



Dem Kunden ganz nah

Einsatz von Kundenmanagement-Software im Marktforschungsinstitut

Gute Kundenkontakte waren schon immer wichtig – auch und gerade in der Marktforschung. Was hier CRM-Software leisten kann, schildern **Andreas Schubert** und **Andreas Zipser** in ihrem Erfahrungsbericht.

Qualitativ hochwertige Kundenbeziehungen sind für Wirtschaftsunternehmen von zentraler Bedeutung. Auch im Bereich Marktforschung und Beratung ist Customer Relationship Management – kurz CRM – längst kein Fremdwort mehr. Seit drei Jahren unterstützt das CRM-System CAS genesisWorld die Kundenbetreuung und Projektabwicklung der psychonomics AG. Das Unternehmen

hatte von Anfang an das Hauptziel ein CRM-System zu finden, das die Mitarbeiter in der Kundenbetreuung von der ersten Ansprache bis zur flüssigen Projektabwicklung optimal unterstützt. Als zentraler Informationsspeicher und bedienerfreundliches Multikanalinstrument sollte eine Software eingeführt werden, die eine transparente und gleich bleibend hohe Kontaktdichte über die verschiedenen Kanäle sicher-

stellt und das Projektmanagement professionalisiert.

Der Startschuss für die System-einführung fiel im März 2005. Zuvor hatten eine ausführliche Anforderungsanalyse und Mitarbeiterbefragungen die erwähnten Essentials festgelegt. In der Folge implementierte die itdesign GmbH als Partner der CAS Software AG das Kundenmanagementsystem. Zusammen mit der Intranetlösung CAS teamWorks und itd products – Standard-Erweiterungen von itdesign für die Bereiche Vertrieb, Marketing, Service und Projektmanagement – entstand ein System, das vom IT-Dienstleister infokomm in die bestehende IT-Landschaft von psychonomics integriert wurde. Bestehende Daten wie Adressen und Projekte wurden dabei in das neue System importiert, neue Prozesse eingerichtet und Abläufe definiert.



Projekt-Team am Werk



Power-User geben ihr Wissen weiter

Fotos: psychonomics

Erster Härtetest unter Realbedingungen

Bereits vier Wochen nach der Implementierung wurde das System unter realen Bedingungen an einem konkreten Projekt getestet: Als Vertreter der „Great-Place-To-Work®“-Institute für Deutschland und Österreich überprüft psychonomics die Arbeitsplatzqualität im Rahmen der jährlichen Benchmark-Studie „Deutschlands Beste Arbeitgeber“. Das 30-köpfige psychonomics-Projektteam führte Projekthandling und Projektsteuerung inklusive Akquise und Evaluation erstmals mit Unterstützung des neuen Kundenmanagementsystems durch.

Die Softwarelösung bestand den Praxistest. Im Zuge der CRM-Einführung wurden 10.000 Adressen aus Excel-Listen importiert und ebenso viele Zielpersonen selektiert. Knapp 3000 Unternehmen erhielten eine Einladung zur Teilnahme an der Studie. Das positive Ergebnis und die Steigerung der Teilnehmerzahl um 50 Prozent veranlasste die psychonomics AG im August 2005, den weiteren Roll-out im Unternehmen vorzubereiten. Die Mitarbeiter des „Great-Place-To-Work®“-Projektes fungierten als Pilotteam, um im kleinen Kreis Erfahrungen mit dem neuen CRM-System zu sammeln und diese auf das gesamte Unternehmen zu übertragen.

Schrittweiser Roll-out

Rückblickend erwies sich die gewählte schrittweise Vorgehensweise als außerordentlich wichtig für die erfolgreiche Einführung. Nachdem das Pilotteam das System erprobt hatte und dadurch weitere Anpassungsvorschläge aus der Praxis in den Roll-out-Prozess einfließen konnten, erfolgte die Ausweitung



auf andere Abteilungen. Der Einsatz und die Bereitschaft einzelner Mitarbeiter, ihren Kollegen als „Power-User“ und Ratgeber bei Anwendungsfragen unter die Arme zu greifen, sorgten für eine hohe Akzeptanz in der gesamten Belegschaft.

Im täglichen Einsatz bewährt sich die Software seither und stellt das Kundenmanagement auf eine neue Qualitätsstufe: 80.000 Kontakte inklusive wichtiger Detailinformationen stehen allen Mitarbeitern zum Abruf bereit. Mit dem mobilen Zugriff via Datenreplikation und Terminal-Server arbeiten die psychonomics-Mitarbeiter standortunabhängig und teamubergreifend auf der stets aktuellen Datenbasis.

CRM-System unterstützt Kundenansprache

CAS genesisWorld regelt den zuverlässigen, transparenten Zugriff auf

die Kundendaten und sammelt in elektronischen Kundenakten alle wichtigen Projektinformationen – so etwa mit einer detaillierten Kundenkontakthistorie: Alle Aktivitäten zu einem Kontakt – beispielsweise Kundenberichte, Angebote, Schriftverkehr, Projektstatus und Telefonate – sind auf einen Blick verfügbar. Dies ist besonders im Marketingbereich von Vorteil. Mit Hilfe des CRM-Systems kann die individuell passende Kundenansprache gefunden und über das geeignete Medium kommuniziert werden. Ob mehrstufige Kampagnen per Newsletter, E-Mail, Brief oder Telefon – die Ansprache im Multi-Channel funktioniert reibungslos. Features wie die Einbindung der Telefonie-Funktion schaffen eine Basis für die erfolgreiche Betreuung von Kunden, Interessenten und Partnern. Mit dem automatischen öffnen der Telefoniemaske haben die Mitarbeiter direkten Zugriff auf die Kundendaten. Telefonate werden parallel dokumentiert, wertvolles Wissen aus Gesprächen geht nicht verloren, doppelte Anrufe oder unsichere Auskunftfe werden vermieden. ■



Andreas Schubert ist Vorstandsmitglied der psychonomics AG, die sich zu den wachstumsstärksten Marktforschungsunternehmen in Deutschland zählt.
www.psychonomics.de



Andreas Zipser ist Mitglied der Geschäftsleitung der CAS Software AG. Das Unternehmen positioniert sich als führender deutscher CRM-Spezialist für den Mittelstand.
www.cas.de