

Mögliche Zielbereiche für eine erfolgreiche CRM-Einführung



Mögliche Zielbereiche für eine CRM-Einführung

Prüfen Sie, gerne auch im Team, welche der benannten Ziele je Zielbereich für Ihr Unternehmen besonders relevant sind und durch eine CRM-Einführung unterstützt und/oder erreicht werden sollen.

 Verteilen Sie **20 Punkte** auf Ihre Top-Ziele und nehmen Sie damit bereits eine Gewichtung vor. Weitere Ziele und Hinweise können Sie im Freitextfeld aufnehmen.

A

Führung & Steuerung

„Rückspiegel & Frontscheibe“ –
Steuerung auf Basis von Analysen und
Zahlen/ Daten/Fakten ermöglichen

Weitere Ziele & Hinweise

B

Kultur & Zusammenarbeit

Bereichsübergreifende
Kommunikation und Zusammenarbeit,
speziell im Marketing-Vertrieb-Service,
erhöhen

Weitere Ziele & Hinweise

C

Prozesse & Organisation

Transparenz über Kundenaktivitäten
erhöhen

Steigerung der Datenqualität initiieren

Unternehmensprozesse vereinfachen
und verschlanken

Einheitliches Verständnis, einheitliches
Anwenden von Prozessen ermöglichen

Reduzierung u./o. Vereinfachung der
Systemlandschaft (Insellösungen)

Weitere Ziele & Hinweise

D

Kunde & Service

Kundenzufriedenheit (NPS Net
Promotor Score) steigern

Aktive Neukundengewinnung
unterstützen

Verbesserung der
Bestandskundenpflege & der
Kundenentwicklung

Kundenkontaktpunkte über das CRM-
Tool managen

Kundenservice optimieren

Weitere Ziele & Hinweise

Ihre Ansprechpartnerin:

Alexandra Lewe
CRM-Expertin

Werkstatt für Kundenorientierung –
Vogt & Terhechte GbR
Nickelstraße 21
33378 Rheda-Wiedenbrück



+49 5242 5500040
al@wfk-online.de