

## Empathic CRM - denn es geht um das 'Warum'

02.10.2015, 18:16 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *die dialogagenten Agentur Beratung Service GmbH*

---

Wie Sie das volle Potenzial Ihrer Kundenkontakte nutzen können.

Jede Beziehung muss ab und an hinterfragt werden.

Zwanzig Jahre, so lange ist es her, seit der Begriff „Kundenbeziehungsmanagement“ das erste Mal aufkam. Die dahinter steckende Idee des Customer Relationship Managements, kurz CRM, findet heute Einhalt in den unterschiedlichsten Geschäftssparten und Unternehmen. Aber werden die sogenannten CRM-Lösungen dem ursprünglichen Begriff überhaupt gerecht? Und muss man in Zeiten, in denen Kaufentscheidung in einer Millisekunde getroffen werden und mit privaten Daten so achtlos wie noch nie umgegangen wird, die Definition von Kundenbeziehungsmanagement nicht ganz neu definieren?

Anstelle eines klaren Beispiels, wie dies geschehen kann, gibt es immer wieder das Problem, dass CRM-Modelle zwar zum Einsatz kommen, aber durch suboptimale Nutzung nicht ihr ganzes Potenzial entfalten. Ein Weg, um genau das zu ändern, heißt Empathic CRM. Im Folgenden möchten wir Ihnen einen ersten Eindruck vermitteln, wohin die Reise gehen kann.

Wer CRM sagt, muss nicht gleich lebendige Kommunikation meinen.

CRM hat viele Gesichter und etliche Varianten, um Kundenbeziehungen auf breiter Front zu begleiten. Gerade die Anwendungen in Social Media und den modernen Medienbereichen können einen stetigen Zuwachs an Nutzern seitens unterschiedlichster Unternehmen verbuchen. „Im Internet liegt die Zukunft für den modernen Kundenkontakt“, so die Vermutung und deshalb bedient man sich Modulen wie dem eCRM, MobilCRM, SocialCRM und vielen weiteren. Doch trotz aller Bemühungen haben diese Ansätze bei weitem nicht alle wertvollen Kundenbeziehungen erreicht und sind dazu häufig über den Status großer schwerfälliger Datenmonster nicht hinausgekommen. Das hat zur Folge, dass echte und wertvolle Kundenbeziehungen unberücksichtigt bleiben, während vermeintliche „Kunden“ z.B. in den sozialen Netzwerken aufwändig angesprochen und deren Informationen eifrig gepflegt werden. Und niemand kann sich sicher sein, dass die Menschen, mit denen man dort kommuniziert, wirkliche Kunden oder zumindest echtes Kundenpotenzial darstellen. Das Einzige, was sicher erscheint: Die Kunden im SocialCRM sind wahrscheinlich ebenso echt, wie die drei- bis vierstelligen Zahlen von „Freunden“ vieler User bei Facebook.

Das Traurige ist, dass der ursprüngliche Gedanke des individuellen Kontakts, der direkten und zugeschnittenen Ansprache durch die Schnelllebigkeit und Einfachheit der Internetwelt abgelöst wurde. So ziehen es Unternehmen vor, unpersönliche, aber kostenlose E-Mails zu verteilen, allgemeine Posts in den sozialen Netzwerken zu veröffentlichen und sich so vermehrt, wenn nicht sogar ausschließlich der Flächenbespielung zu widmen. Die Qualität und Wertigkeit des einzelnen Fans oder Followers sind dabei ebenso intransparent wie anscheinend unwichtig im Spiel um Auflagen und Likes.

Die anfänglichen Bemühungen, durch CRM eine thematische Unterscheidung für Newsletter und andere Kommunikationsmittel zu treffen, scheinen vergangen. Das heutige Kundenkommunikationsmanagement ist mehr und mehr zu einer Art Schwamm geworden – einzig dazu da, Daten einzusaugen und bei Bedarf ausgequetscht zu werden.

"Das Potenzial ist schon längst da, man muss es nur nutzen!"

Ihr CRM kann so viel mehr... sprechen Sie uns an.

## Portrait

Über die Agentur die dialogagenten

Die Wuppertaler Fullservice-Agentur für Dialogmarketing die dialogagenten ist seit 25 Jahren erfolgreich in den Bereichen Beratung, Kundenbindung, Kampagnen- und Datenmanagement tätig und betreut Premiumkunden namhafter Firmen professionell im Marketingprozess. Das Spektrum der Fullservice-Dialogmarketingagentur reicht von der Strategie und Beratung über die kreative Umsetzung bis zur datentechnischen und operativen Abwicklung der Dialogmarketingmaßnahme.

Durch unsere Arbeit für namhafte Kunden, beispielsweise aus der Automobilbranche, haben wir umfangreiche Expertise im Bereich der CRM-Systeme und Entwicklung von zugeschnittenen Modulen und Softwarelösungen für eine zielgerichtete Ansprache von Kundenkontakten.

Nutzen Sie die Chance und lassen Sie uns in einem persönlichen Gespräch näher in das Thema dieses Whitepapers einsteigen. Mit einer gut durchdachten Einordnung Ihrer Kundenkontakte in Gruppen können Sie Ihren Marketingaufwand optimieren und so den größten Nutzen daraus ziehen. Wir beraten Sie gerne.

---

News-ID: 873208 • Views: 1033 (Stand: 24.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/873208/Empathic-CRM-denn-es-geht-um-das-Warum.html>