



E-Interview mit Edgar Reh und Stephan Bauriedel: Unterstützung bei der Einführung von CRM-Systemen in mittelständischen Industrieunternehmen

**Titel des Interviews:**

Unterstützung bei der Einführung von CRM-Systemen in mittelständischen Industrieunternehmen

**Name:**

Edgar Reh und Stephan Bauriedel

Über die Interviewpartner:

Edgar Reh ist Leiter der Weiterbildung zum CRM-Manager

Stephan Bauriedel ist Unternehmensberater für CRM

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

im Rahmen unserer Competence Site möchten wir Kompetenzträger aus Forschung und Unternehmen vorstellen. Kooperieren setzt Kennen voraus und so sollen diese Interviews nicht nur Erfahrungen transferieren, sondern auch dazu beitragen, organisationsübergreifend mögliche Berührungspunkte für eine Zusammenarbeit zu identifizieren.

Heute berichten Herr Reh und Herr Bauriedel, über ihr aktuelles Projekt, die Veranstaltung „CRM Kompetenztage für die Industrie“, die am 26. Mai und am 23. Juni 2009 je einen Tag lang Starthilfe für die Einführung von CRM-Systemen in Industrieunternehmen leistet. Im Interview gehen die Experten auf die Herausforderungen ein, denen sich Industrieunternehmen zur Zeit gegenüber sehen und berichten, was die Teilnehmer konkret von der Veranstaltung erwarten können.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

NetSkill-Team



Sehr geehrter Herr Reh, sehr geehrter Herr Bauriedel,

Frage 1:

Sie veranstalten gemeinsam die CRM-Kompetenztage für die Industrie, an dem Sie einen Tag lang Starthilfe für die Einführung von CRM-Systemen in Industrieunternehmen geben. Worin liegen Ihrer Meinung nach vor allem in dieser Branche die größten Chancen und der größte Nutzen?

Edgar Reh:

Die Branche ist extrem erfolgreich, viele Firmen sind sehr schnell gewachsen und haben sich auf die Produktinnovationen fokussiert, und viele Mittelständler mussten innerhalb kürzester Zeit weltweit präsent sein. Das haben sie hervorragend gemeistert und Deutschland zum Exportweltmeister gemacht. Sie sollten jetzt ihre Erfolge absichern und ihre Schlagkraft in der Kundenbetreuung erhöhen. Die aktuelle wirtschaftliche Lage bietet die Chance, etwas Luft zu holen, um sich besser zu organisieren. Die meisten Firmen haben einen Web-Auftritt, die Kommunikation per Outlook und das Rechnungswesen schlagkräftiger gestaltet, verkaufen aber durch Mund-zu-Mund-Marketing, selbst führende Beratungshäuser in der Branche haben nur eine Adressenverwaltung, die meist nur aus den ERP-Daten besteht.

Stephan Bauriedel:

In unseren Gesprächen mit Industrieunternehmen hat sich gezeigt, dass viele unserer Ansprechpartner deckungsgleiche Vorstellungen von CRM haben. Sie möchten einen kontinuierlichen Kundenkontakt aufbauen, die interne und externe Kommunikation verbessern, ihre Mitarbeiter von Routine und Verwaltung entlasten, und ein ganz großes Thema ist Effizienz. Doch in vielen dieser Unternehmen ist der Kunde bisher nur als Debitor oder Lieferadresse bekannt, alle weiteren Kundeninformationen stecken in den Köpfen oder sind anderweitig verteilt. Wenn wir uns die Herausforderungen der Branche ansehen, sehen wir ebenfalls Notwendigkeiten in den internationalen Vertriebs- und Marketingaktivitäten und im Service.

**Frage 2:**

Was sind Erfolgsfaktoren einer CRM Einführung? Warum ist ein funktionierendes CRM-System gerade jetzt essentiell für ein erfolgreiches Wirtschaften?

Edgar Reh:

CRM ist eine Strategie, die das Wissen vom Markt und den Interessenten konzentriert, um gezielte, direkte Angebote gemäß der eigenen Leistungsstärken zu erstellen, sie direkt und aktuell zu kommunizieren, und alle Chancen nach realistisch zu qualifizieren. Gleichzeitig kann ein Unternehmen mit CRM die eigenen Stärken und Schwächen kennen lernen und entsprechend agieren. Die Chancen zu qualifizieren bedeutet, sich nicht in vielen aussichtslosen Projekten zu verschleißen, sondern sich auf aussichtsreiche Projekte zu konzentrieren, um mit echten Alleinstellungen die Kunden zu überzeugen. Also mehr Konzentration auf die wesentlichen Kunden bedeutet mit gleichem Aufwand mehr und ertragreicheren Umsatz zu erreichen.

Stephan Bauriedel:

Die Ziele von CRM sind rentable und langfristige Kundenbeziehungen. Hierfür ist es notwendig, den Kunden, seine Wege und seine Motivation zu kennen. In unserer Beratung gestalten wir mit den Unternehmen eine CRM Landkarte mit der perfekten Kundenbeziehung. CRM braucht ein klares Ziel, um das Projekt danach ausrichten zu können. Die Vorarbeit und Planung ist der entscheidende Faktor bei jedem CRM Projekt. Wer sein Projekt mit der Software beginnt, wird die Ziele von CRM - rentable und langfristige Kundenbeziehungen - nur schwerlich erreichen.

**Frage 3:**

An wen richtet sich die Veranstaltung, die am 26.Mai 2009 und 23. Juni 2009 stattfindet? Was sind die Highlights der Veranstaltung und was können Teilnehmer konkret erwarten?

Edgar Reh

Wir richten uns an den Mittelstand und bieten wirkliche Handlungskonzepte. Wir reden nicht "darüber und drumherum", sondern gehen dahin, wo die Projekte Weh tun: Wir beleuchten realistische CRM-Ziele und die Projektplanung dafür, die Prozessanalyse wird vorgestellt, CRM benutzende Kunden berichten über ihre Erfolge und Strategien, und dann werden führende CRM Softwaresysteme vorgestellt und müssen sich beweisen.

Stephan Bauriedel

Das Highlight wird die Geschichte über eine typische Kundenbeziehung in einem Industrieunternehmen sein. Wir beginnen im Marketing und versenden ein Mailing über ein neues Produkt, der Kunde meldet sich, es kommt zu einem Termin, es ergibt sich ein Verkaufschance, ein Angebot wird erstellt. Nachdem dem Kunden die Ware geliefert wurde, gibt es Reklamation mit einer kostenlosen Ersatzteillieferung. Wir zeigen, wie mit einer guten Planung namhafte CRM Systeme Kundenbeziehungen nachhaltig unterstützen.

[Erfahren Sie mehr zu den „CRM Kompetenztagen für die Industrie“ und melden Sie sich für einen der beiden Termine an:](#)

26. Mai 2009 in Frankfurt

23. Juni 2009 in Stuttgart



Frage 4:

Was erwarten Sie von dem Kompetenz-Netzwerk der Competence Site? Über welche Themen, Organisationen, Kompetenzträger möchten Sie mehr erfahren? Welche drei bis fünf Ihnen bekannte Kompetenzträger würden Sie für unsere Initiative „Experten vorgestellt“ empfehlen? Wo wünschen Sie sich einen Austausch mit Kompetenzträgern anderer Organisationen in Forschung und Praxis? Wo sehen Sie Berührungspunkte für gemeinsame Projekte oder andere Aktivitäten mit anderen Organisationen?

Antwort

Zeilenumbrüche hier immer mit SHIFT + Enter, also so:

Vielen Dank für das Interview!