

MARKETING AUTOMATION

CRM-System als Basis

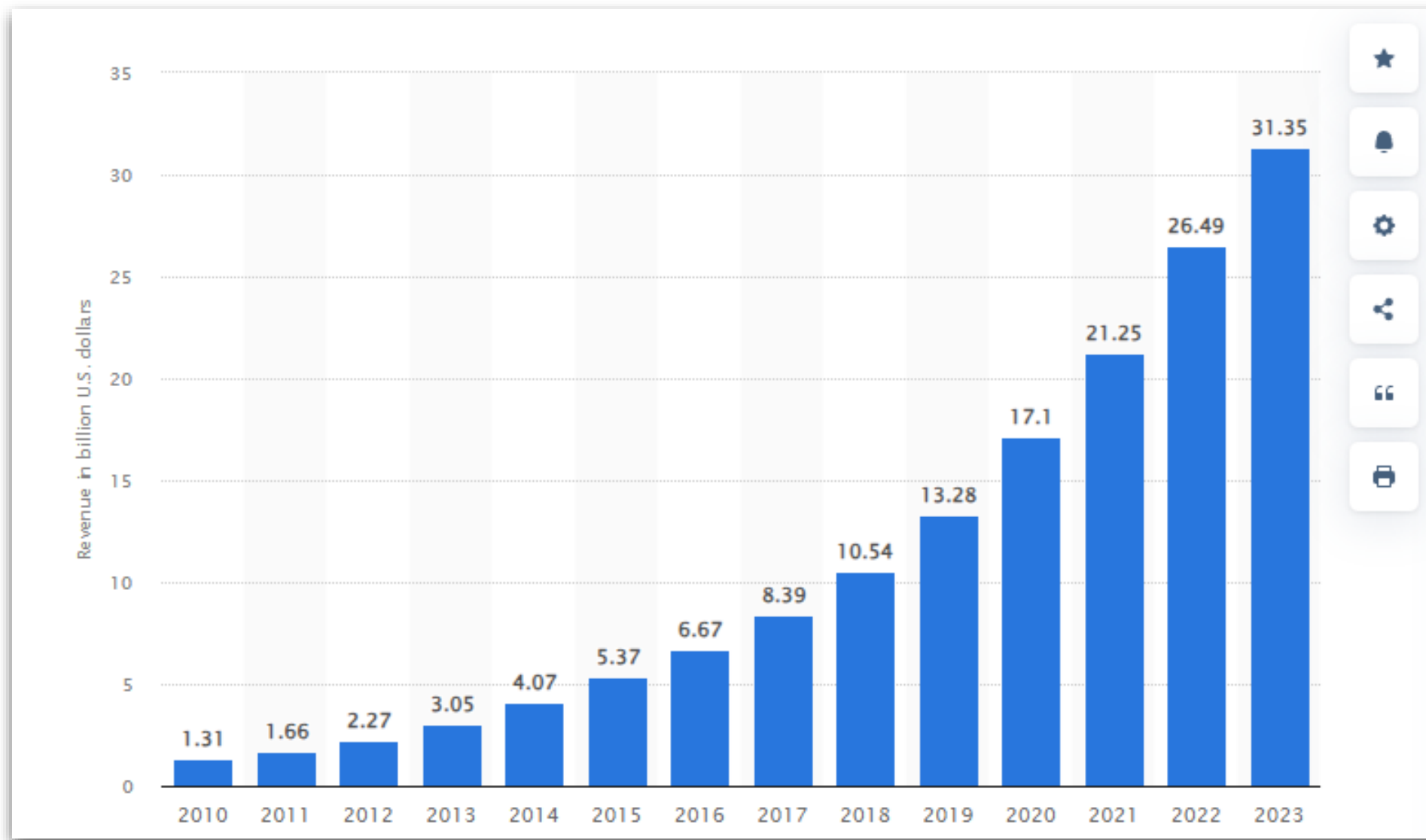


Landsiedel

0

CRM-System als Basis
Einführung

CRM-System als Basis Einführung

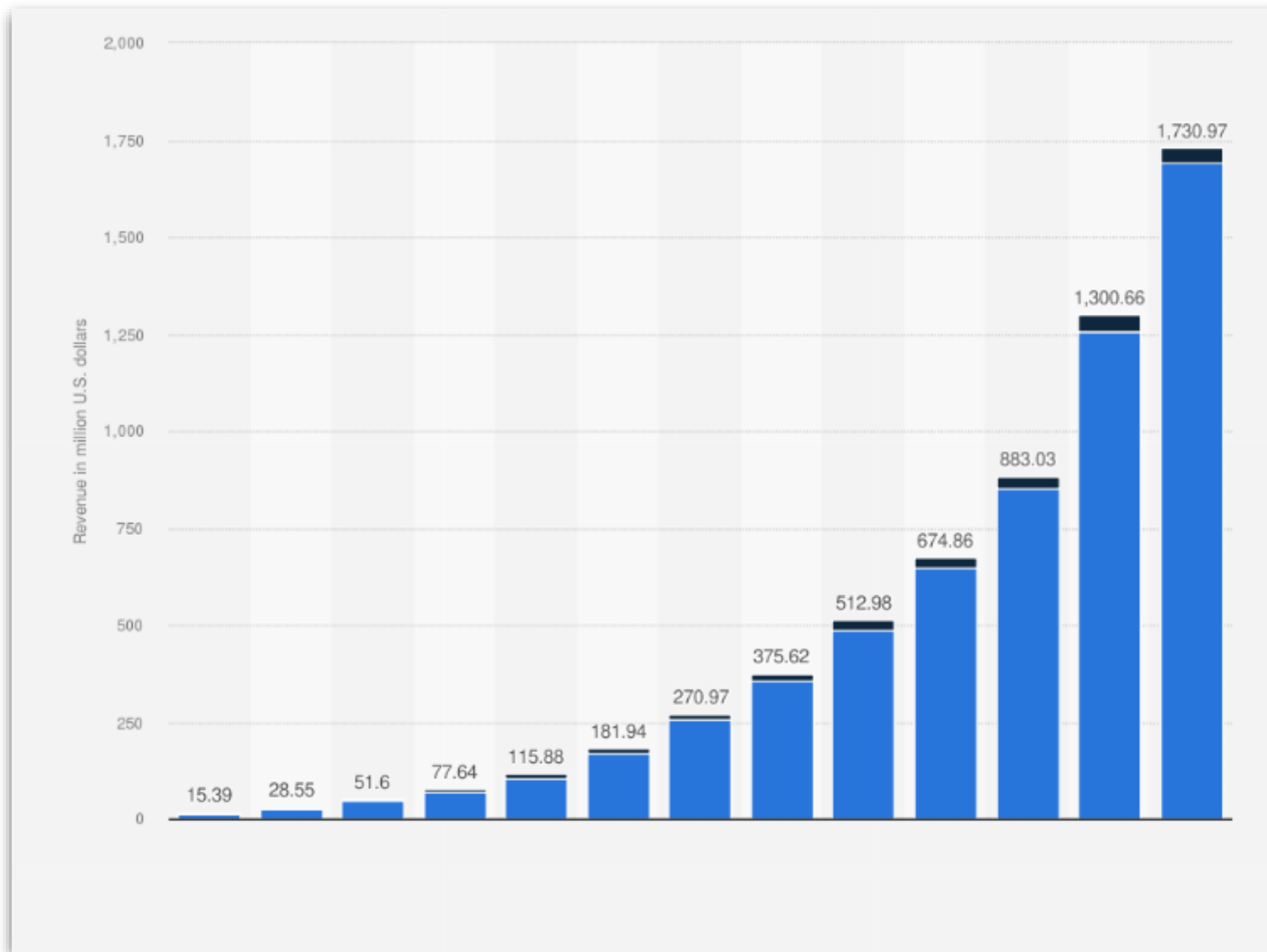


Quelle: <https://www.statista.com/statistics/211587/total-revenue-of-salesforce-since-2009/>

- Salesforce, eine der führenden CRM-System Anbieter
- Statistik zeigt den Umsatz von Salesforce in Mrd. \$
- Spiegelt die Nachfrage und die Relevanz eines CRM-Systems wider

CRM-System als Basis

Einführung



Quelle: <https://cdn.statcdn.com/Statistic/1370000/1373778-blank-754.png>

- Hubspot, auch ein großes Unternehmen, das ein CRM anbietet
- Statistik zeigt den Umsatz von Hubspot in Mrd. \$, 2010 - 2022
- Auch hier ist der Trend offensichtlich

1

CRM-System als Basis

Was ist ein CRM-System?

CRM-System als Basis

Was ist ein CRM-System?

- CRM = Customer Relationship Management
- Zentrale Datenbank, die alle relevanten Kundeninformationen speichert
- Reicht von einfachen Kundendaten bis hin zu komplexen Kundenverläufen
- Kann von verschiedenen Abteilungen des Unternehmens genutzt werden, um Kundenbeziehungen zu pflegen und zu vertiefen
- Ein gut implementiertes CRM stellt sicher, dass keine wertvollen Kundendaten verloren gehen und dass diese Informationen leicht zugänglich sind

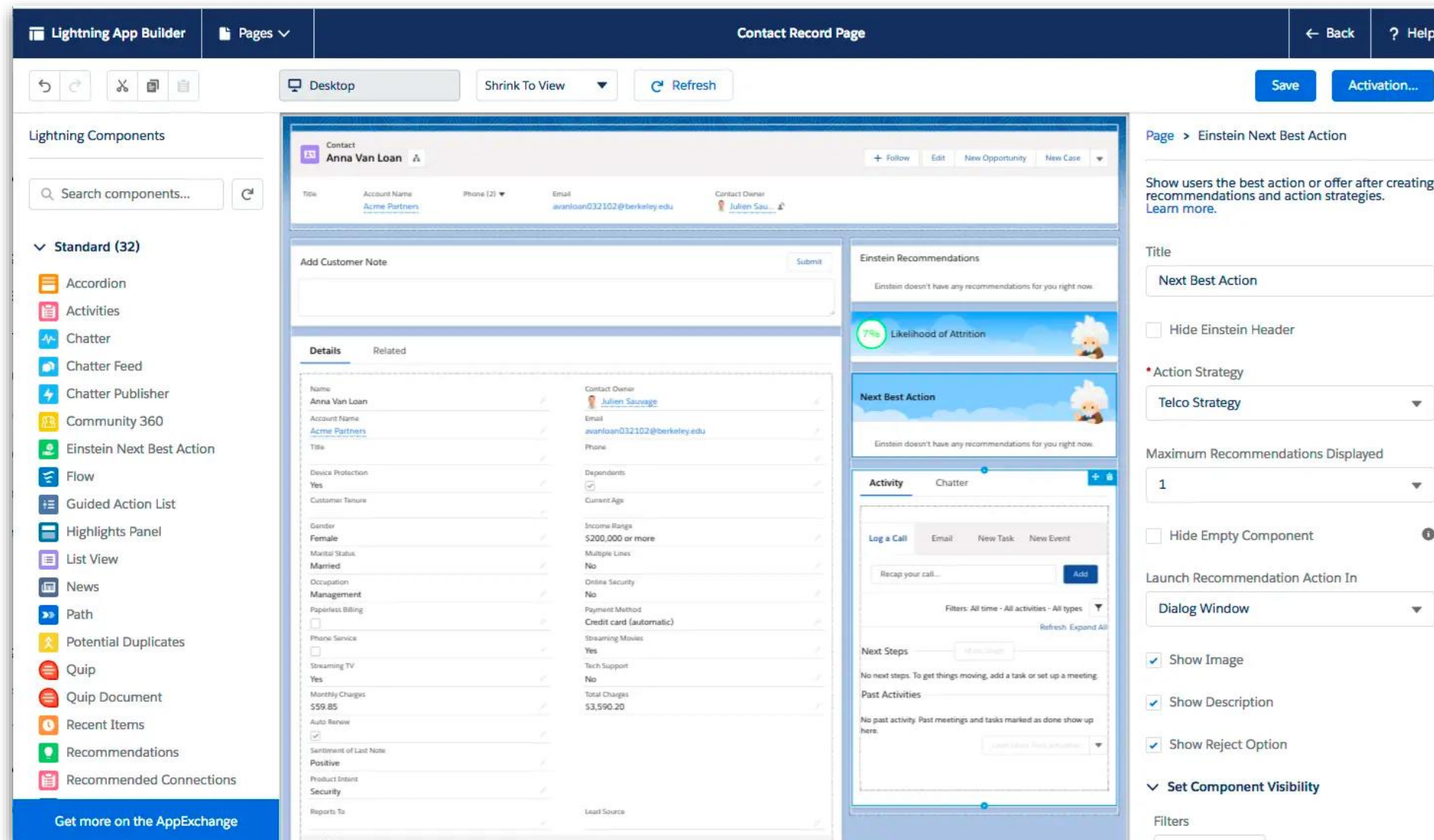
CRM-System als Basis

Was ist ein CRM-System?

- Kann in verschiedene Geschäftsprozesse, insbesondere Vertrieb, Marketing und Kundenservice, integriert werden
- Beispielsweise kann der Vertrieb sehen, welche Produkte ein Kunde in der Vergangenheit gekauft hat und kann auf dieser Basis neue Angebote unterbreiten
- Das Marketing kann personalisierte Kampagnen basierend auf dem Kaufverhalten und den Vorlieben der Kunden erstellen
- Kundenservice hat sofortigen Zugriff auf die gesamte Kommunikationshistorie mit einem Kunden, was Lösungen und Anfragen beschleunigt

CRM-System als Basis

Was ist ein CRM-System? - Typische Funktionen



- Kunden-Daten & -Management
- Aufgaben und Erinnerungen
- Versch. Kommunikationskanäle
- Segmentierung & Listen
- KPI-Dashboard
- Berichte und Analysen

2

CRM-System als Basis

Warum ist ein CRM der Kern?

Zentrale Datenquelle

Ein CRM dient als Sammelstelle für alle kundenbezogenen Informationen. Es konsolidiert Interaktionen, Kaufhistorie und Präferenzen, die dann für gezielte Marketing-Aktionen genutzt werden können.

A large, solid orange curved shape, resembling a quarter-circle or a large arc, occupies the bottom right corner of the slide. Inside this shape, the number '01' is written in a large, white, sans-serif font.

01

Einheitliche Kundensicht

Durch ein CRM erhält jedes Teammitglied denselben Einblick in die Kundendaten. Das ermöglicht eine kohärente Kommunikation, wodurch automatisierte Marketingkampagnen personalisierter und effektiver gestaltet werden können.

03

Mit den im CRM gespeicherten Daten können Kunden basierend auf verschiedenen Kriterien segmentiert werden. Dies erleichtert das Aussenden zielgerichteter Botschaften und Angebote an spezifische Kundensegmente durch Marketing Automation.

Segmentierung und Targeting

Die enge Verknüpfung von CRM-Systemen mit Marketing Automation Tools sorgt dafür, dass Marketingaktionen stets auf dem neuesten Stand der Kundendaten basieren und umgekehrt.

**Nahtlose
Integrationen**

Automatisierung der Customer Journey

Mithilfe von CRM-Daten können automatisierte Customer Journeys erstellt werden, die den Kunden gezielt von der Erst-Interaktion bis zum Kauf begleiten, wodurch das Kundenerlebnis optimiert wird.

Feedback Schleife

Das CRM und Marketing Automation arbeiten Hand in Hand: Während das CRM die nötigen Daten liefert, fließen die Ergebnisse der Marketingaktionen zurück ins CRM, wodurch kontinuierliche Optimierungen ermöglicht werden.

3

CRM-System als Basis

Warum du ein CRM nutzen solltest

CRM-System als Basis

Warum du ein CRM nutzen solltest

- **Effizientere Prozesse:** Automatisierung von Routineaufgaben und Fokus auf wertschöpfende Tätigkeiten
- **Bessere Kundenbeziehungen:** Zentrale Verfolgung von Kundeninteraktionen fördert tieferes Verständnis und persönliche Bindung
- **Erhöhte Verkaufschancen:** Erkennt potenzielle Verkaufsmöglichkeiten durch Lead-Verfolgung und Analyse
- **Verbesserte Team-Kollaboration:** Einheitlicher Informationsstand fördert die Zusammenarbeit und reduziert Missverständnisse

CRM-System als Basis

Warum du ein CRM nutzen solltest

- **Analytische Einsichten:** Messung des ROI von Marketing- und Vertriebsaktivitäten durch Berichterstattung
- **Skalierbarkeit:** Unterstützt Unternehmenswachstum und die Verwaltung größerer Kunden-Mengen
- **Kundenbindung erhöhen:** Erhöhte Loyalität durch Kenntnis der Kundenbedürfnisse und personalisierte Angebote
- **Integrationsfähigkeit:** Erweiterbarkeit durch Integration mit anderen Unternehmen-Softwarelösungen

CRM-System als Basis

Warum du ein CRM nutzen solltest

- Mit einem CRM kannst du also viele Probleme lösen
- Beispielsweise kannst du unsaubere und dezentralisierte Daten zentralisieren
- Irreguläre Workflows standardisieren
- Deinen Kundenservice deutlich verbessern und damit auch deine Kundenzufriedenheit steigern
- Mit Daten Transparenz schaffen, welche Vertriebsaktivitäten am effektivsten sind
- Verantwortlichkeiten festlegen und klären

4

CRM-System als Basis Best Practices

CRM Auswahl

Wähle ein CRM-System aus, das deinen Anforderungen entspricht. Dafür solltest du im ersten Schritt deine Anforderungen herausfinden / herausfinden lassen.

01

Ziele setzen

Um eine effektive CRM Strategie zu entwickeln solltest du in erster Linie gut definierte Ziele setzen. Ein fundamentales Ziel eines CRM's ist immer die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Ein weiteres, gängiges Ziel ist es, mehr Verkäufe zu generieren.

03

Erstelle einen Plan für die erfolgreiche Einführung des CRMs, inklusive Budget, Schulung und Überwachung. Eine effektive Implementierung ist entscheidend für den Erfolg.

Implementierungsplan

Passe dein CRM an deine Bedürfnisse an, um die Leistung und Funktionalität zu optimieren. Wichtig ist hier zu beachten, dass günstigere Systeme tendenziell weniger Anpassungsmöglichkeiten haben.

CRM
Individualisierung

Saubere Daten

Halte deine CRM-Daten immer sauber. Implementiere Datenakquise, -organisation und -überprüfungen, um sicherzustellen, dass deine Daten korrekt und vollständig sind.

Automatisierung

Automatisiere verschiedene Tasks wie beispielsweise die Zustellung von Inhalten oder das Benachrichtigen über wichtige Kennzahlen. Das kann Zeit sparen und sicherstellen, dass Aufgaben nicht übersehen werden.

Schwache Benutzerakzeptanz ist oft ein Grund für das Scheitern eines CRMs. Stelle sicher, dass deine Mitarbeiter die Vorteile eines CRMs verstehen und effektiv damit arbeiten können.

Benutzerakzeptanz

CRM-Analysen bieten Einblicke in dein Geschäft. Nutze CRM-Berichte, um fundierte Entscheidungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Kundenservice zu treffen.

CRM-Berichte

Kundeninteraktion verbessern

Dein CRM kann für außergewöhnliche Kundenerlebnisse sorgen. Personalisierte Nachrichten und Interaktionen können Kundenzufriedenheit steigern und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen.

09

Audits und Updates

Halte dein CRM-System aktuell und effizient. Daten werden hinzugefügt, Nutzer ändern sich, Technologie entwickelt sich weiter. Es ist wichtig, dein CRM aktuell zu halten um potentielle Probleme zu vermeiden.

5

CRM-System als Basis Herausforderungen

CRM-System als Basis

Herausforderungen



Datenqualität sicherstellen

Ein CRM ist nur so gut wie die darin gespeicherten Daten. Ungenauigkeiten, Doppeleinträge oder veraltete Informationen können zu Fehlentscheidungen führen.



Integration mit anderen Systemen

Wenn das CRM nicht gut mit anderen Systemen im Unternehmen integriert ist, können Informationslücken oder doppelte Daten entstehen.



Herausforderungen in der Implementierung

Die Einführung eines CRM-Systems kann zunächst kosten- und zeitintensiv sein. Die Umstellung auf ein neues System erfordert Schulungen und eventuell Anpassungen an bestehenden Geschäftsprozessen.

6

CRM-System als Basis Entscheidungskriterien

CRM-System als Basis

Entscheidungskriterien

- Egal wie groß dein Unternehmen ist, alle Kunden und Business Daten an einem Ort zu haben wird dein Leben deutlich einfacher machen
- Du findest relevante Daten viel schneller und kannst direkt darauf zugreifen
- Du kannst monotone Aufgaben automatisieren
- Anhand bestehender Kunden kannst du einfacher neue Kunden finden
- Daher ist ein Unternehmen nie zu klein um ein CRM zu haben

7

CRM-System als Basis Potentielle Kosten

CRM-System als Basis

Potentielle Kosten

- Basiert natürlich immer auf die Anforderungen und die Größe des Projektes
- Lizenzen für kleine Unternehmen können ab ca. 20€ / Nutzer / Monat starten
- Mitttelgroße Unternehmen können mit ca. 50€ - 150€ / Nutzer / Monat rechnen
- Weitere Systeme können von 300€ - 1500€ / Nutzer / Monat kosten,
Preise sind nach oben hin kaum gedeckelt
- Dazu kommen die Implementierungskosten
- Du solltest dir letztendlich eine Kosten-Nutzen-Rechnung erstellen in der du gesparte Kosten, Umsatzsteigerung und Ressourcen-Schaffung betrachtest

8

CRM-System als Basis Aufgaben