

Umfrage zur CRM Einführung

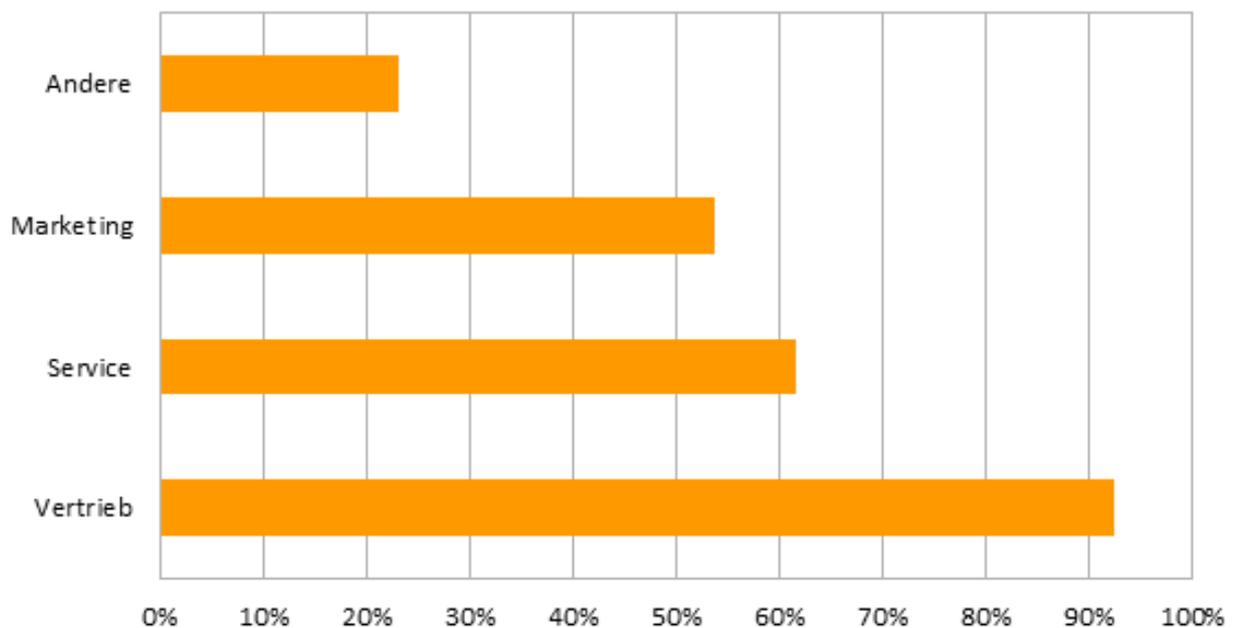
Welche Erfahrungen haben Sie mit der CRM Einführung gemacht? Was waren die größten Herausforderungen? Wo wird das CRM heute verwendet und was wünschen Sie sich für die Zukunft? Anbei die Auswertung unserer kleinen Umfrage mit spannenden Erkenntnissen.

1. CRM wird interdisziplinär genutzt

Frage: Welche Unternehmensbereiche deckt Ihr CRM heute ab?

92,2% der Befragten nutzen CRM für den Unternehmensbereich Vertrieb, gefolgt von 61,5% für den Bereich Service und 53,8% für den Bereich Marketing. Darüber hinaus nutzen Unternehmen CRM auch im Einkauf, für z.B. Kontakt- und Dokumentenmanagement, Social Media Management sowie Projekt- und Auftragsmanagement.

Die meisten Unternehmen, die das CRM im Vertrieb nutzen, setzen es ebenfalls in den Bereichen Marketing und Service ein. Interessant: Keines der befragten Unternehmen nutzt CRM lediglich für einen Unternehmensbereich.



In diesen Unternehmensbereichen wird das CRM-System genutzt

2. Größte Herausforderung: CRM als Unternehmensstrategie leben

Frage: Was waren für Sie die größten Schwierigkeiten bei der CRM Einführung?

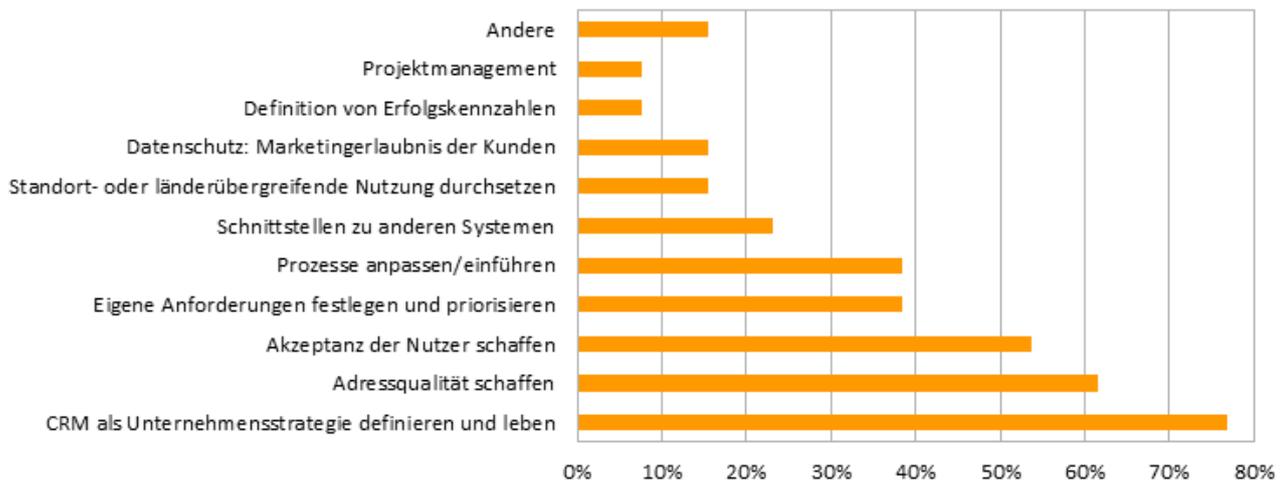
Die größte Herausforderung der Befragten lag darin, CRM als Unternehmensstrategie zu definieren und zu leben (76,9%). Auch das Schaffen von Adressqualität gehörte mit 61,5% zu den stärksten Herausforderungen. Über die Hälfte der befragten Unternehmen forderte es heraus, Akzeptanz seitens der Anwender zu schaffen. Jeden dritten Befragten beanspruchte es, eigene Anforderungen festzulegen und zu priorisieren, Prozesse anzupassen oder einzuführen oder Schnittstellen zu anderen Systemen zu definieren. 15,4% der Unternehmen sahen zudem Herausforderungen bei einer standort- oder länderübergreifenden Nutzung sowie dabei die Marketingelaubnis seitens der Kunden zu bewältigen. Weniger als 10 % der Unternehmen standen vor größeren Aufgaben in den Bereichen Projektmanagement oder der Definition von Kennzahlen.

3. Unternehmen profitieren von neu geschaffener Transparenz

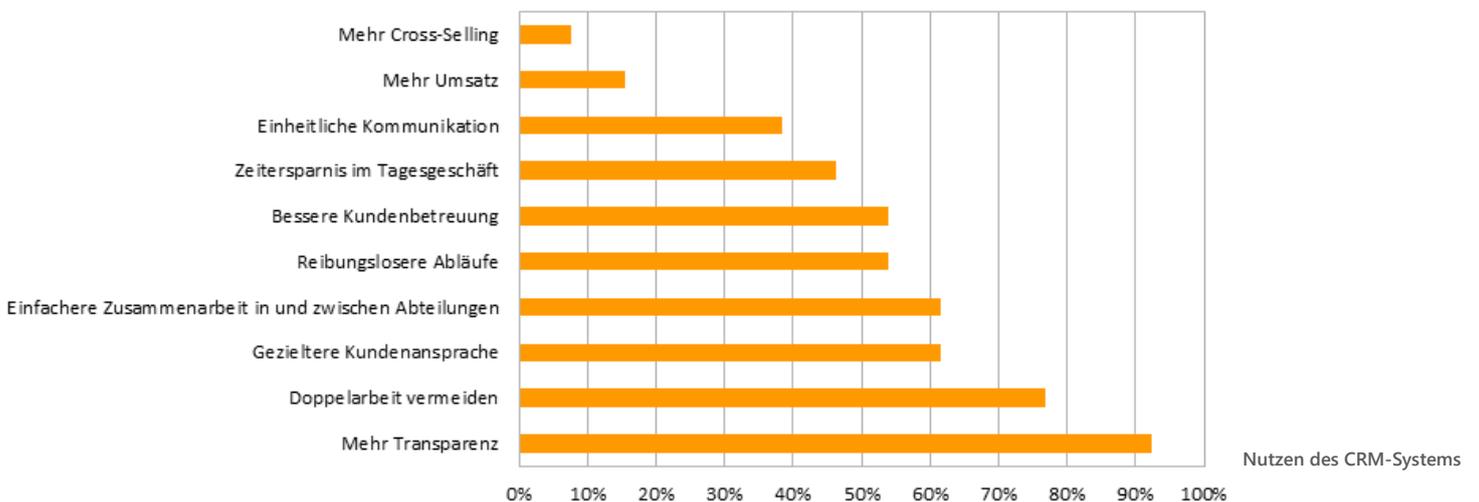
Frage: Was ist nach Ihrer Kenntnis der größte Nutzen für Ihr Unternehmen durch die CRM Einführung?

Neun von zehn Befragten gaben an, dass der nach ihrer Kenntnis größte Nutzen für das Unternehmen durch die Einführung eines CRM-Systems die neu geschaffene hohe Transparenz ist. Auch durch das Vermeiden von Doppelarbeit fällt bei 76,9% der Teilnehmer eine erhebliche Last weg. Zwei Dritteln der Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben, hat die Einführung von CRM zudem eine gezieltere Kundenansprache sowie eine einfachere Zusammenarbeit in und zwischen den Abteilungen ermöglicht. Über die Hälfte kann zudem ihre Kunden durch CRM besser betreuen und Abläufe reibungsloser gestalten, bzw. im Tagesgeschäft Zeit sparen (46,2%). Weitere Nutzen sind eine einheitliche Kommunikation (38,5%), mehr Umsatz (15,4%) und mehr Cross-Selling (7,7%).

Herausforderungen der CRM-Einführung



Nutzen des CRM-Systems

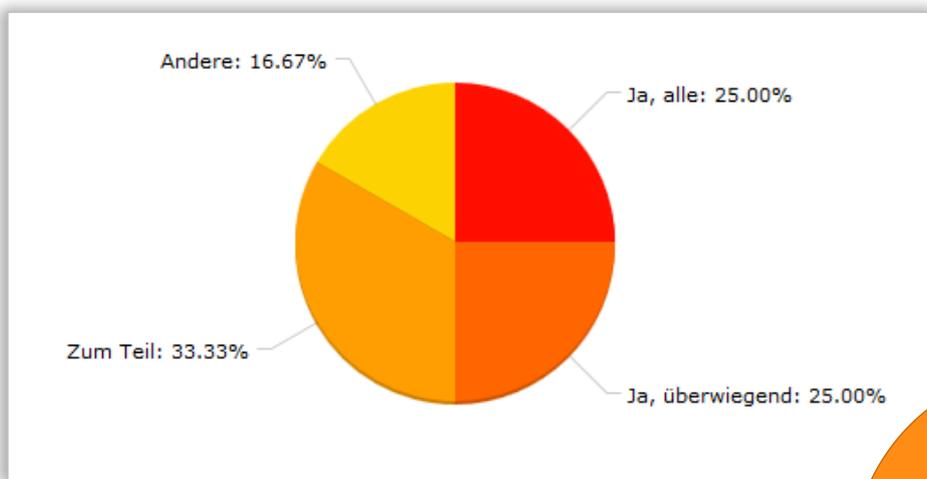


4. Mehr als 80% der Befragten haben ihre Ziele erreicht

Frage: Hat Ihr Unternehmen seine Ziele erreicht?
Mehr als 80% der Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen durch die Einführung von CRM seine Ziele bereits ganz oder zumindest teilweise erreicht habe. Gründe für das Nicht-Erreichen waren mangelnde Nutzerakzeptanz und aufwändige Workflows.

5. Auf der Wunschliste: Marketing, Veranstaltungen und mobiles CRM

Frage: Welche Funktionen wünschen Sie sich für die Zukunft im CRM-System?
Am häufigsten wünschen sich die Befragten Funktionen für Marketing Kampagnen und Veranstaltungen. Außerdem soll die Terminabstimmung mit den Kunden auch in der mobilen Version ermöglicht werden. Zudem soll die Anwenderführung mit Prozessschritten unterlegt werden.



Zielerreichung der Befragten

MEHR
INFORMATIONEN
ZU CRM
[Hier klicken](#)