

# CRM – Customer Relationship Management

## Produktbeschreibung



cui bono – wem zum Vorteil?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sie sind im Management eines Unternehmens tätig und sind nicht zufrieden mit der Gestaltung/Nutzung der Kundenbeziehung bzw. eines bestehendes CRM-Systems</li><li>• Sie wollen ein CRM aufsetzen, und wollen zuerst die Bereiche identifizieren, in denen es wirken soll (Marketing, Customer Care, ...)</li><li>• Sie wollen die CRM Prozesse in Ihrem Unternehmen identifizieren und gestalten</li></ul>
Produktbeschreibung und Vorgangsweise	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse des Business Modells</li><li>• Identifikation der Bedürfnisse für CRM. Als Marketing Tool oder als Customer Care Tool oder beides?</li><li>• Analyse der heutigen Performance , evtl. Einführung von Mess-Systemen</li><li>• Gap-Analyse</li><li>• Festlegung der strategischen Ziele für CRM (Retention, besseres Service, Kundengewinnung, Marketing-Datenbank, Beschwerde-Management Tool etc. ?)</li><li>• Festlegung Ziele des ausgewählten CRM-Prozesses (der Prozesse)</li><li>• Prozess-Redesign (6 Stufen)</li><li>• Festlegung der dazu notwendigen Prozess- bzw. Aufbauorganisation</li><li>• Festlegung des notwendigen Informationsmanagements, Definition der Information Maps</li><li>• Anforderungen an die IT Applikation</li><li>• Eventuell Begleitung bei der Implementierung/Einführung</li></ul>
Sense of Urgency – warum (jetzt)?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sie haben schlechte Werte bei Kundenloyalität und Kundenzufriedenheit</li><li>• Daher erreichen Sie Ihre Kunden-Retention-Raten nicht</li><li>• Sie haben zu hohe Kosten bei der Akquisition neuer Kunden</li><li>• Sie haben eine schlechte Performance im Gewährleistungs- und Beschwerde-Management</li></ul>
Ein Bild der Zukunft – was damit erreichbar ist	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kundenloyalität ist das wichtigste Maß (viel wichtiger als Kundenzufriedenheit) und muss hart erarbeitet werden</li></ul>
Warum mit NUTs? Was unterscheidet NUTs von anderen Beratern?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wir berücksichtigen neueste, beste, aktuellste Erkenntnisse und können diese in den Unternehmenskontext integrieren</li><li>• Unsere BeraterInnen haben höchste persönliche und fachliche Kompetenzen: In diesem Bereich ist es essentiell, über hohes Business-Verständnis, geschäftlichen Überblick über verschiedene Branchen und Business-Modelle zu haben, und auf neuestem methodischen Stand zu sein – und die nötige Erfahrung zu haben</li><li>• Wir haben in servicesensiblen Unternehmen großer Dimension diese Projekte bereits realisiert</li></ul>

# CRM – Customer Relationship Management

## Produktbeschreibung



NUTs – Netzwerk Unternehmens-Transformationen

[www.n-u-t-s.com](http://www.n-u-t-s.com)

Was muss das Unternehmen beitragen?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Offenheit in der Analyse</li><li>• Schonungslose Transparenz, vor allem sich selbst gegenüber: „See reality as it is and not as you wish it were!“</li><li>• Liebe und Begeisterung zum Kunden</li><li>• Konsequenz bei der Umsetzung</li></ul>
Referenzen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poste Italiane</li><li>• Ferrovie dello Stato Beschwerdemanagement</li><li>• Fischer Ski</li><li>• Krauss Maffei Kunststofftechnik</li></ul>

Weitere Informationen auf [www.n-u-t-s.com](http://www.n-u-t-s.com)