



CONSULTICS

.....

Wie Sie ein CRM erfolgreich einführen

ERFOLGSFAKTOREN UND STOLPERSTEINE

Einleitung

Ein intelligent aufgebautes CRM ist der Schlüssel zu nachhaltiger Kundenbindung und Geschäftserfolg. Doch wie führt man eine CRM-Lösung erfolgreich ein? In diesem Whitepaper zeigen wir, worauf es ankommt.

01

Vorurteile abbauen

Viele Unternehmen zögern, ein CRM-Projekt in Angriff zu nehmen, weil CRM-Lösungen als zu teuer, zu kompliziert und zu wenig flexibel betrachtet werden.



Fakt ist: Anbieter wie Microsoft haben längst erkannt, dass CRM-Lösungen für Unternehmen jeglicher Grösse erschwinglich sein müssen. Aus diesem Grund bieten sie ihre Produkte mit einer Vielzahl an Modulen an, die je nach Anforderung dazugebucht werden können. Zudem gilt das Pay-as-you-use-Prinzip: Man bezahlt nur für diejenigen Komponenten, die man auch wirklich verwendet.

Eine weitere Stärke moderner CRM-Produkte ist ihre grosse Flexibilität. Nehmen wir als Beispiel Dynamics 365 von Microsoft: Fehlt ein Feature oder Workflow, lässt sich dies mit der Power Platform und Custom Code unkompliziert umsetzen – ganz ohne Kostenexplosion.

02

Business involvieren

Die Einführung einer CRM-Lösung ist technisch gesehen ein IT-Projekt, sollte jedoch klar vom Business getrieben sein.

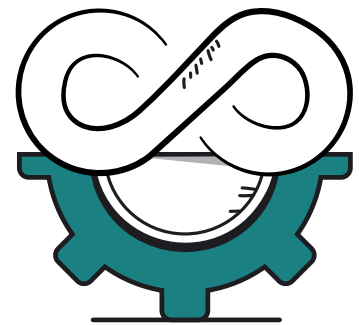


Entsprechend gilt es, alle wichtigen Stakeholder aus Marketing, Sales und Kundenservice einzubinden. Nur so kann ein CRM umgesetzt werden, das den Bedürfnissen des Business entspricht und eine echte Erleichterung im Arbeitsalltag ermöglicht.

03

Agil mit MVPs entwickeln

Rom wurde nicht an einem Tag erbaut. Dasselbe gilt für neue CRM-Lösungen. Vorbei sind jedoch die Zeiten, in denen Entwickler monatelang an einer Lösung arbeiteten, die bei Fertigstellung bereits mit einer Staubschicht bedeckt war – und dann doch nicht ganz passte ...



In der agilen Entwicklung werden neue Lösungen in kurz getakteten und klar definierten Sprints iterativ und entwickelt und Anwenderinnen und Anwendern in Form von Minimal Viable Products (MVPs) zur Verfügung gestellt. Anstatt also ein fixfertiges Haus zu liefern, schlägt man erst die Pfähle ein und spannt das Dach. Auf Basis von Feedback werden diese MVPs dann Schritt für Schritt verfeinert.

Haben Anwenderinnen und Anwender neue Anforderungen, kann schnell darauf reagiert werden. Das CRM passt sich somit optimal auf die konkreten Bedürfnisse an, womit ein «Big Bang»-Desaster ausbleibt.

Diese iterative Vorgehensweise schafft schnell Mehrwert, minimiert Risiken und sorgt dafür, dass die Kosten im Griff behalten werden.

Eng mit der agilen Entwicklung verbunden ist auch das automatische Deployment, das eine gleichbleibend hohe Release-Qualität sicherstellt. Zudem bietet die Nachvollziehbarkeit der Deployments Klarheit darüber, wann welches Feature umgesetzt wurde, was zu mehr Transparenz und Effizienz im Entwicklungsprozess führt.

Aus der Architektur-Perspektive ist es wichtig, die Anpassungen am System so vorzunehmen, dass man auf spätere Änderungen vorbereitet ist, ohne sich etwas zu verbauen. Die Plattformen sind flexibel genug, um genau dies einhalten zu können.



04

Mit «Low hanging fruits» starten

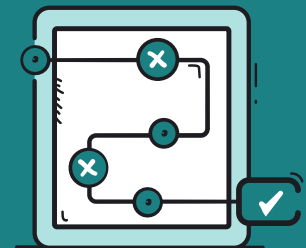
Die Anforderungen an eine CRM-Lösung sollten nicht bis ins kleinste Detail durchdefiniert werden.



Ansonsten riskiert man, monatelang blockiert zu sein oder gar nicht erst zu starten ... Aus diesem Grund empfiehlt es sich, dort zu beginnen, wo mit wenig Aufwand viel erreicht werden kann. So kann beispielsweise ein Baukastensystem zur Auftragserstellung mithilfe der Power Platform schnell realisiert werden und sofort Mehrwert stiften. Im Sinne der agilen Entwicklung können alle weiteren Verfeinerungen Schritt für Schritt vorgenommen werden.

05

Prozesse optimieren



Digitalisierung wird oft mit der Automatisierung manueller Prozesse gleichgesetzt. Ein Trugschluss, denn: Was bringt es, einen schlechten Prozess zu digitalisieren? Er ist dann zwar digital, aber immer noch schlecht ...

Digitalisierung sollte vielmehr als Chance genutzt werden, bestehende Abläufe zu hinterfragen und technologiegestützt zu verbessern. Auch bei der Einführung einer CRM-Lösung geht es also nicht darum, Prozesse 1:1 im CRM abzubilden, sondern sie mithilfe digitaler Tools in optimierter Form umzusetzen. Nur so kann eine neue CRM-Lösung den grösstmöglichen Nutzen stiften.

06

Daten und Systeme integrieren



Kunden- und Projektdaten sind in der Regel über mehrere Systeme zerstreut, was die Bearbeitung von Anfragen erschwert.

Bei der Einführung einer neuen CRM-Lösung ist es wichtig, diese Informationen zu konsolidieren, zum Beispiel in Form eines Kundeninformationsblattes, das alle relevanten Daten und KPIs zusammenführt. So erhalten Anwenderinnen und Anwender zum richtigen Zeitpunkt schnell diejenigen Daten, die sie benötigen.

Auch Apps und Programme ausserhalb des CRM sollten so gut wie möglich integriert werden. Dynamics 365 z. B. bietet hunderte «out of the box» Connectoren zu Umsystemen an. Und sollte einer fehlen, lässt sich dieser mithilfe der bereitgestellten Tools einfach umsetzen. Mit dem Connector von Consultics lassen sich z. B. auch CRM-Lösungen wie diejenige von Adito vollumfänglich in das Microsoft-Ökosystem integrieren.

07

Nutzen verdeutlichen



Mit einem agilen Vorgehen sehen Anwenderinnen und Anwender schnell die Vorteile der neuen Lösung: etwa, wenn das Sales-Team automatisch Vorschläge dazu erhält, welcher Lead zu welchem Zeitpunkt wie bearbeitet werden könnte, um die Verkaufschancen zu erhöhen. Dies macht «Lust auf mehr» und hilft, Akzeptanz für die neue Lösung zu schaffen.



Das beste CRM ist dasjenige, das bei der Anwendung Freude macht. Aus diesem Grund sollten Hürden soweit möglich aus dem Weg geräumt werden. Sprich: Anwenderinnen und Anwender sollten sich nicht erst durch tausend Pflichtfelder klicken müssen, sondern ihre Aufgaben mit möglichst geringem Aufwand abarbeiten können. Um die Datenqualität dennoch hochzuhalten, gibt es z. B. die Möglichkeit, mit einem Status oder einem Punktesystem zu arbeiten.

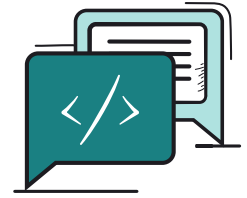
Nehmen wir als Beispiel die Einbindung von Templates: In der Standardversion von Dynamics 365 werden Templates unabhängig vom jeweiligen Prozessschritt eingeblendet. Mit der Folge, dass erst durch alle Templates gescrollt werden muss. Mit einer individuellen Anpassung lassen sich Templates jedoch kontextabhängig anzeigen. Eine kleine Änderung mit grosser Wirkung.

Weitere Beispiele sind die Adressvervollständigung oder die automatische Formatierung von Telefonnummern, die im Standard von Dynamics 365 ebenfalls nicht mitgeliefert werden. Regelmässige Schulungen und Support tragen zusätzlich dazu bei, dass Anwenderinnen und Anwender die bestmögliche Unterstützung erhalten.



09

Product Owner etablieren



Um die Einführung einer CRM-Lösung zum Erfolg zu bringen, lohnt es sich, einen Product Owner (PO) zu ernennen, idealerweise jemanden aus dem Business-Bereich. Diese Person sollte Anforderungen mit dem grössten Nutzen identifizieren und entsprechend priorisieren können. Ein solcher Product Owner bringt in diesem Sinn nicht nur ein gutes Verständnis der geschäftlichen Abläufe mit, sondern kann auch die Brücke zwischen den technischen Teams und den Anwenderinnen und Anwendern schlagen.

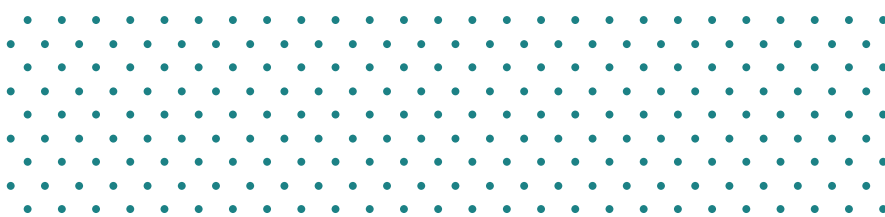
Eine wichtige Verantwortung des PO ist es, keine Lösungen für Sonderfälle zu bauen, sondern ganz nach dem Pareto-Prinzip dort zu starten, wo mit 20% des Aufwand 80% Nutzen erzielt werden kann. Die 20%, die somit nicht abgedeckt sind, können vorläufig noch von Hand erledigt werden. Wenn das Budget in den Reserve-Sprints noch reicht, ist immer noch genug Zeit, dies dann auch noch z. B. zu automatisieren oder zu implementieren.

10

Business-Value im Auge behalten



Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die kontinuierliche Bewertung der Kosten und des Business-Values jeder Anforderung. So können Ressourcen effizient eingesetzt werden, womit die Implementierung des CRM-Systems nicht nur innerhalb des Budgetrahmens erfolgt, sondern auch die gesteckten Geschäftsziele so gut wie möglich unterstützt.



Jetzt kostenfreien CRM-Check buchen

Fragen rund um Ihr CRM? Buchen Sie auf unserer Website in wenigen Klicks ein kostenfreies Gespräch.

Was Sie erwartet:

- › Beantwortung all Ihrer Fragen und Anliegen
- › Handfeste Tipps, wie Sie Ihre CRM-Lösung verbessern können
- › Einblicke in Best Practices und erfolgreiche CRM-Strategien

www.consultics.ch/crm-check ➔



Fazit

Damit eine CRM-Lösung erfolgreich eingeführt werden kann, braucht es ein Umdenken auf verschiedenen Ebenen. Mit einer agilen Entwicklung kann schnell Wert geschaffen und die Lösung kontinuierlich verbessert werden. Die Einbindung aller relevanten Stakeholder, die Optimierung von Prozessen und die Integration von Daten und Systemen sorgen für schnelle Akzeptanz. Mit einem klaren Fokus auf Kosten und Business-Value bleibt das Projekt zudem stets auf Erfolgskurs.

🌐 www.consultics.ch

✉ info@consultics.ch

☎ +41 71 560 56 10



CONSULTICS

© 2024 Consultics AG