



NEWSLETTER 3/2015

CRM – Systeme für den Vertrieb sind seit ca. 20 Jahren im Einsatz

Wo stehen wir heute?

Welche Erfahrungen gibt es?

Wie setzen Sie CRM ein um Ihren Vertrieb zu steuern?

CRM als Selbststeuerungstool für jeden Vertriebsmitarbeiter

Die ersten Unternehmen die für ihren Vertrieb ein CRM-Tool eingeführt haben, waren nach zwei bis drei Jahren an dem Punkt, dass außer laufenden Kosten für CRM, keinerlei Nutzen für den Vertrieb oder den Kunden entstand.

Die Gründe sind vielschichtig.

Achtung:

Auch heute werden zum Teil noch dieselben Fehler gemacht.

CRM ist IT Sache ...

Nein und nochmals nein.

Die Nutzer, also Vertriebsaußen- und Innendienst und die Führungskräfte müssen einbezogen sein.

Das fängt beim Lastenheft an.

Nur der Vertrieb hat die Kompetenz zu sagen was er braucht, sonst niemand. Aber der Vertrieb braucht Hilfe.

In Workshops müssen durch einen erfahrenen Coach die Themen zusammen mit IT – Vertrieb – Projektverantwortlichen moderiert werden.

Die Gefahr die besteht ist immer noch, dass der Vertrieb im ersten Schritt zu viel will.

Alle Möglichkeiten machen nur dann Sinn, wenn die Informationen auch durchgängig gepflegt werden. Weniger ist mehr, gilt auch hier.

Der Vertriebsprozess, seine Abläufe und Abfolgen werden dabei auf den Prüfstand gestellt. Manche Prozessthemen, die seit langem einer Optimierung bedürfen, können hier einfließen. Optimierung immer aus Sicht der Kunden unter der Überschrift, kurze Wege und Transparenz für alle, nicht nur im Vertrieb.

Die Kompetenz
für die Inhalte
liegt beim
Vertrieb.
Weniger ist auch
hier mehr!

Optimieren Sie in
diesem
Zusammenhang
Ihre Vertriebs-
prozesse machen
Sie diese
schlank!



Auch die folgende Implementierung von CRM ist keine IT Sache, sondern die Aufgabe der Führungskräfte zusammen mit Key Usern.

Key-User lassen sich bei einem bestehenden CRM-Tool schnell identifizieren.

Wenn diese dann noch als Performer bekannt sind, zeigen diese am besten, Ihren Kollegen, wie arbeite ich mit diesem Tool.

- Wo liegt mein Nutzen als Anwender?
- Wie viel Zeit muss ich investieren?
- Welche Informationen zum Kunden pflege ich regelmäßig?
- Wie wird aus Gesprächsnachbereitung – die Vorbereitung?
- Wie kann ich Aufgaben und Aktivitäten an ein BO geben?

Auf diese Weise kann der Innendienst auf diese Informationen zurückgreifen.

Das heißt den Kunden individuell bedienen.

Diese Kunden sind begeistert.

Der Mitarbeiter muss einmal erkennen, wie er mit geringem Aufwand seine Aktivitäten und Aufgaben pflegt um sich selber zu steuern. Sein Mehrwert ist, er kann auf diese Weise seine Kontakte und sein Netzwerk pflegen und ausbauen. Mittels CRM bekommt er die Transparenz die er braucht, damit er mit den „richtigen Kunden“ das Geschäft macht.

Will heißen: Das Geschäftsmodell des Kunden kennen und die Informationen einpflegen. Dann kann der Mitarbeiter seinen Kunden an die richtigen Objekte bringen:

Mit CRM erstellt er kundenspezifische Angebote.

Alles wird in CRM dokumentiert, was in den Gesprächen mit dem Kunden genutzt wird.

Für den Kunden selbst ist es eine Wertschätzung, wenn er durch eine gute Gesprächsvorbereitung auf das angesprochen wird, was ihn wirklich interessiert, was er braucht, was ihn weiterbringt.

Natürlich bleibt Small Talk ein wichtiger Bestandteil eines Gesprächs und Geschäfte werden auch in Zukunft zwischen Menschen gemacht.

Nutzen Sie Key-User für die Implementierung. Die Führung steht zu 100 % dahinter!

CRM ist ein Selbststeuerungstool.

Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht!



Aber die Komplexität auch der Geschäftspartner-Netzwerke sind heute nur noch durch die Nutzung von CRM abbildbar.

Reporting ist der Überblick über alle Aktivitäten und Aufgaben. Wer mit CRM arbeitet, kann sich individuell ein Reporting erstellen. So hat er täglich den Überblick auf alle offenen Aufgaben. Auf diese Weise hat der Vertriebsmitarbeiter den Kopf frei für die Gespräche mit seinen Kunden.

Bei der Betreuung des Kunden zusammen mit einem Vertriebsinnendienst kann jeder zeitnah auf alle Informationen zurückgreifen. Sie können sich gegenseitig Aufgaben geben ohne die Verantwortung zum Kunden abzugeben.

Ihr Kunde wird es Ihnen danken. So macht vernetztes Arbeiten in Zukunft Spaß, weil die Zufriedenheit Ihrer Kunden steigt.

Vergütung und Zielvereinbarung

Für die Führungskraft ist CRM ebenfalls wertvoll.

Sie haben in jedem Jahr Zielvereinbarungsgespräche zu führen. Diese sollen individuelle Ziele beinhalten.

Durch CRM können Sie zusammen mit dem Mitarbeiter die Punkte finden die als Ziel definiert werden. Anhand von Zahlen aus CRM wird das Ziel machbar definiert.

So haben der Mitarbeiter und die Führungskraft die Möglichkeit die Ziele nicht aus den Augen zu verlieren und quartalsmäßig sich selbst zu kontrollieren.

Ein weiterer Mehrwert besteht in der Möglichkeit Objekte einzupflegen. Also Bauobjekte ab Vorplanung über die gesamte Zeit der Wertschöpfungskette zu steuern, bis diese als gewonnener Auftrag in Ihrer Organisation sind. Hier lässt sich über individuelle Erfolgsquoten in den einzelnen Phasen ein Forecast erzeugen.

Das gibt Ihnen Planungssicherheit.

Wann fangen Sie an?

Ich begleite Sie gerne auf diesem Weg.

Mit herzlichen Grüßen

Ein Reporting gibt den Überblick über alle Aufgaben und Aktivitäten.

Mit zufriedenen Kunden arbeiten macht Spaß, weil es Verkaufserfolg bringt!

Ziele zu Zielvereinbarung werden präziser und werden nicht vergessen!

Forecast gibt Planungssicherheit!