

maiExpo: Kundenansprache in Zeiten der digitalen Transformation

06.03.2015, 18:50 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *maihiro GmbH*
Presseagentur: *KNÜFER PR*

Ismaning bei München, den 06. März 2015 – In dem atemberaubenden Ambiente des Mercedes Towers mit dem spektakulären 360° Panoramablick über München diskutierten Kunden, Interessenten und CRM-Experten auf der Hausmesse der maihiro GmbH am 5. März zum Thema „Customer Experience heute und morgen“. Einig war man sich darin, dass heutzutage ein Beziehungsmanagement darin bestehen muss, den Kunden ganzheitlich zu sehen, seine Wünsche zu erkennen und ihn optimal über mehrere Berührungspunkte und Kanäle hinweg zu bedienen. Dazu bedürfe es modernster Methoden und Technologien, die das CRM-Beratungshaus gemeinsam mit seinen Kunden, dem Partner SAP und dem Markanalysten P.A.C. auf den Prüfstand stellte.

Auf der dritten maiExpo, die unter dem Motto „360° erleben – Customer Experience heute und morgen“ stand, hatte der Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer oberste Priorität. Namhafte Unternehmen stellten ihre Projekte vor und berichteten über ihre Erfahrungen bei der Prozessoptimierung und dem Einsatz von CRM. Franz Renkin, Verlagsleiter der Red Bull Media House GmbH, vermittelte dabei in seinem Vortrag „Cloud CRM in der Praxis“ ganz persönliche Erfolgsfaktoren in Organisation und Führung. Dabei gewährte er Einblicke in die aktuellen Entwicklungen der Kundenkommunikation und länderübergreifenden Herausforderungen von Verkaufsteams, wo die Möglichkeiten von Cloud CRM zunehmend an Bedeutung gewannen. „Für mich bietet die Funktion des Dashboards ein hervorragendes Management-Tool, das mir die Aktivitäten des Außendienstes zeigt.“ Durch SAP Cloud for Sales gingen dabei keine Informationen mehr verloren, weil die Bedienung extrem einfach sei. Dies ermögliche heute eine gezielte Ansprache von Kunden auf Basis gesicherter Daten.

Für Martin Reinicke, Corporate Director Global Sales Development der Henkel Beauty Care, Henkel AG & Co. KG aA, sind CRM-Lösungen ein wesentliches Element der kundenorientierten Strategie. „Wir arbeiten stetig daran, Prozesse und Strukturen weltweit zu vereinheitlichen und noch effizienter zu gestalten.“ Die globale Ausrichtung solcher Lösungen sei für den Handel entscheidend. Daher habe man sich für maihiro als Beratungs- und Implementierungspartner entschieden.

Auch beim Süßwarenhersteller August Storck KG geht man neue Wege. Projektleiter International, Volker Wagner, sagte: „In maihiro haben wir einen Partner gefunden, der uns strategisch berät, gemeinsam mit uns Lösungen entwickelt und auch über die Projektzeit hinaus unsere Prozesse gemeinschaftlich betreibt und weiterentwickelt.“ Oberstes Ziel sei dabei, den Vertrieb mit entsprechenden Tools optimal zu unterstützen. Dazu gehöre eine Kombination aus Soft- und Hardware, die dem Außendienstler die notwendigen Freiräume für effektive Kundengespräche auf Basis fundierter Informationen liefert. Intuitive Bedienbarkeit, Schnelligkeit, Mobilität und Offlinefähigkeit seien dabei Grundvoraussetzung für zufriedene Anwender. „In der Kombination aus iPads, SAP-CRM und der SAP Retail Execution APP (REX) haben wir jetzt eine Lösung geschaffen, die unsere Prozesse mit zeitgemäßer Technologie optimal unterstützt.“

In dem Vortrag von Miriam Bender, Product Management Cloud CRM bei SAP SE, ging es um die neuen Möglichkeiten, die sich durch SAP Cloud for Customer, der Cloud-basierten CRM Lösung von SAP ergeben. Sie vereine viele technologische Trends und ermögliche es Unternehmen im Bereich Beziehungsmanagement stets den neuesten Stand der Technik einzusetzen. Die Verantwortung für die Weiterentwicklung der Lösung liege bei SAP, wodurch der Kunde regelmäßig und automatisch von neuen Funktionalitäten profitieren könne, ohne selbst aktiv zu werden. maihiro sei hier ein wichtiger Partner, der von SAP mit dem anerkannten Recognized-Expertise-Award in der Kategorie „Customer Relationship Management“ ausgezeichnet wurde.

maihiro und Netconomy zeigten ein integriertes Szenario im Bereich Customer Engagement über die gesamte Customer Journey (Kundenlebenszyklus). Dabei sei es möglich, mittels intelligenter Sprachverarbeitung aus unstrukturierten Daten Informationen wie Sentiments (Stimmungen) und Themen (Schlagwörter) abzuleiten, welche dazu dienen können, das

Profil des Kunden anzureichern (360° Kundensicht) und eine zukünftige Zielgruppenbildung zu erleichtern.

Ergänzt wurde die Veranstaltung von Frank Niemann, Vice President Software & SaaS Markets des Marktanalysten P.A.C.: „Unternehmen sehen sich zunehmend gezwungen, schneller auf Kundenbedarfe zu reagieren und gleichzeitig die Effizienz in den kundenbezogenen Prozessen zu steigern.“ Hierbei gelte es immer mehr, verschiedene Kanäle (wie etwa Webshop und stationäres Geschäft) möglichst einheitlich zu bedienen. Dabei sei zu beobachten, dass der CRM-Markt in Deutschland kontinuierlich wachse, wobei vor allem der Markt für Cloud-Lösungen sowie entsprechender Projektdienstleistungen (etwa Beratung und Systemintegration) die Impulse setze.

Ein besonderes Highlight war zum Ausklang der Querdenker-Vortrag von Johannes Warth, der mit „Mut tut gut“ ein Motivationstraining gab und sich dabei mit dem Thema des Erfolgs auseinandersetzte. Anhand von sieben Leitlinien zeigte er einen Lösungsweg für Krisenzeiten, Fusionen und Umstrukturierungen. Denn hinter jedem Change stecke auch eine Riesen-Chance, man müsse sie nur ergreifen – wie etwa auch bei der Einführung eines CRM-Systems.

Pressefotos von der maiExpo sowie P.A.C.-Grafiken unter: <http://www.maihiro.com/de/presse/pressefotos/maexpo-d-2015/>

Portrait

Über maihiro

maihiro (www.maihiro.com) ist Spezialist für Customer Relationship Management (CRM) und Business Analytics. Das Beratungshaus begleitet seine Kunden in Marketing, Vertrieb und Service durchgängig von der Strategieberatung über die Prozessoptimierung bis zur Implementierung und Betriebsführung. Das Unternehmen ist Beratungs- und Implementierungspartner der SAP. Im Jahr 2000 von Bernd Hesse, Uwe May und Mark Roes gegründet, beschäftigt die Unternehmensberatung mit Sitz in Ismaning bei München, Hamburg und Wien heute über 100 festangestellte Mitarbeiter. 2005 etablierte maihiro unter der Leitung von Matthias Götz eine Tochtergesellschaft in Österreich. 2014 hat das Beratungshaus den „Top Consultant“-Award erhalten und wurde als eines der wachstumsstärksten Unternehmen mit dem Bayerischen Wirtschaftspreis „Bayerns Best 50“ ausgezeichnet. maihiro hat bisher in verschiedenen Branchen weltweit über 500 CRM-Projekte erfolgreich realisiert.

News-ID: 842955 • Views: 146 (Stand: 12.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/842955/maiExpo-Kundenansprache-in-Zeiten-der-digitalen-Transformation.html>