

# Vertriebsmanagement

Modul 5:

Customer Relationship Management

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

LESSERTHOPE



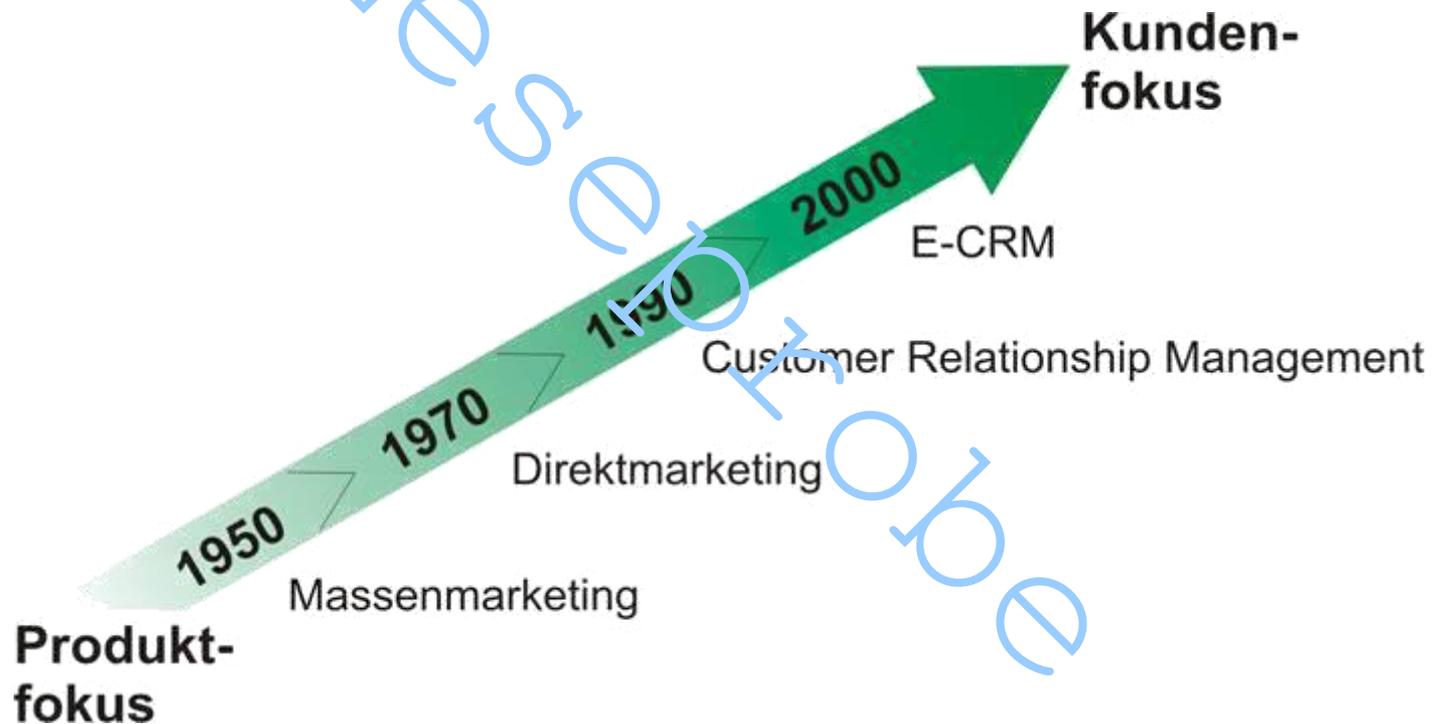
## Hauptkomponenten von CRM



- 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.“*

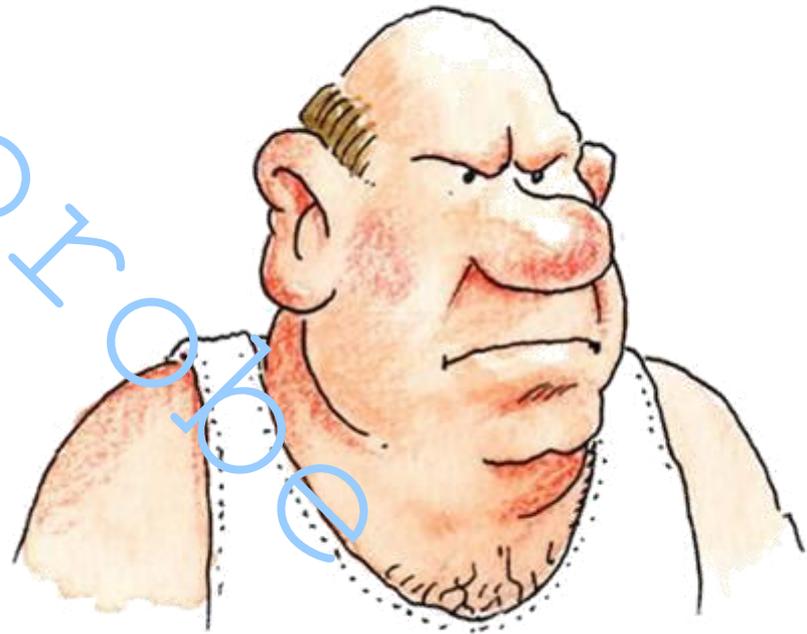
**Günter Rexrodt**

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 Tötigung 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 Rückgaberegulung 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 %

