

CRM heißt - Kunden unterschiedlich behandeln

16.09.2008, 16:25 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Schimmel Media Verlag GmbH & Co. KG*



CRM steht seit Jahren bei Unternehmen hoch im Kurs. Und so meint jeder genau zu wissen, worum es geht: Der Kunde steht im Mittelpunkt, ganz klar. Die Unternehmenspraxis zeigt jedoch, dass es noch immer wesentliche Verständnisprobleme in Sachen CRM gibt. Denn CRM ist wesentlich mehr als ein nur anderes Wort für Kundenorientierung.

CRM stellt ein systematisches, an der Profitabilität von Geschäftsbeziehungen orientiertes Kundenmanagement dar. Ziel ist es, ein vorhandenes Budget so (auf die Kundenbasis) zu verteilen, dass der systematischere und zielgerichtete Mitteleinsatz zu besseren Ergebnissen führt. Dies gebietet, Kundenbeziehungen differenziert auf- und auszubauen. Dazu müssen in sich homogene, aber untereinander heterogene Kundengruppen identifiziert werden. Auf dieser Basis gilt es die identifizierten Kundengruppen bewusst unterschiedlich zu behandeln – Gießkannenprinzip adé!

Gerade das jedoch bereitet vielen Unternehmen heute noch Schwierigkeiten. Dabei ist die Grundidee doch so einfach: Ebenso wie ein guter Gärtner unterschiedliche Gewächse gemäß ihren Bedürfnissen unterschiedlich pflegt, differenziert der gute CRM-Manager zwischen seinen unterschiedlichen Kunden. Er verfolgt konsequent folgende Ziele:

- Ausrichtung an Bedürfnissen unterschiedlicher Kunden(-gruppen)
- Profitabilitäts- und Lebenszyklus-orientierte Steuerung von Kunden
- Schaffung einer unternehmensweit einheitlichen Sicht auf den Kunden
- Harmonisierung von internen Aktivitäten in Richtung Kunde

Die entsprechende Regel lautet: Kenne Deine Kunden. Bauen Sie gezielt Wissen auf, um die richtigen Entscheidungen im CRM treffen zu können. Welche Kunden haben Sie? Welche Bedürfnisse haben diese Kunden, wie müssen Sie sie pflegen, damit sie gedeihen und Früchte tragen? Richten Sie Ihre Arbeit darauf aus: manche Kunden brauchen spezielle Pflege, andere können weiter entwickelt werden, bei anderen reduzieren Sie Kosten, weil Sie heute schon zu viel machen. Und manche Kunden sollte man besser los werden.

Den Vollständigen Artikel finden Sie auf www.crm-expert-site.de oder besuchen Sie den Vortrag von Dr. Alexander Decker auf der 8. CxO Dialog CRM Excellence am 22./23. September in Berlin (http://summits.econique.com/crm_excellence_8.html?L=0)

Über www.CRM-Expert-Site.de:

Der monatliche pdf-Beratungsbrief des renommierten CRM-Expertenrats vermittelt kurz und prägnant aktuelles Know-how und praxiserprobte Tipps für erfolgreiches Customer Relationship Management. Zur Vertiefung des Themas steht das Archiv der Expert-Site mit Basis-Know-how, Checklisten, Vorlagen und Tools zur Verfügung.

<http://www.CRM-Expert-Site.de>

Über Dr. Alexander Decker:

Dr. Alexander Decker ist Director CRM Strategy & Analysis bei Premiere Fernsehen. Die Aufgaben seines Bereichs umfassen die strategische Weiterentwicklung des Kundenmanagements, das CRM Controlling, das Qualitäts- und Beschwerdemanagement sowie die Leitung übergreifender Projekte.

Als Projektleiter war er mit der Entwicklung und der Implementierung von CRM-Strategien zum Ausbau der Kundenloyalität, Steigerung des Kundenpotentials und Akquisition attraktiver Neukunden in diversen Unternehmen im B-to-C- und B-to-B-Bereich tätig.

Alexander Decker ist darüber hinaus Lehrbeauftragter an der Uni Eichstätt-Ingolstadt und Leiter von CRM-Seminaren bei verschiedenen Seminaranbietern. Er ist Autor einer Vielzahl von Publikationen zu den o.a. Themengebieten und zudem Referent bei nationalen und internationalen Konferenzen.

http://summits.econique.com/crm_excellence_8.html?L=0

Portrait

Über den Schimmel Media Verlag:

Der Verlag mit Hauptsitz in Würzburg ist neben der Zeitschrift Zentralmarkt auf Businessportale spezialisiert. Die Großhandelsmarktplätze um „zentrada“ und die Fachinformationsdienste der „expertSites“ werden monatlich von über 500.000 Business-Besuchern aus Deutschland und Europa genutzt.

www.schimmel-media.de

News-ID: 242841 • Views: 1587 (Stand: 15.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/242841/CRM-heisst-Kunden-unterschiedlich-behandeln.html>