

# CRM-Softwareauswahl

Neutrale Beratung für  
eine erfolgreiche Auswahl und Einführung

# Inhalt

- Rahmenbedingungen und Ziele
- Generelle Fragestellungen
- Grundsätzliche Vorgehensweise
- Software-Vorstellung und -bewertung
- Softwarebeurteilung
- ROI-Kalkulation
- Beispiele/Referenzen

# Rahmenbedingungen und Ziele

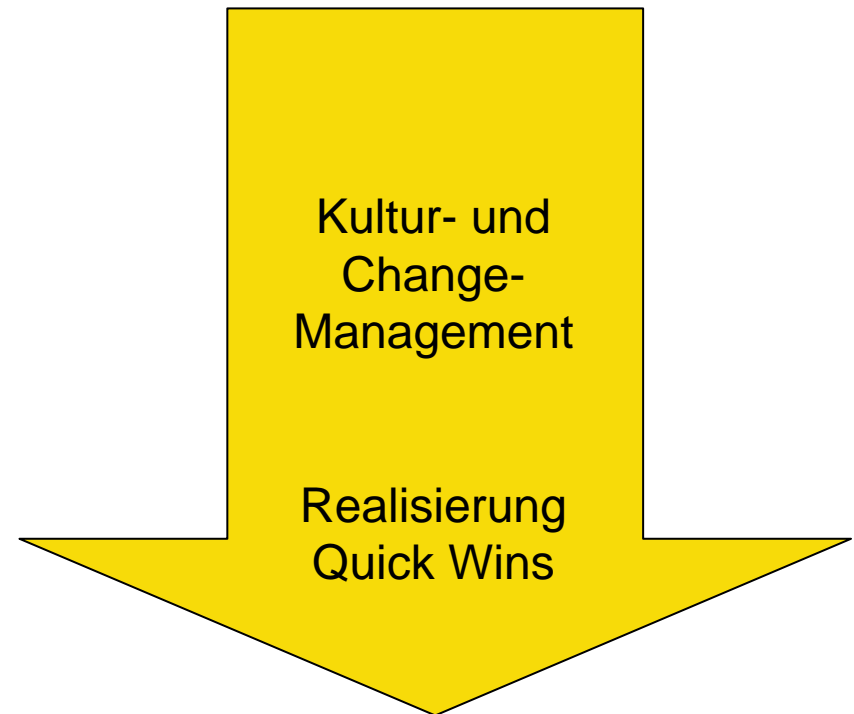
- Die Software muss zum Unternehmen passen und nicht umgekehrt
- Der Anwender sollte die wichtigen Entscheidungen treffen
- Abstimmung mit der Firmen- und IT-Strategie
- Die Software soll Prozesse unterstützen, erleichtern und sicher stellen
- Alle Informationen über die Interessenten bzw. Kunden sind verfügbar
- Gleicher Wissensstand für alle über Interessenten und Kunden
- Veränderungen annehmen und im Unternehmen kommunizieren

# Generelle Fragestellungen

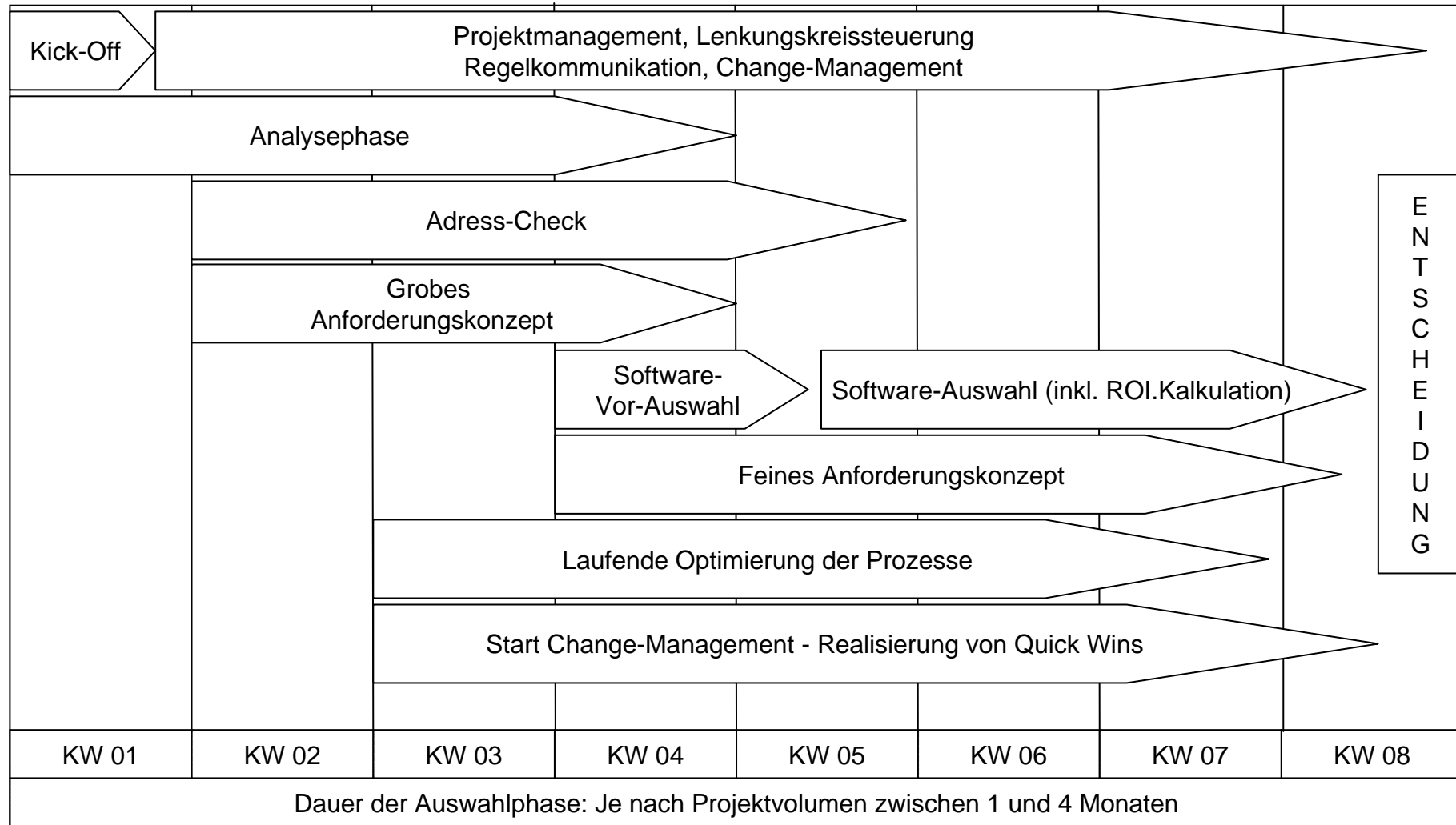
- Existiert schon eine CRM-Strategie?
- Wer ist Treiber des Themas? Vertrieb, Marketing, IT?
- Wie viele User arbeiten in der Endausbaustufe damit?
- selber programmieren oder programmieren lassen
- ASP/SaaS-Lösung oder fest installiert
- mieten oder kaufen
- Open Source oder proprietäre Software
- Nationale oder internationale Zugriffslösung
- Mobile Lösungen mit Online-Zugriff oder Synchronisation
- Datenschutz und Datensicherheit
- Etc.

# Grundsätzliche Vorgehensweise

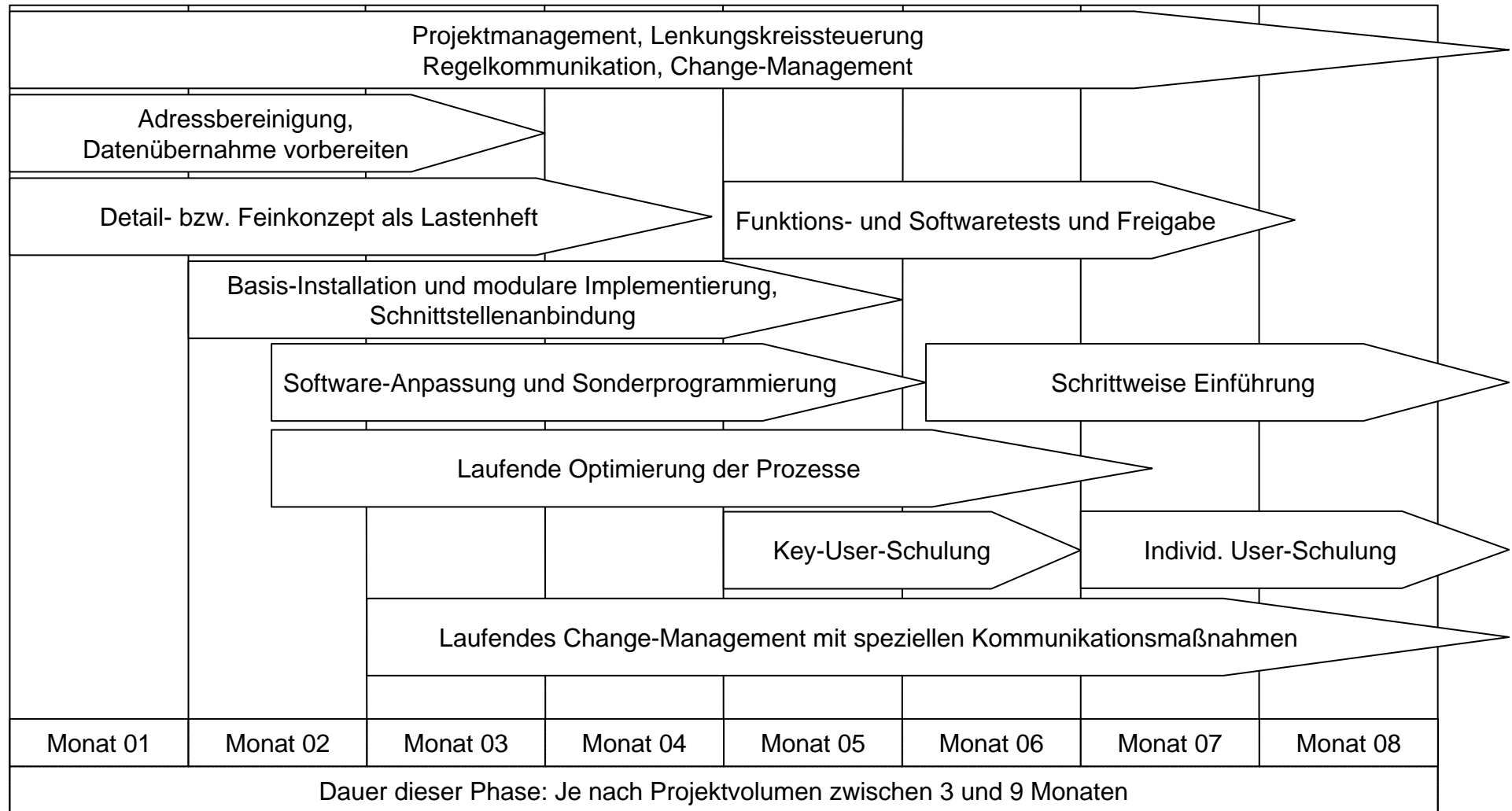
- Projektstart
- Analysephase
- Anforderungskonzept
- Software-Vor-Auswahl
- Feinkonzeption Lastenheft
- Finale Software-Auswahl
- Entscheidung
- Einführungsphase



# Grundsätzliche Vorgehensweise: Auswahl



# Grundsätzliche Vorgehensweise: Einführung



# Weitere Aufgaben, die zu erledigen sind

- Adress- und Datenmodell
- Prozesse dokumentieren
- Funktionsbeschreibungen und -anforderungen
- Lastenheft-Erstellung als Basis für das Pflichtenheft

# Softwareauswahl und - beurteilung

# Vorstellung und Bewertung (1)

- Vorauswahl von 6 – 10 Produkten
- Analyse der vorab ausgewählten Produkte
- Kurzpräsentation der Vorauswahl
- Bewertung der vorab ausgewählten Produkte
- Reduzierung auf 3 – 5 Produkte für die Live-Präsentation

# Vorstellung und Bewertung (2)

- Auf Basis der Kriterien werden die einzelnen Produkte evaluiert:
  1. Adress- und Datenmodell
  2. Adress-Pflege
  3. Kommunikations- und Kaufhistorie
  4. Selektion
  5. Kampagnenmanagement und Lead-Verwaltung
  6. Prozess-Unterstützung
  7. Formular- und Dokumentenverwaltung
  8. Controlling, Analyse und Reporting
  9. Schnittstellen zu z.B. ERP, Groupware, DMS, E-Mail etc.
  10. Rechte- und Verwaltungs-Funktionen
  11. Etc.

# Vorstellung und Bewertung (3)

- Briefing der ausgewählten Anbieter
- Vorstellungstermin mit anschließender Bewertung durch das Projektteam
  - ca. 3 h bis 4 h Zeit je Anbieter
- Nachbereitung und Detailfragen klären
- Anbieter kalkuliert offene Punkte nach S, M, L, XL, XXL-Kosten-Dimensionen

# Vorstellung und Bewertung (4)

- Bewertung anhand einer Checkliste
- Kalkulation der Zusatzanforderungen durch die Anbieter
- Abschließende Priorisierung und Bewertung
- Evtl. zweiter Workshop mit dem heißen Kandidaten
- ROI-Kalkulation (siehe nächstes Chart)
- Vertragsverhandlungen
- Entscheidungsvorlage und Entscheidung

# ROI-Kalkulation

Über eine definierte Periode

- Kosten und Investitionen
- Kern-Vorteile und -Nutzen sowie Ertrag/Umsatz
  - Qualitativer Nutzen
  - Quantitativer Nutzen

# CRM-Software- Entscheidung

# Finale

- Auf dieser Basis kann eine CRM-Software-Entscheidung getroffen werden

# Finale

Mit einer Software können Sie keine Beziehungen zu Kunden aufbauen oder Ihr Unternehmen steuern.

Sie unterstützt Sie als ein Instrument  
bei der  
erfolgreichen Umsetzung  
Ihrer Unternehmens-Strategie.

# Beispiele und Referenzen

# Referenzen aus Handel, Dienstleistung, Verlag und Industrie

 **Augsburger Allgemeine**

**HANS BECKER** GMBH  
*better for you*

 Oldenbourg Verlagsgruppe

**HAUFE.** **LEXWARE**

**DR. SCHELLER** // COSMETICS AG

 **MULTIVAC**


 **Fraunhofer**

**FESTOOL**



**DOW JONES**

**ASPECTA**  
SPIRIT AND SOLUTIONS

 **VNR Verlag**  
für die Deutsche  
Wirtschaft AG

**DocMorris**  
Meine **neue** Apotheke

**DDV** Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.

 **TÜV Rheinland**<sup>®</sup>  
Genau. Richtig.



**Ensinger** 

**HDI**  
**GERLING**



**WMF**

# Kontakt:

**Georg Blum**

Inhaber

[info@1A-Relations.com](mailto:info@1A-Relations.com)

1 A Relations  
Martinstr. 52  
D-73061 Ebersbach

Telefon: +49/7163/53 63-10  
[www.CRM-Softwareauswahl.de](http://www.CRM-Softwareauswahl.de)