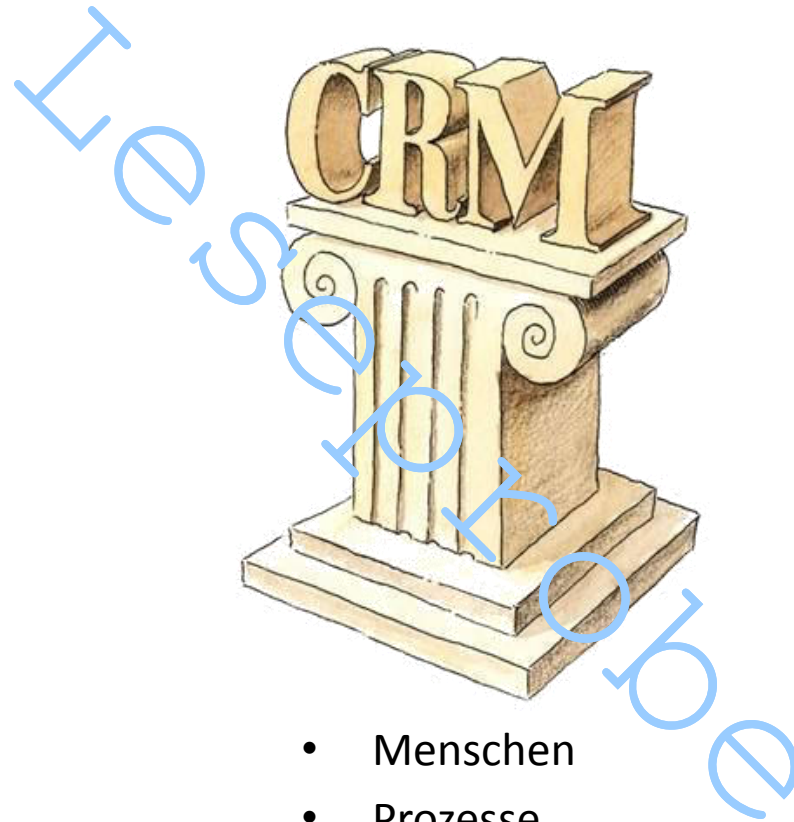


Kundenbeziehungsmanagement mit CRM

- Einleitung
- Was ist CRM?
- Kundenorientierung als Philosophie
- Kundenservice
- Kundenorientierung in der Praxis
- Kundenzufriedenheit
- Unternehmensinternes Qualitätsmanagement
- Aktive Kundenbeziehungen mit CRM
- Tages - Clearing



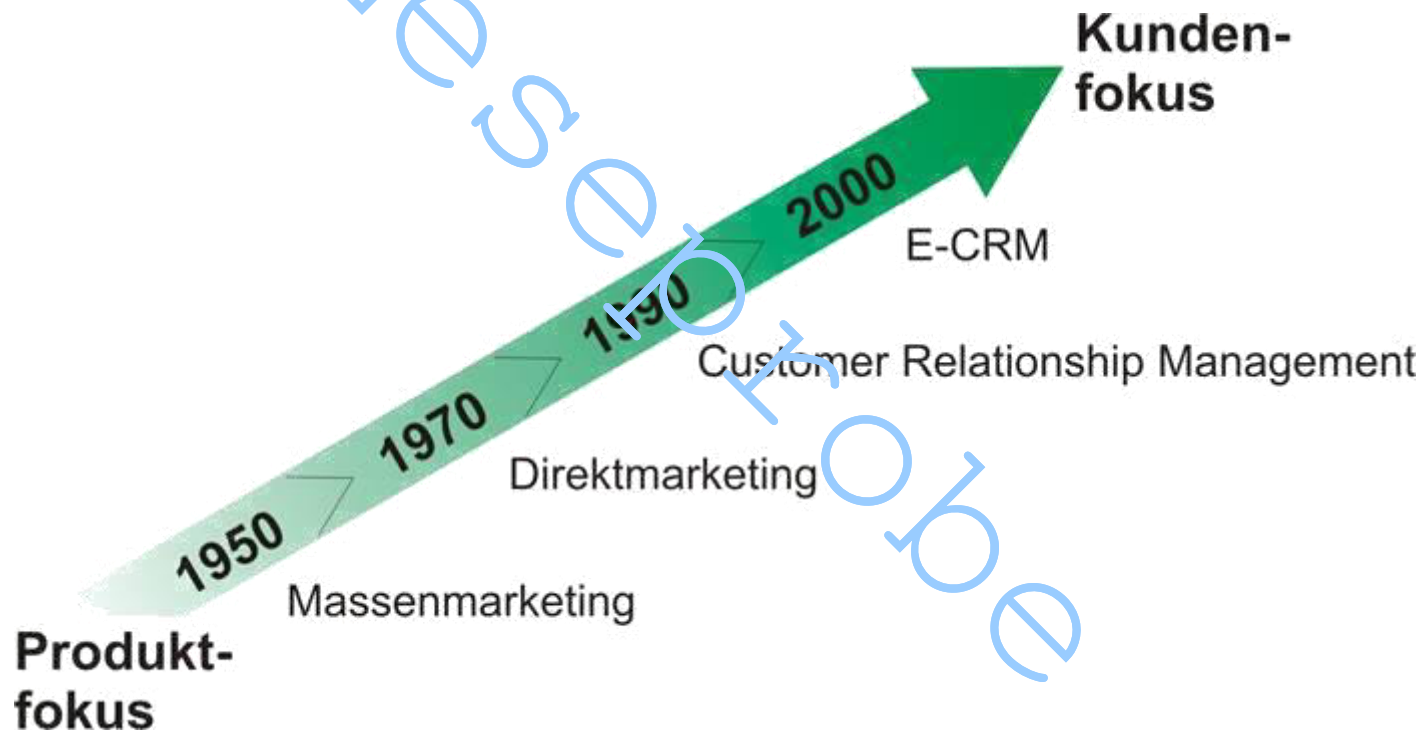
Hauptkomponenten von CRM



- Menschen
- Prozesse
- Technologien



"Es ist fünf bis sechs Mal teurer, einen neuen Kunden zu werben, als einen bestehenden zum Neukauf anzuregen!,,



Mehr Service, bessere Qualität und uneingeschränkte Kundenorientierung!



Ist-Zustand

**"Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt-
und somit immer im Weg!"**

Soll-Zustand:

**Der Kunde steht im Mittelpunkt
der Unternehmensphilosophie!**

Produkte werden nach den Wünschen der Kunden gefertigt!



Ist:

- Lippenbekenntnisse

Soll:

- Respektvoller Umgang
- Bedingungslose Erfüllung der Kundenwünsche



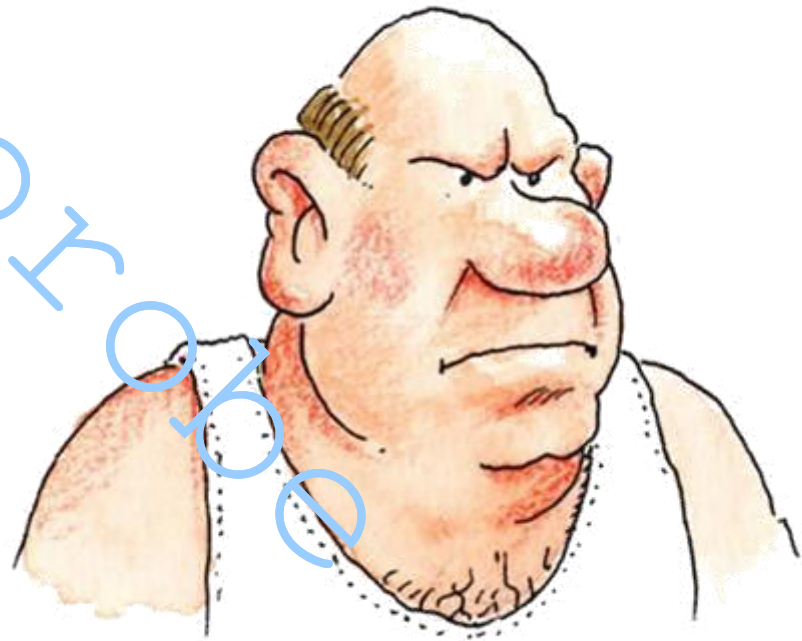
Dienstleistung

„Wenn die Deutschen eine Maschine bedienen sollen, funkeln Ihre Augen, wenn sie Menschen bedienen sollen, sträuben sich ihnen die Haare.“

Günter Rexrodt

Dienstleistung heißt:

Dienen
+
Leisten



- Sinn und Zweck unserer Arbeit
- Gemeinsamen Vorsprung erreichen
- Für gute Leistung bezahlt werden
- Keine Arbeitsunterbrechung!
- Ein Mensch mit Wünschen und Bedürfnissen
- Unser Partner
- Keine kalte Statistik!
- Niemand, mit dem man streitet!
- Gemeinsame Lösung finden
- Beide Parteien gewinnen



Was bringt Kundenorientierung dem Kunden?

$$\text{Kundenzufriedenheit} = \frac{\text{Erbrachte Leistung}}{\text{Subjektive Erwartung}}$$



Echte Kundenbindung entsteht nur durch größtmögliche Kundenzufriedenheit!



Kunden erwarten ...

Die rechtzeitige Absage von unhaltbaren Terminvereinbarungen	99 %
Die sofortige korrekte Ausführung von Kundendienstaufträgen	98 %
eine gute Verständlichkeit von ausgestellten Rechnungen	98 %
Ordnung und Sauberkeit innerhalb der Geschäftsräume	97 %
die Tätigung eines Rückrufs innerhalb von 24 Stunden	94 %
die Antwort auf eine Beschwerde innerhalb einer Woche	94 %
eine freundliche Bedienung zu jeder Tageszeit	92 %
eine individuelle Betreuung in Fachgeschäften	92 %
persönliche Ansprechpartner bei Hotline-Anrufen	83 %
eine großzügige Ruckgaberegulung bei Unzufriedenheit	81 %
eine umfassende Servicebereitschaft seitens des Personals	81 %
eine kundenorientierte Regelung der Öffnungszeiten	67 %
eine Ansprache mit Namen als Stammkunden	52 %
eine zügige Bedienung beim Bezahlen	41 %

