

Customer Relationship Management – Aufgabenstellung

Die von der Trovarit AG und ihren Partnern durchgeführten **Expert Tours** (geführte Messerundgänge) verschaffen hier innerhalb von zwei Stunden einen ersten Überblick über den Software-Markt unter Berücksichtigung branchenspezifischer Schwerpunktthemen und über die entscheidenden Kriterien und Aspekte des Software-Einsatzes in diesen Bereichen. Nach einer kurzen Einleitung folgen Präsentationen von vier unterschiedlichen Systemen auf den jeweiligen Messeständen der Anbieter. Die Anbieter orientieren sich dabei an den vorgegebenen Stichpunkten, welche die unterschiedlichen Lösungsansätze und Kompetenzschwerpunkte der verschiedenen Systeme bzw. Anbieter exemplarisch verdeutlichen. Die nachfolgenden Stichworte dienen als Richtschnur für die zu diskutierenden Inhalte.

Die Aussteller wurden gebeten mindestens 3 der folgenden Prozessschritte zu präsentieren.

Aufgabe 1: Kunden-Stamm und -Historie

Jeder Mitarbeiter hat Einblick in die aktuelle Kundenhistorie und ist somit immer auf dem Laufenden, wenn das Telefon läutet, bei der Vorbereitung eines Besuchs oder eines Rückrufs.

- Erläutern Sie den Kundenstamm, die Ansprechpartner und die Historie am Beispiel einer Neuanlage eines Interessenten mit verschiedenen Qualifizierungsmerkmalen.
- Wann und wie werden der Kundenstamm und die Kundenhistorie bei mobilem Einsatz aktualisiert?
Wie funktioniert das mit Mobile CRM?

Aufgabe 2: Kundenkontakt und Folgeaktivitäten

- Führen Sie den Dialog eines Kunden vor, wie dieser seinem Lieferanten (nach Anmeldung) über das Internet oder über das Call Center
 - a) die Änderung seiner Adresse meldet und
 - b) eine Beschwerde mitteilt und
 - c) Unterlagen zu einem Produkt anfordert
- Erfassen Sie die Ergebnisse dieser Kontakte.
- Als Antwort an den Kunden schreiben Sie einen Brief. Zeigen Sie das Word-Dokument.
- Zeigen Sie in der Rolle des Kundenbetreuers die Kundenseite mit diesen Kontakten und den daraus automatisch generierten Workflow. Zeigen Sie die nächsten Schritte und den Status der einzelnen Aktivitäten.
- Wie sieht anschließend die Sicht des Service-Mitarbeiters aus, der für diesen Kunden verantwortlich ist?

Aufgabe 3: Mailing-Aktion

Die Marketingabteilung plant die Durchführung einer Aktion.

- Dazu ist eine Selektion in der Kundendatenbank erforderlich, bei der Kunden nach Umsatz pro Sparte und außerdem nach Datum des letzten Auftrags selektiert werden (alle Kunden, die in einer Sparte schon länger als 6 Monate keinen Umsatz mehr hatten).
- Zeigen Sie das Selektionsergebnis (Kunden-Namen, PLZ, Umsätze nach Sparten mit Datum des letzten Auftrags) und speichern Sie die Selektion.
- Nun wird die Selektion weiter eingegrenzt nach Kunden der Region PLZ 4 bis 8. Zeigen Sie das Ergebnis w.o. in Listenform.
- Starten Sie nun eine Direktmailing-Aktion mit diesen Kunden. Die Ansprechpartner sollen einen Serienbrief (auch E-Mail) unter Bezugnahme auf den letzten Auftragseingang mit Werbematerial der betreffenden Sparte erhalten. Bei allen angeschriebenen Personen wird ein Eintrag in der Kontakthistorie erzeugt, damit der AD gezielt nachfassen kann. Zeigen Sie die Kontakthistorie pro Kunde.
- Zeigen Sie anschließend die Wiedervorlagen eines AD und die Termine im Outlook-Kalender.

