

## WWS und CRM – miteinander oder gegeneinander?

# Vom Mitarbeiter zum Kunden

Gerade heute unter dem Einfluss der rezessiven Wirtschaftslage sind viele Unternehmen bereit in CRM zu investieren. Ein Rückblick zeigt, dass noch vor fünf Jahren das, was heute hochtrabend CRM genannt wird, schlicht hieß: „Der Kunde ist König“.

**A**uch früher – ohne technische Gewaltakte – war dies keine leichte Übung. Der gedankliche Ansatz des „Dienstens“ muss im Bewusstsein des gesamten Unternehmens – von der Firmenspitze über den gesamten Vertrieb bis hin zu jedem Mitarbeiter in Produktion und Verwaltung – verankert sein. Erst wenn jede Kundenbeziehung diesen Stellen-

wert im Denken und Handeln erhalten hat, sind verschlankende organisatorische Software-Maßnahmen sinnvoll.

So stellt sich nach Überzeugung der OGS als ERP-Anbieter nicht die Aufgabe, eine alles „erschlagende“ Software zu liefern, sondern die Vorteile für alle in der Vertriebskette stehenden Mitarbeiter herauszufiltern. Wer sich beschränkt und von dem Grundsatz ausgeht, die Kommunikation von Menschen für Menschen zu verbessern, ist einer erfolgreichen CRM-Einführung deutlich näher als all die toll klingenden Features einer überfrachteten Software. Wie wir wissen, muss allen Mitarbeitern bei der Einführung von CRM, für jede zusätzlich erforderliche Pflichtübung im Arbeitsalltag auch eine

Erleichterung und/oder ein Zusatznutzen zur Verfügung gestellt werden. Nur so kann die CRM-Lösung in den Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten gestellt und dauerhaft genutzt werden.

Entscheidend ist, daß in der Software keine Alternativen mehr existieren. Eine perfekt funktionierende CRM-Lösung verhält sich wie eine Diva und lässt keine anderen neben sich zu! Dennoch dürfen Mitarbeiter das Werkzeug nicht überschätzen: Mitdenken ist weiterhin gewünscht und gefordert!

### Wo liegen die Erfolgchancen

Als ERP-Anbieter kennen die OGS-Projektleiter „ihre“ Mittelständler bereits über einen langen Zeitraum. So können

