

## Kunden verwöhnen leicht gemacht mit CRM von OGS

# Spaß am Erfolg

Über die Bedeutung des Umgangs mit dem Kunden besteht kein Dissens, ist doch ein Unternehmen ohne Kunden nicht lebensfähig. Customer Relationship Management (CRM) heißt das neue Zauberwort. Schlagworte wie Transparenz, Kundenbindung oder Umsatzoptimierung begleiten den Weg zur Einführung von CRM-Systemen.

**B**egriffe, die seit jeher die Entscheidung für EDV-Systeme vom Warenwirtschaftssystem bis zum ERP begleitet haben. Und was bisher für das eine galt, ist auch für die Arbeit mit CRM unabdingbar: Software ist kein Ersatz für Strategie und Einstellung!

Um alle Beteiligten für das „Kundenverwöhn-Programm“ zu begeistern, muss gewährleistet sein, dass sich das CRM-Programm nahtlos in die vorhandene ERP-Anwendung einfügt, dass es keiner doppelten Datenpflege bedarf und dass dem Mehraufwand eine echte Arbeitserleichterung gegenübersteht. Das Koblenzer Softwarehaus OGS hat mit seiner Lösung gerade auf diese Anforderungen und Bedürfnisse einen besonderen Fokus gelegt.

### Aktives CRM

Viele der für ein aktives Customer Relationship Management benötigten Informationen wurden schon seit langer Zeit „nebenbei“ mitgesammelt. Nur niemand hatte sich bisher die Mühe gemacht, diese Informationen zu strukturieren oder zu nutzen.

Schon die Prozesskette – vom ersten Kontakt mit einem Interessenten bis zur Auslieferung an den neu gewonnenen Kunden und dessen Zahlung – bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, ihn wirkungsvoll zu betreuen. Beginnend mit dem Erstkontakt des Interessenten

sind alle Folgeschritte eine logische Abfolge der internen Abwicklung über das ERP-System.

### Optimierte Informationen für den Außendienst

Der Wunsch nach Informationsmaterial zum Beispiel wird über einen neuen Kontakt an die entsprechende Abteilung mit Terminvorgabe und Detailinfos weitergegeben. Ohne weitere Benutzereingriffe wird die Vorgabe in die To-do-Liste des Außendienstes gestellt, der sich in ein paar Tagen nach Eingang der Unterlagen beim Interessenten melden wird. Der Besuch oder der Anruf des Außendienst-Mitarbeiters wird als „Bericht“ mit allen Informationen dem Vorgang „angeheftet“ und dem Innendienst zurückgespielt, der nun termingerecht ein qualifiziertes Angebot ausarbeitet. Der Versand des kompletten Angebots stellt dann wieder automatisch einen neuen Vorgang zum „Nachhaken“ in die To-do-Liste von Vertriebsmitarbeiter und Außendienst – wenn dies gewünscht ist. So lassen sich Aktionen, in denen ein Interessent von drei verschiedenen Mitarbeitern oder – schlimmer noch – von niemandem angerufen wird, elegant vermeiden. Das Schönste aber ist, dass hierfür keine „Sonderaktionen“ notwendig sind. Um die logischen Folgeschritte der ERP-gestützten Erstellung des Angebots kümmert sich das System im Hintergrund und initiiert diese in den jeweiligen Kontakt.

### Neue Workflows erstellen

Ein neuer Interessent stellt aber nur eine von vielen möglichen „Vorgangsketten“ dar. Über die gleichen Steuerungsmechanismen lassen sich auch Reklamationen, säumige Zahlungen oder technische Prüfungen in der Lieferfolge abwickeln. Hinzu kommt noch ein anderer wesentlicher Gesichtspunkt. Neben der nach-

vollziehbaren Arbeitskette der Beteiligten im Unternehmen für den jeweiligen Vorgang sind über diese CRM-Steuerung die Aktivitäten auch für alle Kollegen transparent. Sie sehen, der individuellen Betreuung des Kunden und der hiervon ausgehenden Impulse für das Unternehmen sind keine Grenzen gesetzt. Ob ein Geburtstag im Mitarbeiterstamm eine automatisch generierte Aufforderung an einen Mitarbeiter auslöst, eine Reklamation zu Aktivitäten des Produktmanagers führt, spielt eigentlich keine Rolle.

Unter dieser Prämisse liegt die eigentliche Investition mittelständischer Betriebe in Customer Relationship Management ganz profan in der Überzeugungsarbeit, damit die eigenen Mitarbeiter die Spielregeln annehmen und mitspielen. Das Kundenverwöhn-Spiel CRM liefert OGS mit der passenden Software, spielen muss es jeder selbst. Dabei sind die Regeln einfach und die Mehrarbeit äußerst gering. Wer das Spiel und seine Bedeutung für die Entwicklung des Unternehmens verstanden und wer CRM als Lebenseinstellung verinnerlicht hat, dem macht's auch Spaß, weil der Erfolg messbar ist!

Autor: Marco Decker

OGS Ges. für Datenverarbeitung  
und Systemberatung mbH

D-56068 Koblenz

☎ (+49) 0261/91595-0

🌐 [www.ogs.de](http://www.ogs.de)

