Customer Relationship Management im E-Business

im Rahmen der Vertiefung E-Business

Cornelius Knall

17. März 2008

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM
- CRM Kernprozesse
- Operatives CRM
- Kooperatives CRM
- Analytisches CRM
- Customer Interaction Center
- Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Inhaltsverzeichnis

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM
- CRM Kernprozesse
- Operatives CRM
- Kooperatives CRM
- Analytisches CRM
- Customer Interaction Center
- Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Hippner, Hajo, Wilde,Klaus D. (2006), Grundlagen des CRM, 2. überarbeitet und erweiterte Auflage, Wiesbaden (Gabler)

Hippner, Hajo, Wilde,Klaus D. (2004), Management von CRM-Projekten, 1. Auflage, Wiesbaden (Gabler)

Hippner, Hajo, Wilde,Klaus D. (2004), Grundlagen des CRM, 1. Auflage, Wiesbaden (Gabler)

Österle, Hubert; Winter Robert (2003), Business Engineering, 2. vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage , Berlin Heidelberg (Springer)

Schumacher, Jörg (2005), Outsourcing von CRM-Prozessen, 1. Auflage , Wiesbaden (DUV)

Buser, Tom; Welte Beat (2006), CRM für die Praxis, Zürich (Versus Verlag)

Herden, Sebastian; Gomez, Jorge Marx; Zwanziger, Andre (2006), Software Architekturen für das E-Business, Berlin Heidelberg (Springer)

Einleitung

- Einblick in CRM geben
- Prozesse für Kundenbeziehungen darstellen
- Technologien für ein verbessertes Kundenmanagement aufzeigen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Customer Relationship Management

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Customer Relationship Management
- Kundenbeziehungsmanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Customer Relationship Management
- Kundenbeziehungsmanagement
- Komplexe und dynamische Absatzmärkte

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

Customer Relationship Management bezeichnet ein kundenorientiertes Managementkonzept. Dieses Konzept wird von Informationssystemen unterstützt. Ziel dieses Konzeptes ist es, ein Gleichgewicht zwischen den Investitionen in Kundenbeziehungen und der Befriedigung der Kundenbedürfnissen zu schaffen. Um so dem Unternehmen einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen[1].

[1] (vgl. Österle, Business Engineering, 2003)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Ziele von CRM:

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Ziele von CRM:
- enge Kundenbindung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Ziele von CRM:
- enge Kundenbindung
- Aufbau profitabler und langfristiger Beziehungen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Einleitung

- Ziele von CRM:
- enge Kundenbindung
- Aufbau profitabler und langfristiger Beziehungen
- Business2Business (B2B)

Einleitung

- Ziele von CRM:
- enge Kundenbindung
- Aufbau profitabler und langfristiger Beziehungen
- Business2Business (B2B)
- Business2Customer (B2C)

Einleitung

- Ziele von CRM:
- enge Kundenbindung
- Aufbau profitabler und langfristiger Beziehungen
- Business2Business (B2B)
- Business2Customer (B2C)
- Initiative muss vom Anbieter ausgehen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Das Kundenzentrierte Unternehmen

- Bereits Anfang der 80-er von Peters & Waterman
- Wechsel von Produktionsorientierung hin zur Kundenorientierung voll im Gange

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Ziele und Nutzen

- Primär Ziel
- Umsatz und Profitabilität steigern
- Qualität und Preis sind nicht mehr ausschlaggebend
- Kunde möchte über das eigentliche Kaufbedürfnis hinaus optimal bedient werden

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Ziele und Nutzen

- 3 wesentliche Zusammenhänge der Kundenorientierung:

Ziele und Nutzen

- 3 wesentliche Zusammenhänge der Kundenorientierung:
- erhöht die Kundenzufriedenheit

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Ziele und Nutzen

- 3 wesentliche Zusammenhänge der Kundenorientierung:
- erhöht die Kundenzufriedenheit
- erhöht das Vertrauen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Ziele und Nutzen

- 3 wesentliche Zusammenhänge der Kundenorientierung:
- erhöht die Kundenzufriedenheit
- erhöht das Vertrauen
- verbessert das Wissen über den Kunden

Ziele und Nutzen

- kein Garant für ewige Bindung
- stärkere Position des Kunden
- *Variety seeking*

Ziele und Nutzen

- kein Garant für ewige Bindung
- stärkere Position des Kunden
- *Variety seeking*
  - Abwechslung

Ziele und Nutzen

- kein Garant für ewige Bindung
- stärkere Position des Kunden
- *Variety seeking*
  - Abwechslung
  - Neugier

Ziele und Nutzen

- kein Garant für ewige Bindung
- stärkere Position des Kunden
- *Variety seeking*
  - Abwechslung
  - Neugier
  - Langeweile

Kundenzentrierung mittels CRM

- Ziele
- gewinnoptimale Kundensteuerung
- durch technologische und Kundenorientierte Konzepte
- ohne Informationssysteme heute nicht mehr machbar

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Kundenzentrierung mittels CRM

- Vorteile:
- Kundenbetreuungskosten senken
- Transaktions- und Servicezyklen verkürzen
- z.B. Automatisierung von Erinnerungs- oder Angebotsvorgängen
- Online Angebot (Online Shop, sonstige Informationen, etc)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Bausteine des CRM

- CRM Kernprozesse
- Operatives CRM
- Kooperatives CRM
- Analytisches CRM
- Customer Interaction Center
- Internet

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Gliederung in 3 Prozesse

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Gliederung in 3 Prozesse
- Marketing

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Gliederung in 3 Prozesse
- Marketing
- Vertieb

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Gliederung in 3 Prozesse
- Marketing
- Vertieb
- Service

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement
- Oppertunitymanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement
- Oppertunitymanagement
- Angebotsmanagement

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement
- Oppertunitymanagement
- Angebotsmanagement
- Beschwerdemanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement
- Oppertunitymanagement
- Angebotsmanagement
- Beschwerdemanagement
- Vertragsmanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

- Weiter Prozesse nötig
- Kampagnemanagement
- Leadmanagement
- Oppertunitymanagement
- Angebotsmanagement
- Beschwerdemanagement
- Vertragsmanagement
- Servicemanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

CRM Kernprozesse

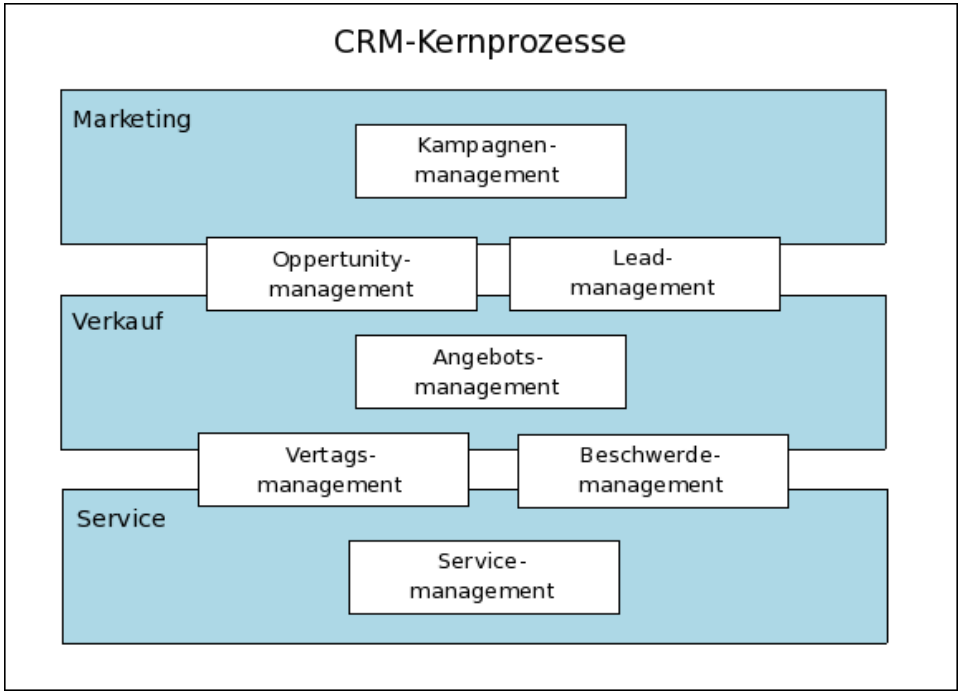

Abbildung: Kernprozesse

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Operatives CRM

- Schwerpunkt: Management von Kundenkontaktdaten
- früher *Computer-Aided-Selling-System* (CAS)
- oder *Enterprise-Marketing-Automation-System* (EMA)
- Operative CRM führt diese Ansätze zusammen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Operatives CRM

- Zusammenführung von transaktionalen Daten
- Bereitstellung für Mitarbeiter an der Kundenschnittstelle
- Bereitstellung durch Informationssysteme

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Operatives CRM

- Zusammenführung von transaktionalen Daten
- Bereitstellung für Mitarbeiter an der Kundenschnittstelle
- Bereitstellung durch Informationssysteme
  - kanalunabhängige IS

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Operatives CRM

- Zusammenführung von transaktionalen Daten
- Bereitstellung für Mitarbeiter an der Kundenschnittstelle
- Bereitstellung durch Informationssysteme
  - kanalunabhängige IS
  - prozessübergreifende IS

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Kooperatives CRM

- Hauptaufgabe:
- Integration und Synchronisation der verschiedenen Vertiebskanäle
- *Multi-Channel-Management*
- *one-face-to-the-customer*

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Analytisches CRM

- Hauptaufgabe:
- Aufzeichnen und auswerten von Kundendaten und Kundenreaktionen im Data Warehouse
- Maßnahmen für:

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Analytisches CRM

- Hauptaufgabe:
- Aufzeichnen und auswerten von Kundendaten und Kundenreaktionen im Data Warehouse
- Maßnahmen für:
  - Kundenbindung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Analytisches CRM

- Hauptaufgabe:
- Aufzeichnen und auswerten von Kundendaten und Kundenreaktionen im Data Warehouse
- Maßnahmen für:
  - Kundenbindung
  - Cross- und Up-Selling

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Analytisches CRM

- Hauptaufgabe:
- Aufzeichnen und auswerten von Kundendaten und Kundenreaktionen im Data Warehouse
- Maßnahmen für:
  - Kundenbindung
  - Cross- und Up-Selling
  - Neukundengewinnung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Analytisches CRM

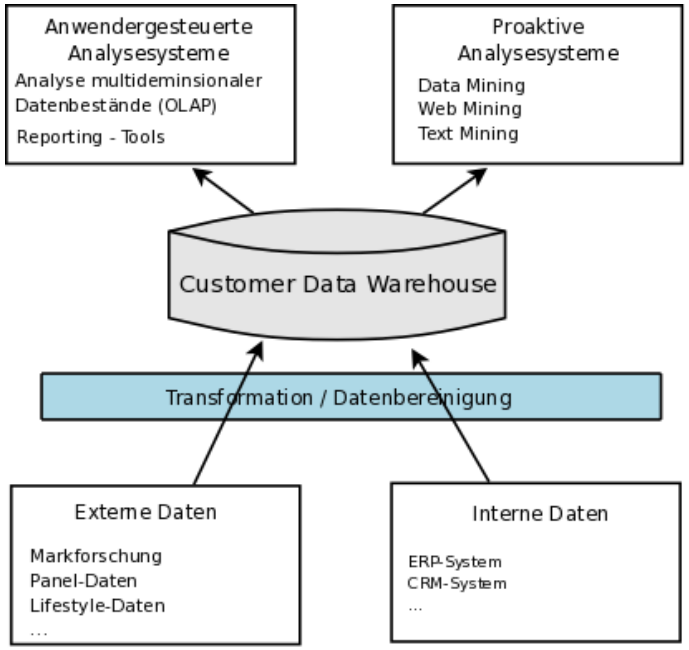

Abbildung: Zentrale Elemente des analytischen CRM

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle
  - Internet (Webseiten, Webformulare, Chats, VoIP)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle
  - Internet (Webseiten, Webformulare, Chats, VoIP)
  - E-Mail

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle
  - Internet (Webseiten, Webformulare, Chats, VoIP)
  - E-Mail
  - Fax und Post

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle
  - Internet (Webseiten, Webformulare, Chats, VoIP)
  - E-Mail
  - Fax und Post
  - SMS

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Weiterentwicklung des „klassischen“ Call-Center
- Unterstützung zusätzlicher Kommunikationskanäle
  - Internet (Webseiten, Webformulare, Chats, VoIP)
  - E-Mail
  - Fax und Post
  - SMS
  - Mobiles Internet

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar
  - Outbound-Funktionalität

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar
  - Outbound-Funktionalität
  - Inbound-Funktionalität

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar
  - Outbound-Funktionalität
  - Inbound-Funktionalität
- Automatic Call Distribution (ACD)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar
  - Outbound-Funktionalität
  - Inbound-Funktionalität
- Automatic Call Distribution (ACD)
- Computer Telephony Integration (CTI)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Customer Interaction Center

- Ausgangspunkt stellen Call-Center dar
  - Outbound-Funktionalität
  - Inbound-Funktionalität
- Automatic Call Distribution (ACD)
- Computer Telephony Integration (CTI)
- Interactive Voice Response (IVR)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase

- After Sales

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
- After Sales

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
- After Sales

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales
  - Online Support

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales
  - Online Support
  - Help Desk

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales
  - Online Support
  - Help Desk
  - FAQ's

Ziele der Präsentation
Das Kundenzentrierte Unternehmen
Bausteine des CRM
CRM Kernprozesse
Operatives CRM
Kooperatives CRM
Analytisches CRM
Customer Interaction Center
Internet
Wissensunterstützung
Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales
  - Online Support
  - Help Desk
  - FAQ's
  - Call Back Buttons

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Internet

- Internet kann gesamten *Customer Buying Cycle* abdecken
- Pre Sales Phase
- Sales Phase
  - unkomplizierte Bestell- und Zahlungsabwicklung
  - Produktkonfiguratoren
  - besser abgestimmtes Angebot
- After Sales
  - Online Support
  - Help Desk
  - FAQ's
  - Call Back Buttons
  - Shared Browsing

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensunterstützung

- notwendiges Wissen muss über alle Prozesse und Kanäle verfügbar sein
- *Wissen für den Kunden* und *Wissen über den Kunden* wichtig

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensunterstützung

- notwendiges Wissen muss über alle Prozesse und Kanäle verfügbar sein
- *Wissen für den Kunden* und *Wissen über den Kunden* wichtig
- Wissen muss schnell zur Verfügung stehen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensmanagement (CKM)

- Zielsetzung des Wissensmanagement

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensmanagement (CKM)

- Zielsetzung des Wissensmanagement
- Informationen über den Kunden

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensmanagement (CKM)

- Zielsetzung des Wissensmanagement
- Informationen über den Kunden
- bisher bezogene Leistung des Kunden

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensmanagement (CKM)

- Zielsetzung des Wissensmanagement
- Informationen über den Kunden
- bisher bezogene Leistung des Kunden
- schnell an die Mitarbeiter verfügbar machen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensmanagement (CKM)

- verfügbar machen durch:

Wissensmanagement (CKM)

- verfügbar machen durch:
- Glossare

Wissensmanagement (CKM)

- verfügbar machen durch:
- Glossare
- Yellow Pages (Expertenverzeichnisse)

Wissensmanagement (CKM)

- verfügbar machen durch:
- Glossare
- Yellow Pages (Expertenverzeichnisse)
- Awareness/Instant Messaging (AIM)

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Content Management (CM)

- wichtige Rolle:
- stellt Prozesse bereit zur:

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Content Management (CM)

- wichtige Rolle:
- stellt Prozesse bereit zur:
  - Erstellung, Verteilen, Aufbereiten und Archivierung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Content Management (CM)

- wichtige Rolle:
- stellt Prozesse bereit zur:
  - Erstellung, Verteilen, Aufbereiten und Archivierung
  - automatische Verschlagwortung, Versionskontrolle, Publikation und Archivierung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Wissensunterstützung

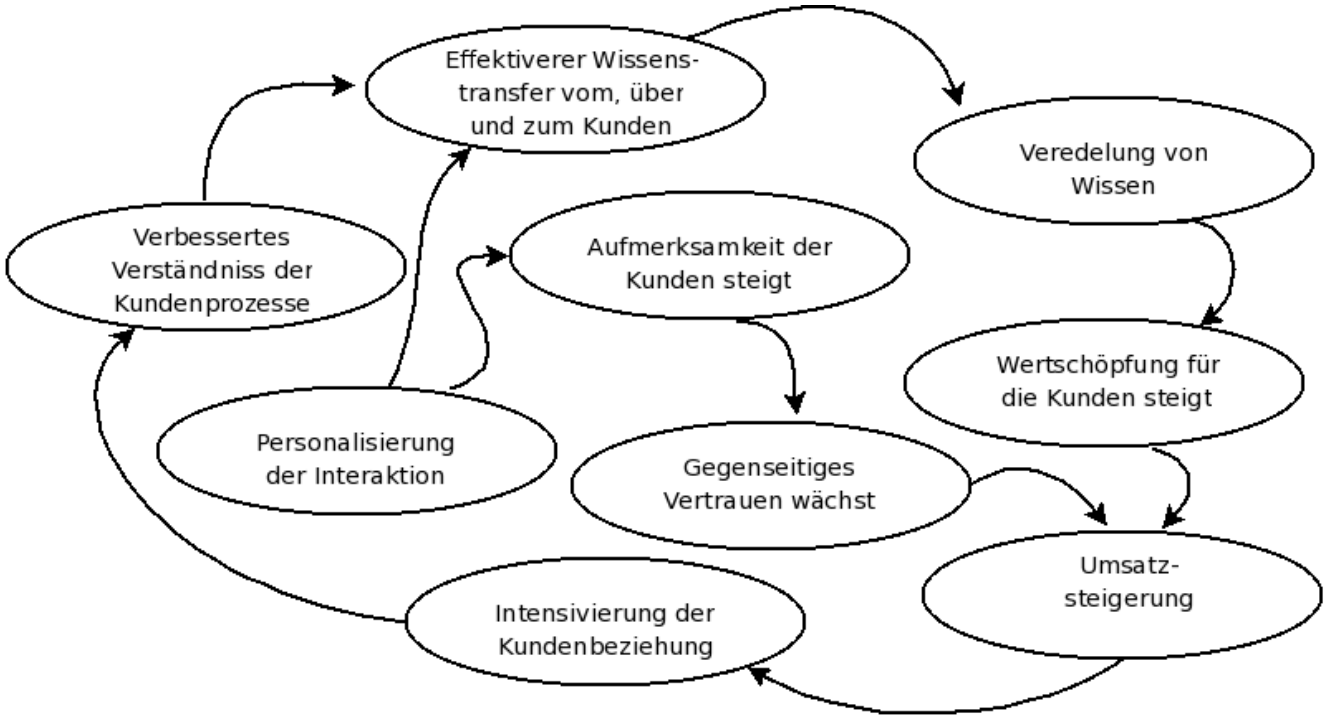

Abbildung: Zusammenhang zwischen Wissensmanagement und Qualität einer Kundenbeziehung

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Fazit

- Ausrichtung des gesamten Unternehmen hin zum Kunden
- Kundenprozesse möglichst genau kennen

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Fazit

- Der gläserne Kunden
- Neue Möglichkeiten von Spam

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit

Danksagung

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Ziele der Präsentation

Das Kundenzentrierte Unternehmen

Bausteine des CRM

CRM Kernprozesse

Operatives CRM

Kooperatives CRM

Analytisches CRM

Customer Interaction Center

Internet

Wissensunterstützung

Fazit