettenprozesse eines Unternehmens, um die Effizienz und Effektivität in der Produktion und Distribution von Produkten oder Dienstleistungen zu maximieren.

SCM umfasst alle Schritte, die notwendig sind, um das richtige Produkt zur richtigen Zeit an den richtigen Ort zu liefern und dabei Kosten, Zeit und Ressourcen optimal zu nutzen.

# Kundenmanagement - SCM

## Supply Chain Management (SCM) - Aspekte

- **Lieferantenmanagement:** Auswahl und Verwaltung von Lieferanten, um Materialien und Dienstleistungen zu beziehen, die den Qualitätsanforderungen entsprechen und pünktlich geliefert werden.
- **Produktionsplanung:** Koordination der Produktionsprozesse, um Effizienz zu gewährleisten und auf Nachfrageschwankungen reagieren zu können.
- **Logistik und Distribution:** Effiziente Gestaltung der Logistikwege, um Produkte schnell und kostengünstig vom Hersteller zum Endverbraucher zu transportieren.
- **Bestandsmanagement:** Überwachung und Steuerung des Lagerbestands, um Überbestände zu vermeiden und gleichzeitig sicherzustellen, dass genügend Produkte zur Erfüllung der Kundennachfrage vorhanden sind.
- **Kundenanforderungen:** Integration von Kundenfeedback und -anforderungen in die Planung und Ausführung der Supply Chain, um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

# Kundenmanagement - SCM

## **Supply Chain Management (SCM) - Beispiel**

Ein Unternehmen, das Computerhardware herstellt, könnte SCM-Strategien einsetzen, um seine Zulieferkette zu optimieren.

Dazu gehört die Auswahl zuverlässiger Lieferanten für elektronische Bauteile, die Einrichtung von Fertigungsanlagen in strategisch günstigen Regionen und die Implementierung fortschrittlicher Lagerverwaltungssysteme, um eine schnelle und genaue Auslieferung der Endprodukte an globale Kunden zu gewährleisten.

Durch effektives SCM kann das Unternehmen Kosten senken, Lieferzeiten verkürzen und die Kundenzufriedenheit verbessern.

# Kundenmanagement - CRM

## Customer-Relationship-Management (CRM)

Customer-Relationship-Management (CRM) ist ein **strategischer Ansatz zur Verwaltung von Interaktionen mit bestehenden und potenziellen Kunden.**

Es verwendet Datenanalyse und systematisierte Informationen, um die Geschäftsbeziehungen zu verbessern, den Kundenservice zu optimieren und letztendlich den Verkauf und die Kundenbindung zu steigern.

CRM-Systeme unterstützen Unternehmen dabei, Kundendaten zu sammeln, zu speichern und zu analysieren, um Kommunikationsstrategien zu verfeinern und personalisierte Dienstleistungen anzubieten.

# Kundenmanagement - CRM

## Customer-Relationship-Management (CRM) - **Kernaspekte**

- **Datensammlung:** Erfassung von Kundendaten aus verschiedenen Quellen, einschließlich direkter Interaktionen, Website-Besuchen, sozialen Medien und anderen Kommunikationskanälen.
- **Kundenprofilierung und -segmentierung:** Organisation und Analyse der Kundendaten, um individuelle Kundenprofile zu erstellen und die Kundenbasis in verwaltbare Segmente zu unterteilen.
- **Interaktionsmanagement:** Verwaltung aller Kundeninteraktionen, um eine konsistente und effektive Kommunikation zu gewährleisten. Dies umfasst alles von Marketingkampagnen bis hin zu Kundenservice und Support.
- **Analyse und Reporting:** Nutzung von Analytik, um Muster im Kundenverhalten zu erkennen, die Effektivität von Marketingstrategien zu bewerten und zukünftige Verkaufschancen zu identifizieren.

# Kundenmanagement - CRM

## **Customer-Relationship-Management (CRM) - Beispiel**

Ein Softwareunternehmen, das Cloud-basierte Speicherlösungen anbietet, könnte ein CRM-System nutzen, um die Präferenzen und das Nutzungsverhalten seiner Kunden zu verfolgen.

Durch die Analyse dieser Daten könnte das Unternehmen personalisierte Angebote erstellen, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind, wie zusätzlichen Speicherplatz oder verbesserte Sicherheitsfeatures.

Außerdem könnte das CRM-System dabei helfen, den Kundenservice zu verbessern, indem es den Supportmitarbeitern ermöglicht, schnell auf Kundendaten zuzugreifen und so schneller und präziser auf Anfragen zu reagieren.

# Kundenmanagement - CRM

## Customer-Relationship-Management (CRM) - **Kurzgesat**

Durch die Implementierung eines effektiven CRM können Unternehmen nicht nur ihre Kundenbeziehungen verbessern, sondern auch den Umsatz steigern und die Kundenzufriedenheit und -bindung erhöhen.



# Kundenmanagement - Kundenorientierung

## Kundenorientierung

Kundenorientierung ist eine Unternehmensphilosophie, bei der die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden im Zentrum aller Geschäftsaktivitäten stehen.

Diese Ausrichtung zielt darauf ab, *Produkte und Dienstleistungen so zu gestalten und anzubieten, dass sie maximale Kundenzufriedenheit erreichen und langfristige Kundenbeziehungen fördern.*

Durch eine starke Kundenorientierung streben Unternehmen danach, *nicht nur auf die aktuellen Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren, sondern auch proaktiv zukünftige Bedürfnisse zu antizipieren und darauf einzugehen.*

# Kundenmanagement - Kundenorientierung

## Kundenorientierung - **Kernaspekte**

- **Kundenverständnis:** Tiefgehendes Verständnis der Kundenwünsche, -bedürfnisse und -erwartungen durch regelmäßige Interaktionen und Marktforschung.
- **Kundenzentrierte Produktentwicklung:** Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die direkt auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Dies beinhaltet oft eine enge Zusammenarbeit mit Kunden während des Entwicklungsprozesses.
- **Kundenfeedback und -bindung:** Systematische Erfassung und Analyse von Kundenfeedback, um die angebotenen Leistungen kontinuierlich zu verbessern. Zudem werden Programme zur Kundenbindung eingesetzt, um die Treue der Kunden zu belohnen und zu erhalten.
- **Kundenservice:** Bereitstellung eines herausragenden Kundenservices, der darauf ausgerichtet ist, schnelle und effektive Lösungen für Kundenanliegen zu bieten und eine positive Kundenerfahrung zu gewährleisten.

# Kundenmanagement - Kundenorientierung

## Kundenorientierung - Beispiel

Ein Unternehmen, das mobile Apps entwickelt, könnte eine Plattform schaffen, auf der Nutzer direkt Feedback zu den Apps geben können, einschließlich Vorschlägen für neue Features oder Änderungen.

Dieses Feedback könnte dann in regelmäßigen Updates berücksichtigt werden, um die Apps kontinuierlich zu verbessern.

Zusätzlich könnte das Unternehmen ein Kundenbetreuungsteam einrichten, das schnell auf Anfragen reagiert und Hilfe bei technischen Problemen bietet.

Durch solche Maßnahmen würde das Unternehmen eine starke Kundenorientierung demonstrieren, die nicht nur die Kundenzufriedenheit und -bindung erhöht, sondern auch das Markenimage positiv beeinflusst.