

CRM-Trends 2020 - das Kundenmanagement der Zukunft

23.01.2018, 10:34 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Unternehmensberatung Stephan Bauriedel*

Presseagentur: *Unternehmensberatung Stephan Bauriedel*



Die Digitalisierung der Geschäftsmodelle

Die veränderte Kommunikation mit dem Kunden wird Unternehmen und Systemanbieter gleichermaßen herausfordern.

Denn der Kunde verlagert sein Verhalten hin zu den digitalen Touchpoints und alle müssen sich dem anpassen.

Eine erfolgreiche CRM-Strategie ist weit mehr als ein Lastenheft voller Funktionen, die ein CRM-System mitbringen muss. Unternehmen beschränken die Bestandsaufnahme auf die aktuelle Situation. Sie unterschätzen den Aufwand für die Konzeption einer vorausschauenden CRM-Strategie. Sie denken zu kurz und es fehlt der Blick nach vorne.

CRM-Systeme sollten zu einer ganzheitlichen Plattform für die Interaktion mit dem Kunden herausgebildet werden. Die hier vorgestellten CRM-Trends 2020 beschreiben die Herausforderungen der Unternehmen, nennen innovative Funktionen von Systemen, informieren über Notwendigkeiten und geben Empfehlungen für eine moderne Technologie.

Herausforderungen der Unternehmen

Um die CRM-Trends 2020 zu erfassen, muss man zunächst die Sicht der Unternehmen einnehmen. Deren Herausforderungen sind weitaus tief greifender als die verheißungsvollen Versprechen der Systemanbieter.

Mobilität

Mitarbeiter arbeiten heute zunehmend dezentral. Kundendaten sollten an jedem Arbeitsplatz im Unternehmen, zudem auch mobil im Hotel, im Auto und beim Kunden verfügbar sein. Das Homeoffice zum Beispiel ist inzwischen ein etablierter Arbeitsplatz, an dem jederzeit und ohne Einschränkungen gearbeitet werden kann. Und die Taxifahrt vom Flughafen zum Kundentermin nutzen Mitarbeiter zum Durchsehen relevanter Vorgänge.

Globalisierung

Das globale CRM ist Realität. Unternehmen gehen dazu über, ein CRM für den weltweiten Vertrieb einzuführen. Der Grund ist einfach, die Kunden sind ebenfalls international unterwegs. Das CRM bündelt alle Vertriebsaktivitäten in einem System und schafft somit Transparenz sowie Effizienz.

Digitalisierung

Die Digitalisierung ist das Megaschlagwort, mit dem alle Unternehmen aufgefordert werden, in neue Systeme zu investieren. Für das moderne Kundenmanagement bildet die Digitalisierung der Touchpoints die treibende Kraft. Kunden nutzen zunehmend die digitalen Touchpoints (Web, App, Portal und Shop). Darauf müssen die Firmen reagieren.

Die Unternehmen tun sich extrem schwer, denn sie sind ausgerichtet auf ihre traditionellen Vertriebsinstrumente Brief, E-Mail, Telefon und Besuch. Es fehlen die Ideen, die Awareness, die Prozesse, die sauberen Daten und natürlich die Lösungen. Wer dem Kunden nicht in die digitale Welt folgt, wird irgendwann aussortiert.

Zukunftsweisende CRM-Funktionen

Neben den Anforderungen der Unternehmen entwickeln Systemanbieter neue Funktionen, welche die Arbeitsweisen beeinflussen und vereinfachen. Für die Zukunftsfähigkeit eines modernen Unternehmens sehen wir folgende Funktionen als unerlässlich an:

Marketing Automation

Mit personalisiertem E-Mail-Marketing können Unternehmen ihre Kunden schnell und effizient informieren. Das neue CRM-System sollte eine eigene Marketing Automation besitzen oder eine voll integrierte Anbindung an einen namhaften E-Mail-Service-Provider.

E-Mail-Marketing ist ein wichtiger Bestandteil der zukünftigen Kundenkommunikation. Die Kundendaten befinden sich im CRM und deshalb brauchen Marketer ein CRM mit einer integrierten oder angebundenen Marketing Automation.

Kollaboration

Die interne Abstimmung zu einem Kunden erfolgt in der Regel per E-Mail und Telefon. Mit der Kollaboration kann die Diskussion über einen Chat erfolgen, der mit dem Vorgang verbunden ist. Alle beteiligten Mitarbeiter können zum Angebot chatten sowie weitere Dokumente austauschen.

In der Praxis zeigt sich eine hohe Akzeptanz der Chat-Funktion, da sie jederzeit und überall verfügbar ist. Externe Beteiligte wie Vermittler, Händler, aber auch der Kunde selber können in den Austausch eingebunden werden. Die Kollaboration ist eine unterschätzte Funktion mit hohem Anspruch.

Portale

Der Kunde erwartet heute einen digitalen Zugang zum Unternehmen. Während Online-Shops inzwischen eine eigenständige Business-Applikation darstellen, können moderne CRM-Systeme Kundeninformationen über ein Portal zugänglich machen.

Der Kunde sieht seine eigenen Stammdaten, seine gekauften Produkte und den nächsten Wartungstermin. Er kann Prozesse starten, eine Störung melden oder ein Ersatzteil bestellen.

Beim indirekten Vertrieb sollten CRM-Systeme sich dem Händler sowie dessen Mitarbeitern öffnen. Das CRM beherbergt Kundendaten, Leads, Opportunities und die installierte Basis. Über ein Portal sollten dem Händler dieselben Informationen zur Verfügung stehen.

Voraussetzungen für den Erfolg

Die neuen Herausforderungen der Unternehmen verlangen eine tief greifende Planung der zukünftigen IT-Infrastruktur

und einen Wandel der Unternehmenskultur.

Master Data Management

Die Grundlage für die Digitalisierung sind saubere Daten. Hierzu gehören Informationen zu Produkten, Kunden, Preisen und die installierte Basis.

Nahezu jede Business Applikation verwaltet heute Kundendaten. Diese sind selten konsolidiert und über verschiedene ERP-Systeme, Shop-Systeme, CRM-Systeme, Leadmanager oder E-Mail- Service Provider verteilt.

Am Beispiel des Produkts zeigt sich, dass die typischen ERP-Daten nicht ausreichen. Für die Darstellung im Shop braucht es heute weitaus detaillierte Produktdaten z. B. hochauflösende Bilder, eine genaue Produktbeschreibung und eine Kategorisierung.

Als Berater treffen wir in Unternehmen immer wieder auf große Master-Data-Management-Projekte, in denen die grundlegenden Informationen für die Digitalisierung vorab aufbereitet werden. Aus den Data-Management-Projekten entstehen Teilprojekte für ein PIM und CRM.

Integrationsplan

Die Einbettung des CRMs in die vorhandene IT-Infrastruktur wird immer bedeutender. Welche Applikation führt bei den Kundendaten und kooperiert mit den anderen Systemen? Ohne zukunftsorientierte CRM-Strategie verliert man sich schnell in den kleinteiligen Schnittstellenbeschreibungen und das große Ganze aus den Augen.

Welche Kontaktpunkte erwartet der Kunde, wie sieht der dahinterliegende Prozess aus, über welche Systeme läuft jener? Diese mehrschichtige Ansicht ist notwendig, um Strategie, Prozesse und Systeme in Einklang zu bringen.

In der Regel erstellen wir digitale End-to-end-Prozesse, die bei Bedarf über mehrere Systeme laufen. Daraus ergibt sich ein klares Bild der zukünftigen IT-Infrastruktur. Dieses Vorgehen visualisiert, welches System für welchen Prozessschritt am besten geeignet ist.

Digital Natives

Für die Ausrichtung auf die neue digitale Welt brauchen Entscheider auch die Digital Natives. Sie sind mit den Neuen Medien aufgewachsen und bringen den notwendigen Spirit ins Unternehmen.

Empfehlungen zur Technologie

Die Auswahl eines CRM-Systems erfolgt in erster Linie anhand eines funktionalen Anforderungskatalogs. Eine mögliche Longlist kann jedoch verkürzt werden, wenn man hohe technologische Kriterien anwendet.

Cloud

Die Cloud setzt sich durch, denn die neuen Anforderungen verlangen nach Lösungen, die sich dem Web öffnen. Ist der Kunde im Netz unterwegs, sollten sich Systeme von Unternehmen dem Web ebenfalls öffnen. So ist bereits die Website oder der Shop in der Cloud zu Hause.

On-premise-Software ist gegen Cyberattacken stark gesichert und von außen schwer erreichbar. Aber der mobile Mitarbeiter, der Händler sowie natürlich der Kunde brauchen den Zugang zu den neuen Systemen. Deshalb ergibt ein CRM in der Cloud durchaus Sinn.

Web Client

HTML5 ist der aktuellste HTML-Standard. Er wird inzwischen von allen namhaften Browsern unterstützt. Moderne Systemanbieter haben ihre Web Clients komplett auf diesen Standard umgestellt. Mit HTML5 demonstrieren sie hohe technische Vorgaben und erhöhen gleichzeitig die Bedienerfreundlichkeit.

Mobile Client

Der mobile Mitarbeiter braucht eine CRM-App für sein Smartphone oder Tablet. Diese Apps sind für das einfache Touchen und Wischen mit dem Finger ausgelegt. Für das Arbeiten im Flugzeug oder empfangsschwachen Gebieten gibt es einen Offline-Modus, der die Eingaben nachträglich synchronisiert. Die modernen Systeme erlauben es, Anpassungen im CRM automatisch in die App zu übertragen.

Integration

Das CRM-System ist keine Insel mehr, es braucht eine Integration in das ERP und ggf. in weitere Applikationen. Da

Kundendaten in vielen Systemen genutzt werden, empfehlen wir eine leistungsstarke Middleware. Das CRM bedarf einer intelligenten Integration, denn mit einem ERP-Connector, welcher flache TXT-Dateien austauscht werden Unternehmen scheitern.

Es ist legitim, von seinem bevorzugten Systemanbieter ein Integrationsszenario zu fordern. Schnell merkt man, dass einige Anbieter eigentlich nur ihr eigenes System beherrschen.

Ausblicke auf die Zukunft

Die CRM-Trends 2020 zeigen die Herausforderungen der Unternehmen und die technischen Möglichkeiten. Auf den ersten Blick scheinen beide Sichtweisen nicht unbedingt deckungsgleich, doch die Entwicklungen führen in dieselbe Richtung.

Es liegt an den Unternehmen ihre eigenen Anforderungen zu definieren und ein CRM-System zu wählen, das diesen Anforderungen entspricht.

CRM Excellence Beratung

Mit unserer Beratungsmethode CRM Excellence unterstützen wir Unternehmen bei der Definition ihrer Ziele, der Digitalisierung der Prozesse, der Aufnahme der Anforderungen bis hin zur Auswahl des passenden CRM-Systems.

Denken Sie darüber nach, Ihr Kundenbeziehungsmanagement mit einem CRM-System zu unterstützen, dann nutzen Sie die Möglichkeit sich mit einem Experten auszutauschen! Wir freuen uns auf anspruchsvolle Projekte und unterstützen Sie gerne.

"Die Digitalisierung der Geschäftsmodelle"

Die Anbindung der digitalen Touchpoints und die Digitalisierung der kundennahen Prozesse ist bereits ein maßgeblicher Teil unserer Beratung geworden.

In dem Fachbuch "Die Digitalisierung der Geschäftsmodelle" haben wir für unsere Kunden vorausgedacht und 18 Business Cases für ein international agierendes Industrieunternehmen entwickelt.

Die Publikation mit 160 Seiten können Sie unter www.erfolg-mit-crm.de (<https://www.erfolg-mit-crm.de/index.php>) für 159 € online bestellen.

Pressekontakt:

Unternehmensberatung Stephan Bauriedel
Herr Stephan Bauriedel
Eschenallee 20
14050 Berlin

fon ..: +49 30 33772591
web ..: <https://www.erfolg-mit-crm.de>
email : kontakt@erfolg-mit-crm.de

Portrait

Stephan Bauriedel ist Experte für ganzheitliches Kundenmanagement. Gemeinsam mit dem Kunden entwirft er klar definierte und umsetzbare CRM-Strategien - im Einklang mit der Unternehmenskultur. Seine zukunftsorientierten CRM-Konzepte basieren auf den klassischen Unternehmensebenen Strategie, Prozesse, Menschen und IT-Systeme.

Kontakt unter www.erfolg-mit-crm.de.

News-ID: 989698 • Views: 659 (Stand: 17.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/989698/CRM-Trends-2020-das-Kundenmanagement-der-Zukunft.html>