

Customer Relationship Management

Hochschule für Technik Brugg-Windisch
20. April 2007



tombuser.ch

“Die Gesellschaft für Konsumforschung hat in einer Studie herausgefunden, dass Konsumenten am liebsten von Menschen bedient werden, die aber möglichst so schnell wie ein Computer sind. Gleichzeitig möchte er sich persönlich behandelt fühlen, der Verkäufer sollte aber am besten nichts über ihn wissen.”



„Habe mein Auto mit 0% Leasing gekauft.“

„Habe gestern ein neues Handy bei Orange für 20 Franken gekauft.“

„Ich habe mein Bankkonto online bei Ameritrade eröffnet.“

“Die neue CD von Prince hab ich mir im Web geholt.“

„Mein Nachtessen hol ich mir um 21 Uhr bei der Esso-Tankstelle.“



„Weltweit werden 75 Mio Autos produziert und davon nur rund 50 Mio Stück nachgefragt.“

Michael Hammer

„In der gesamten Bankenlandschaft der Schweiz und dem Rest Europas gibt es Überkapazitäten von 25 bis 30 Prozent.“ Oswald Grübel in Moneycab.ch



tombuser.ch

„...Inzwischen wechselt jährlich rund ein Viertel der Kunden ihren Telekomanbieter, bei Versicherungen ist es ein Drittel. Beim Autokauf bleibt nur jeder Zweite seiner Marke über längere Zeit treu.“

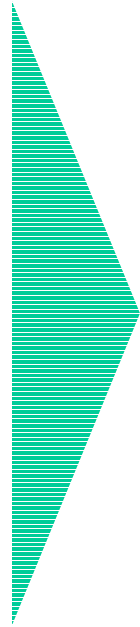


Dematerialisierung

Beschleunigung

Globalisierung

Dezentralisierung



Informations- und
Technologiewettbewerb

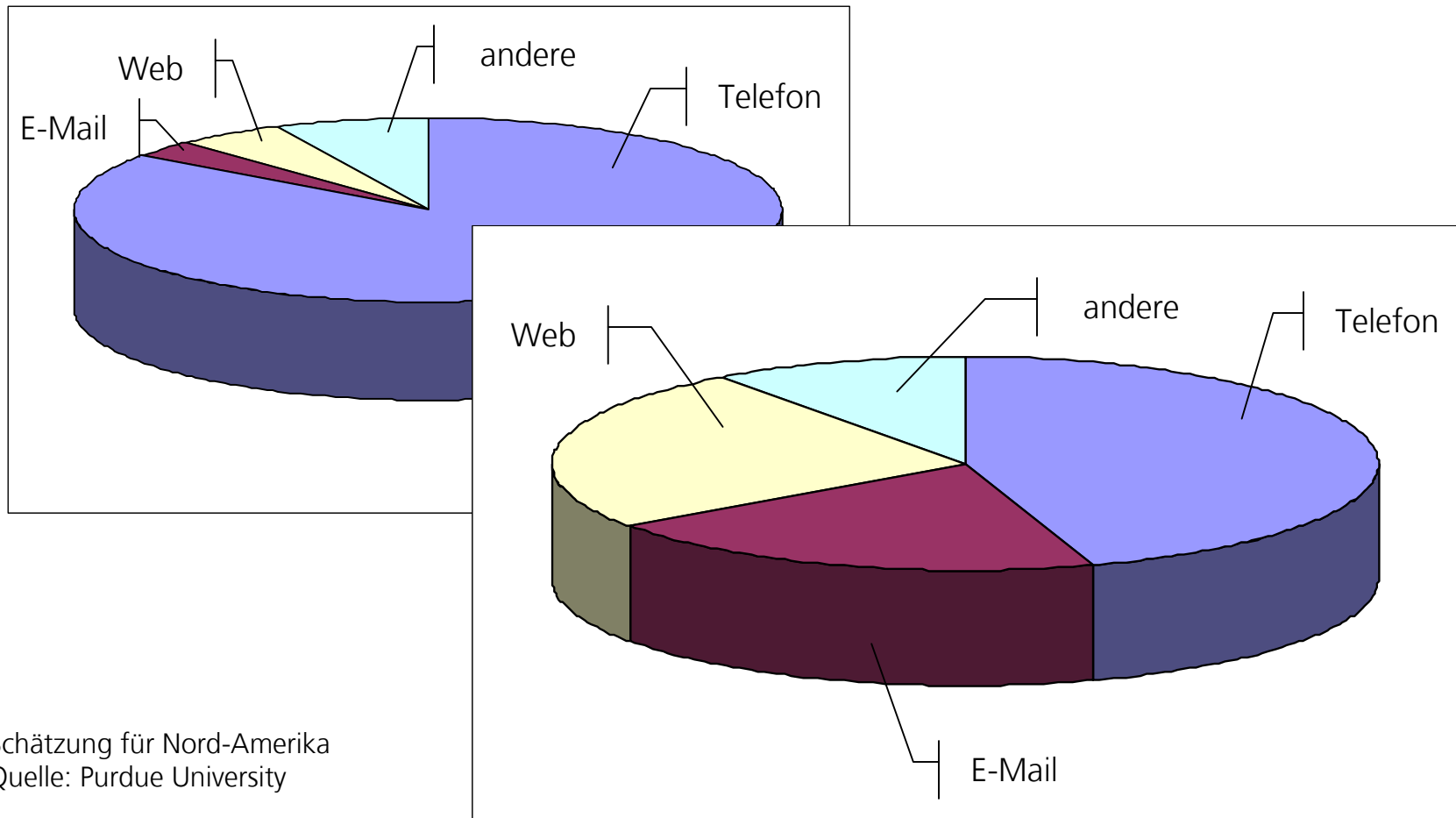
free, now and perfect

globale Märkte

- ▶ **Der nachfragemächtige Kunde**
- ▶ **Mangelnde Produktdifferenzierung**
- ▶ **Globale Konkurrenz**

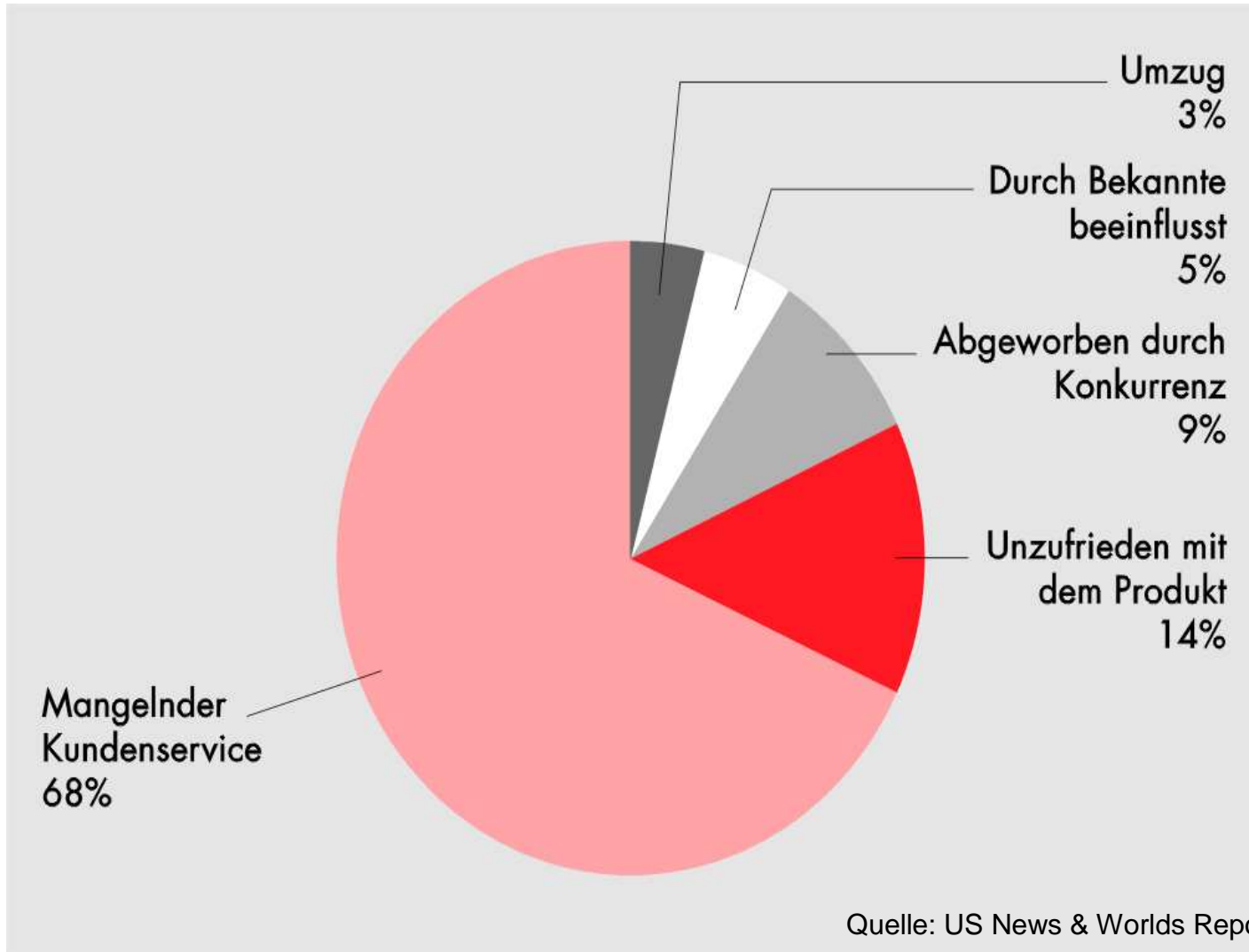


Entwicklung in Call Centern 1998 - 2006



Schätzung für Nord-Amerika
Quelle: Purdue University







tombuser.ch

Erfolgsfaktoren im Service

- ▶ Erreichbarkeit
- ▶ Zuverlässigkeit
- ▶ Freundlichkeit
- ▶ Kompetenz



Kernaussagen

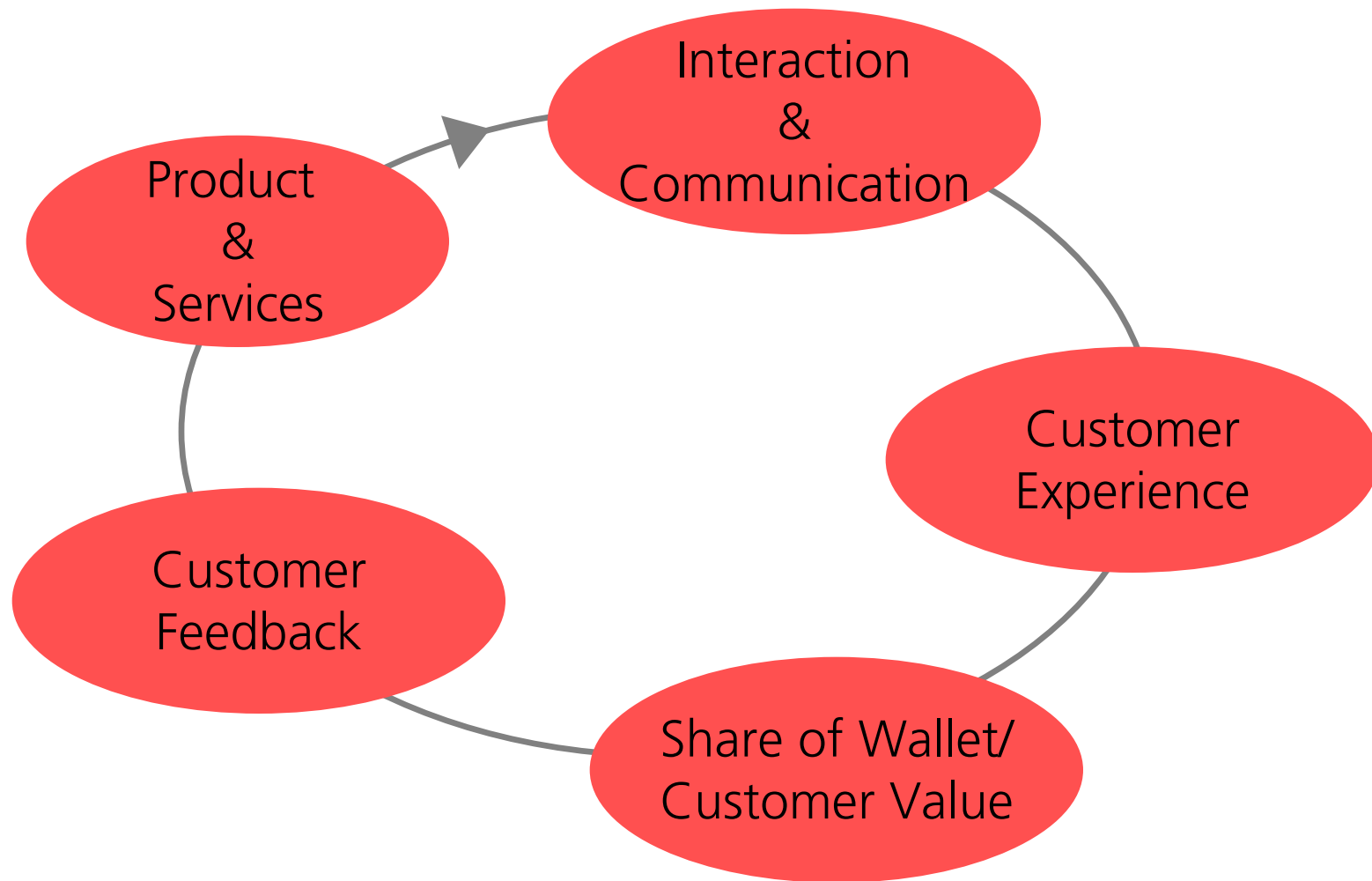
- ▶ Der Kunde hat die Macht
- ▶ Technologie befähigt Kunden & Unternehmen
- ▶ Der Markt funktioniert global
- ▶ Produktdifferenzierung über Dienstleistung
- ▶ Globalisierung & Technologie beschleunigen die Märkte



Worum gehts im CRM?



tombuser.ch



Customer Experience



Customer Experience über integrierte Geschäftsmodelle

Integration von Produkt & Service
„Vom Kaffee bis zur Kanne“



Branding: Positionierung als
Premium-Marke „Unsere Boutique...“

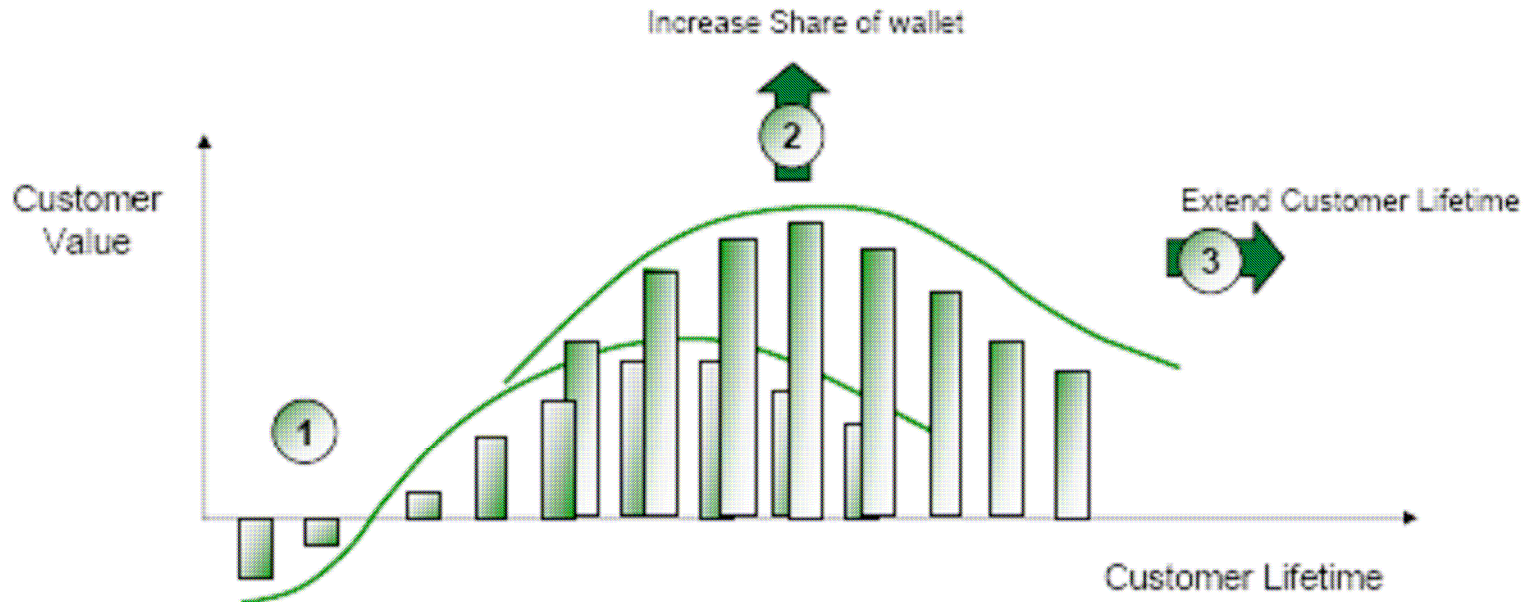
Kundenmanagement: Part of the Nespresso-Family
Proaktivität bei Service & Offering

Diversifizierte Distribution: Boutique, Online, Fachgeschäft

Promotion: Inszenierte Raritäten in neuen Geschmacksrichtungen



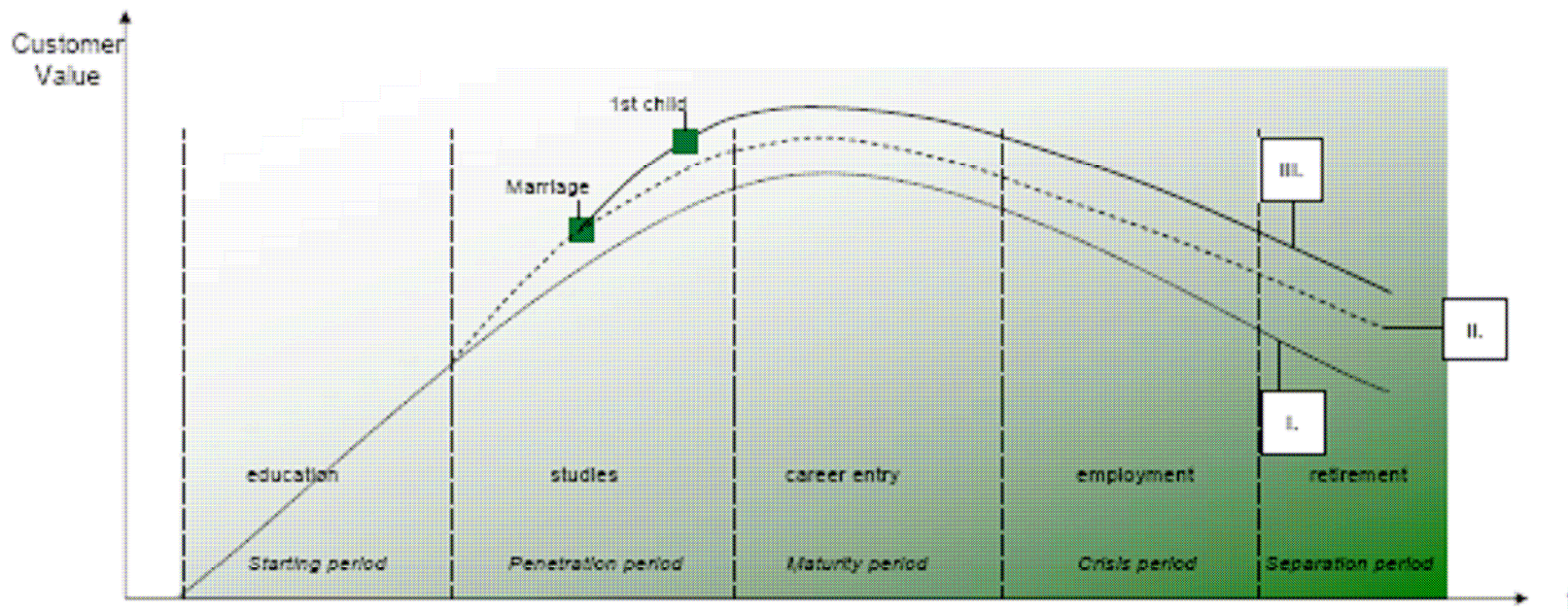
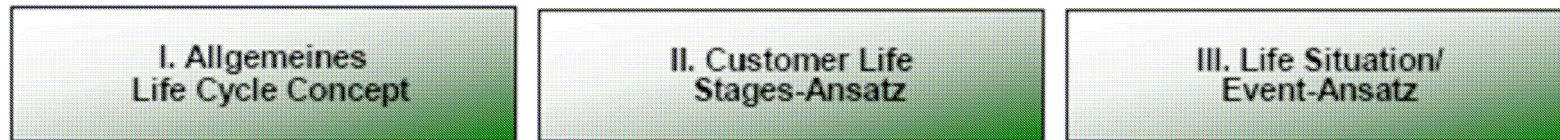
Maximierung des Kundenwerts als Ziel



- 1 Identifikation der „richtigen“ Kunden, Verstärkung der Kundenbeziehung
- 2 Erhöhung des „share of wallet“ (cross- und up-selling)
- 3 Verlängerung des Kunden-Lebenszyklus durch verstärkte Kundenbindung

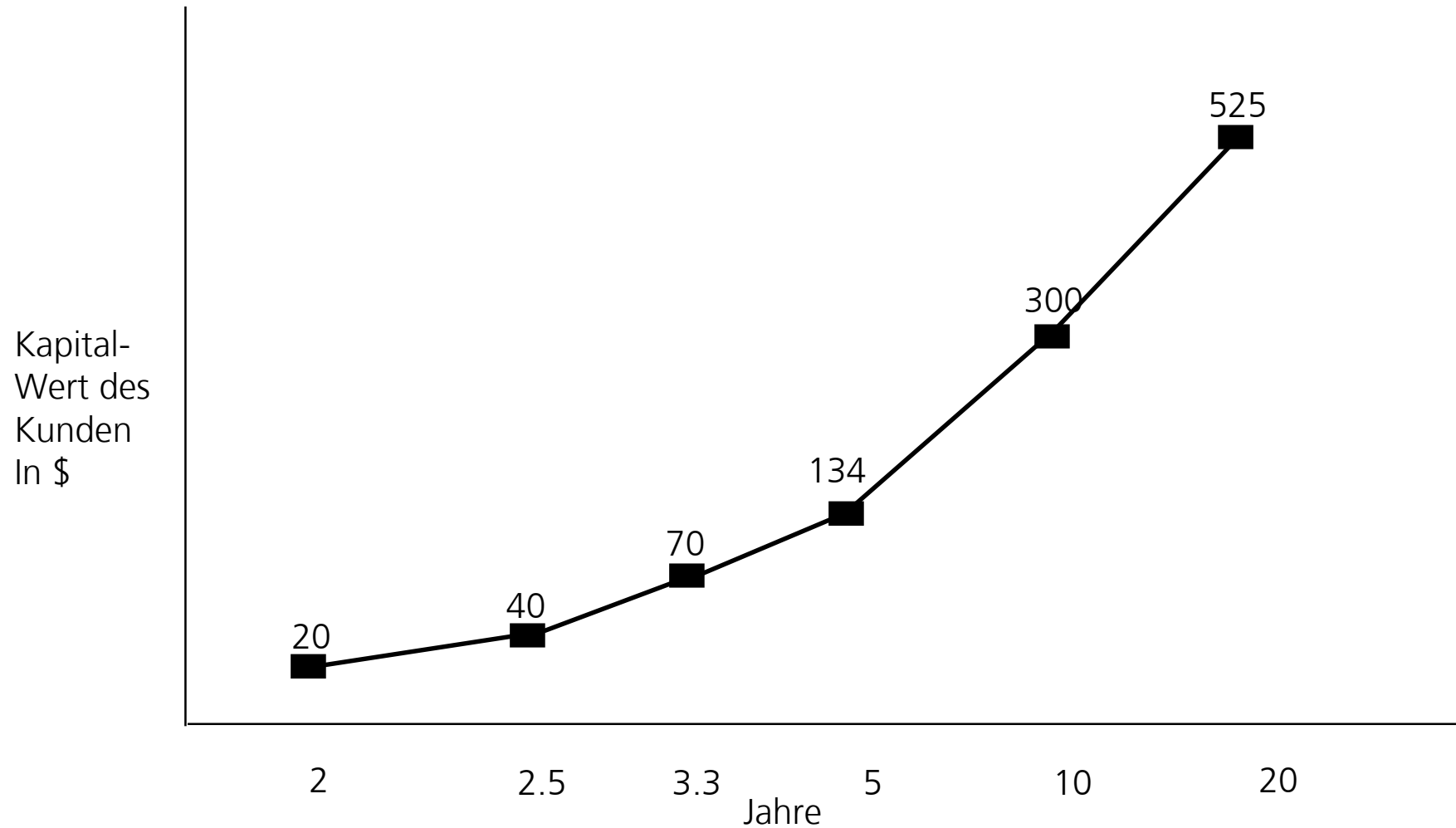


Die Kür – Differenzierung der Beziehung



Profitable Kundenbindung

Beispiel Kreditkarten



Was sagen die Gurus Philip Kotler und Michael Hammer dazu?

„Werde radikal kundenorientiert – oder stirb!“

„Gib dem Kunden, was er wirklich will!“

„Optimiere die Unternehmensprozesse – permanent“

„Vergiss Vertriebskanäle, schaffe Vertriebskooperationen“

„Mass-Marketing wird customized-Marketing“

„Vom Marktanteil- zum Kundenanteilgewinn“

„Von der Kundenakquisition zur Kundenbindung“

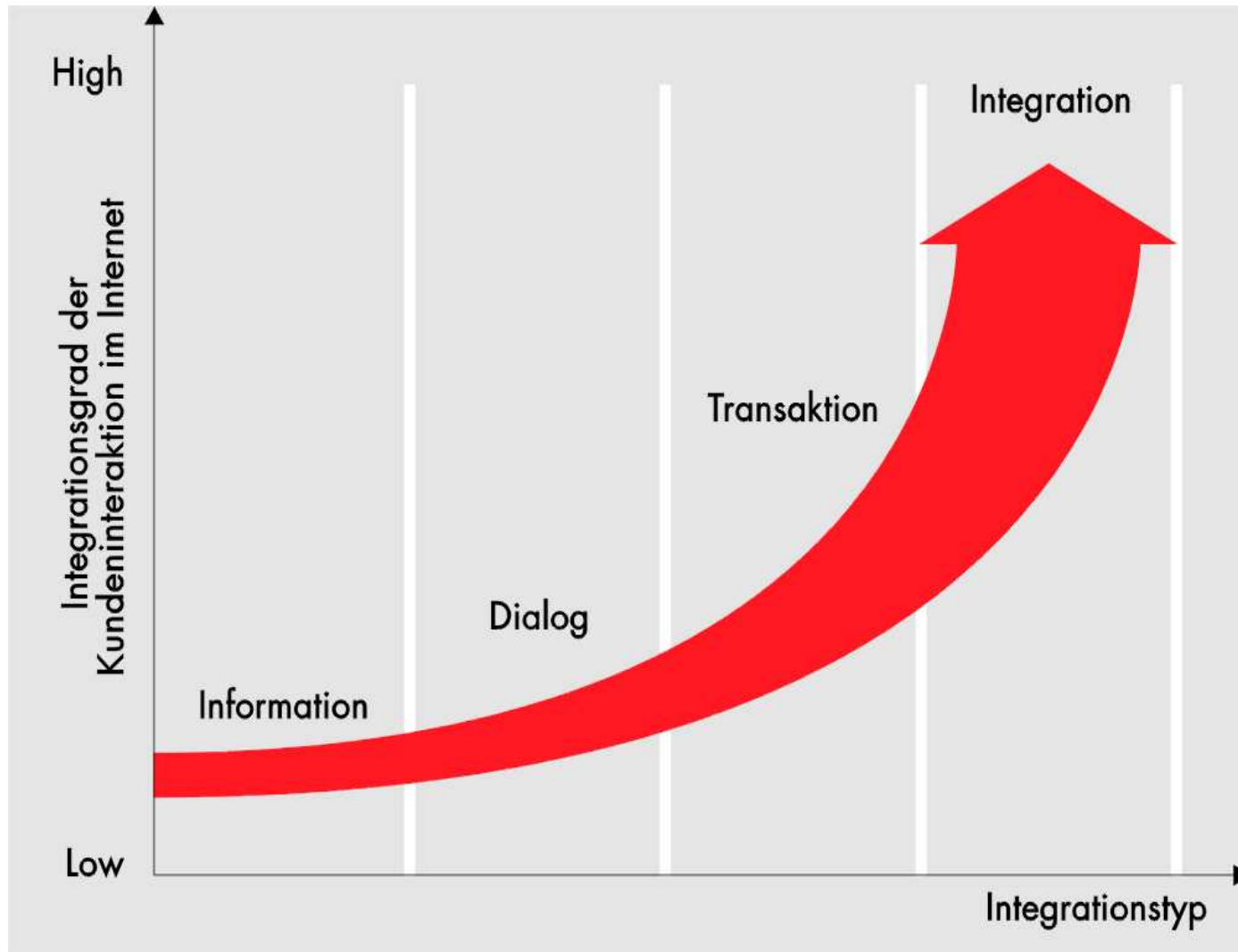
„Marketing-Monolog wird Kundendialog“



Schauen wir mal ins Web...



tombuser.ch



Volvo Automobile Schweiz - de.volvocars.ch - Mozilla Firefox


Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://de.volvocars.ch/ Google

Aktuelle Nachrichten Tom Buser's Blog | M... Tom Buser openPR.de - Das off... Welcome to YukonDa... Pandora Internet Ra... Home | Games for PC...


Car Configurator | Newsletter | Events | Presse | Leasingrechner

VOLVO MODELLE ▾ VOLVO SERVICE ▾ MARKE ▾

Vertretersuche
Stadt: SUCHEN 


Der neue Volvo C30

So schön kann Sicherheit sein.




[VOLVO C30 KONFIGURIEREN](#) ▶ [PROBEFAHRT VEREINBAREN](#) ▶ [VOLVO C30 ERLEBEN](#) ▶

S40 S60 S80 V50 V70 XC70 XC90 C30 C70 | [Showroom](#) [Modellvergleich](#) [Car Configurator](#)



Der neue Volvo V70
So schön kann das Leben sein.



Frühling macht aktiv.
Volvo Original Zubehör und Service.

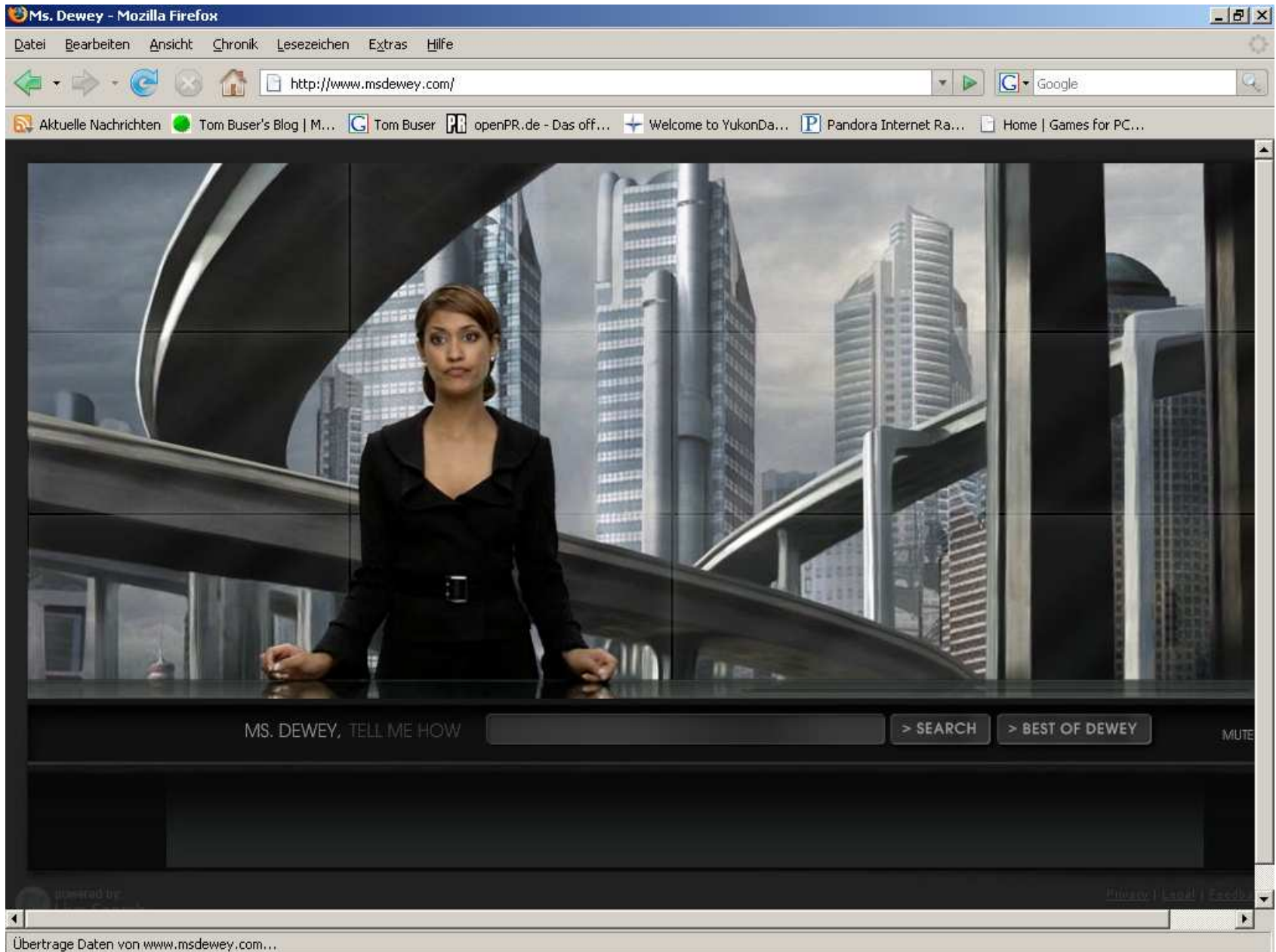
- Der neue Volvo S80
- Der neue Volvo XC90 Sport
- Volvo FlexiFuel
- Die Volvo Sondermodelle Stockholm

Home | Unternehmen | Kontakt | Datenschutz & Impressum | Copyright | Seitenübersicht | Global Home

Fertig



tombuser.ch



tombuser.ch

3+1 Aktion - 4 Hemden kaufen, nur 3 bezahlen seit 01.03.2007 wieder aktiv - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://www.olympemd.de/newsticker.php?news_id=96&gclid=CPaDnrv_qIsCFSKRXgodt261dg

Aktuelle Nachrichten Tom Buser's Blog | M... Tom Buser openPR.de - Das off... Welcome to YukonDa... Pandora Internet Ra... Home | Games for PC...


OLYMP store.de

[Start](#) » [OLYMP Hemden und Krawatten](#)
[Mein Olymp Konto](#) | [Warenkorb](#) | [Kasse](#)

Sie haben bisher noch keine Produkte in Ihrem Warenkorb

3+1 Aktion - 4 Hemden kaufen, nur 3 bezahlen seit 01.03.2007 wieder aktiv

Schnellsuche



Bitte verwenden Sie Schlüsselwörter, um eine **Information** über den OLYMP Shop oder ein **Produkt** zu finden.

Erweiterte Suche

Newsticker

3+1 Aktion - 4 Hemden kaufen, nur 3 bezahlen seit 01.03.2007 wieder aktiv

Donnerstag, 01. März 2007 08:25

Der Betreff sagt schon alles und warum viele Worte für so ein tolles Angebot verschwenden?

Sie bekommen tatsächlich 4 Hemden und bezahlen nur 3 davon. Die Vorgehensweise ist einfach, denn Sie legen sich 4 Hemden Ihrer Wahl in den Warenkorb des online Shops, wählen als Promotion die 3+1 Aktion (Promotionseite kommt während des Bestellvorganges) und bestellen wie gehabt.

Wir werden Ihnen innerhalb Ihres Bestellvorganges sofort ein (1) Hemd auf 0,00 EUR stellen.

Selbstverständlich soll dies ein faires Angebot darstellen, weswegen wir das **teuerste** Hemd Ihrer Bestellung auf 0,00 EUR stellen. :-)))

Sie können gerne auch 6+2 oder 9+3 oder 12+4 usw. bestellen - das Bestellsystem wird in jedem Fall, innerhalb des Aktionszeitraums, die jeweilig teuersten Hemden aus diesen Bestellungen ebenfalls auf 0,00 EUR stellen.

Login

eMail Adresse:

Passwort:

ANMELDEN

[Neu anmelden](#)

[Passwort vergessen](#)

Kategorien

Gesamtübersicht:


- **OLYMP Hemden**
- **Olymp Krawatten**

- **Maßtabelle**
- **Neu und aktuell**

- **Herbst/Winter 2006** ->
- **Frühjahr/Sommer 2007** ->

- OLYMP Kollektionen ->
- Armlängen ->
- Farbtöne ->
- Kragenformen ->
- Stoffe ->

Sonderangebote



Olymp Hemd • Luxor, bügelfrei • **blau/weiß, Gitterkaro** • mit New Kent-Kragen in

Fertig



Hotelbewertung.de: Griechenland Rhodos Kiotari | Hotel Princess Sun ex Primasol Princess Sun - Mozilla Firefox

http://hotelbewertung.de/openholidayguide.php?hid=17969&kontinent=Europa&land=Griechenland®io

Hotel am Holstenwall
3*
Hamburg
ab € 90,00

Hotelbewertung.de
Bis zu 30% sparen! TOP-HOTELS

Last Minute & more | Pauschalreisen | Eigenanreise | Städtereisen | Fewos

Suche:

Hotelbewertungen > Europa > Griechenland > Rhodos > Kiotari > Hotel Princess Sun ex Primasol Princess Sun

Hotelinformationen Hotel Princess Sun ex Primasol Princess Sun
Lastminute und Pauschal Angebote mit **Tiefpreisgarantie!**

Hotel: **Princess Sun ex Primasol Princess Sun** ★★★★★
Ort: **Kiotari**
Region: **Rhodos**
Land: **Griechenland**
Anzahl: **26 Bewertungen**
Weiterempfehlungsrate: **85%**
Bewertungsdurchschnitt: **80%**

z.B. 4 Tage DZ/AI
ab **407 €**

Hotelbewertungen Hotel Princess Sun ex Primasol Princess Sun

Kategorie	Bewertungsdurchschnitt *	Info
Allgemeiner Hotelbereich	81%	+
Lage & Umgebung	61%	+
Service	85%	+
Gastronomie	81%	+

Hotel Princess Sun ex Primasol Princess Sun
ab 407

Abflughafen:

Hinflug:

Reisedauer:

Buchungs-Hotline
für Fragen & telefonische Buchungen:
0800 / 32 64 598
Mo-Sa 9-21 Uhr, So 13-21 Uhr

Fertig



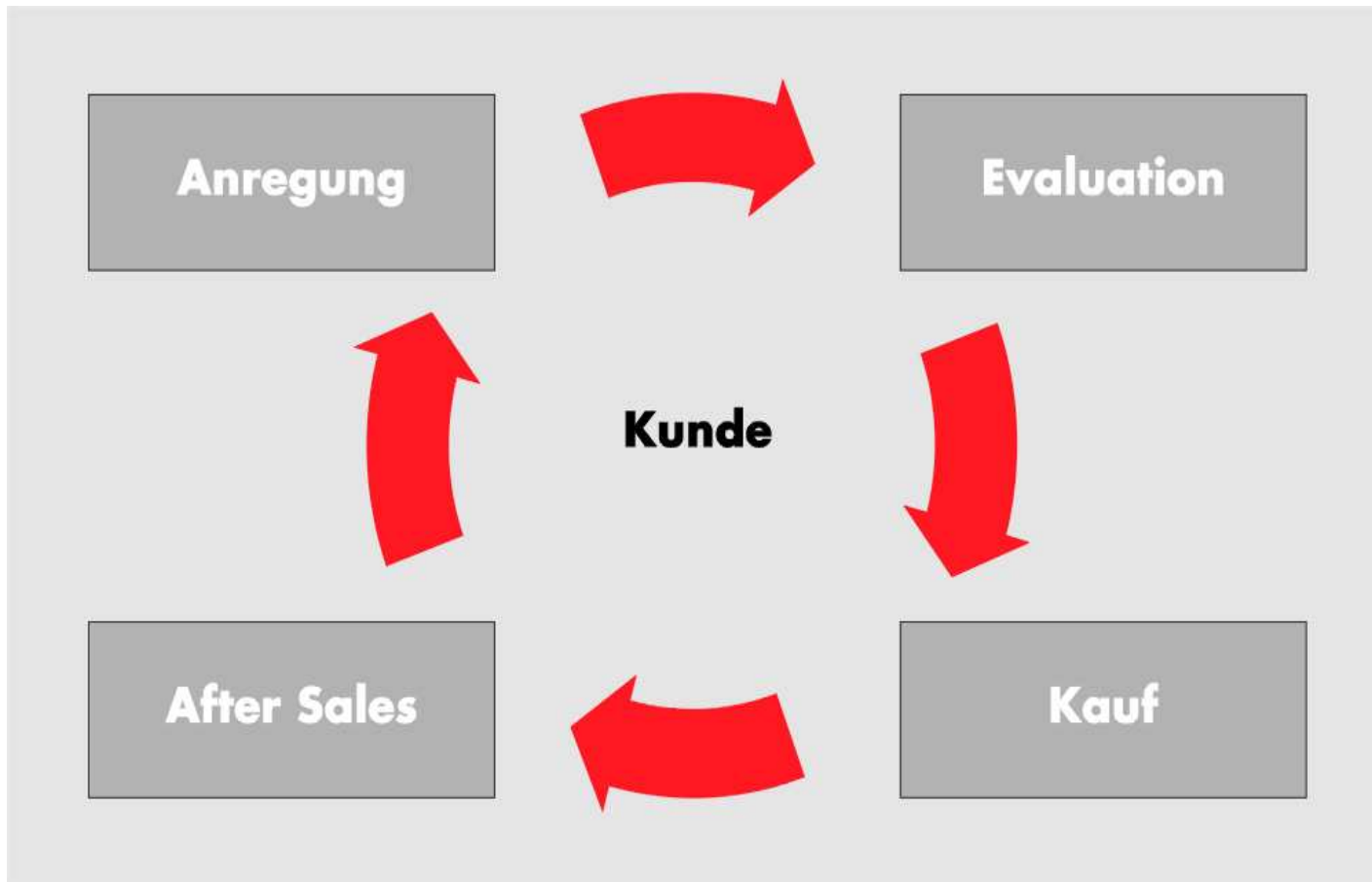


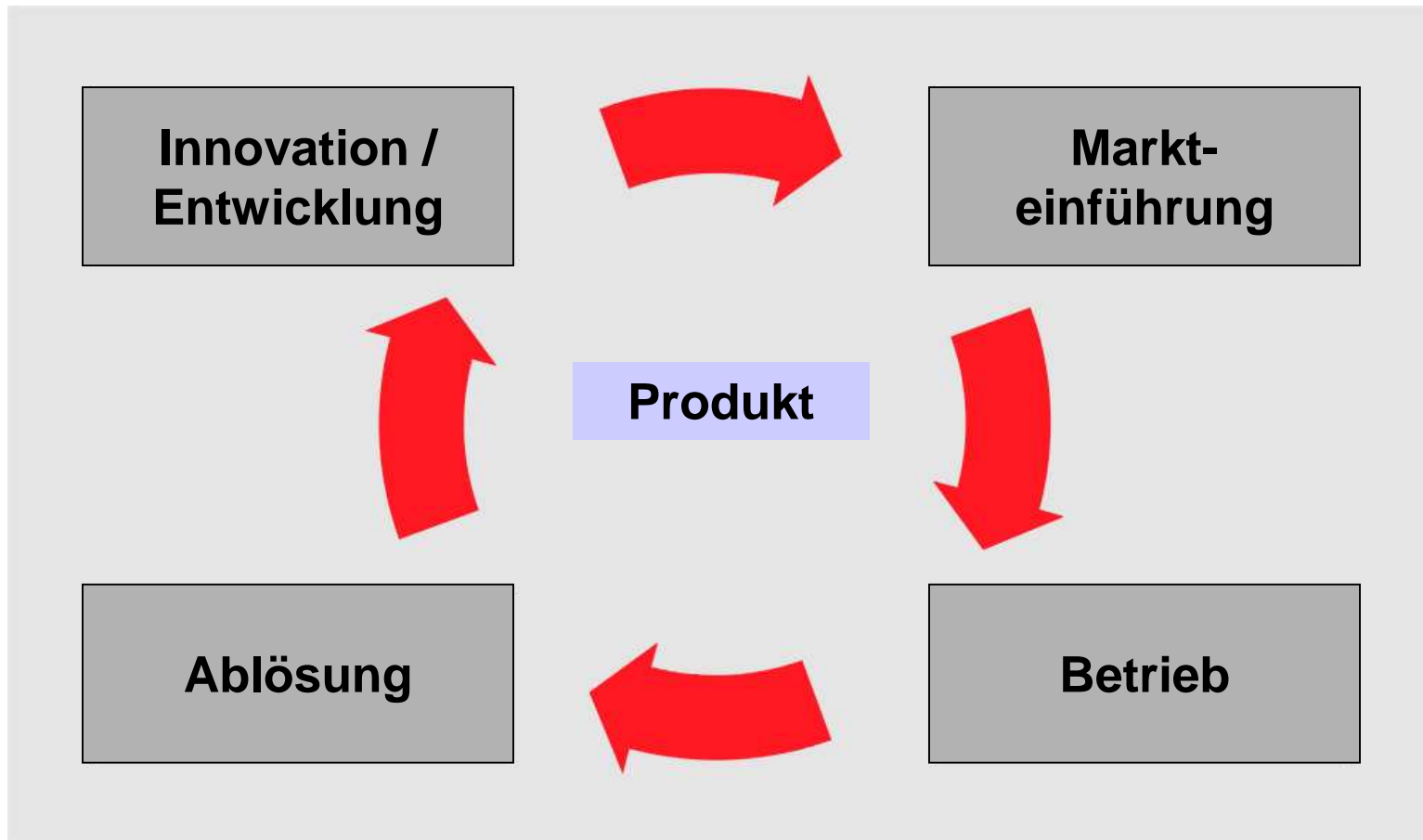
- ▶ Community
- ▶ Kunden bauen ihr Produkt
- Brand, Lifestyle und Zugehörigkeit zu einer Gruppe

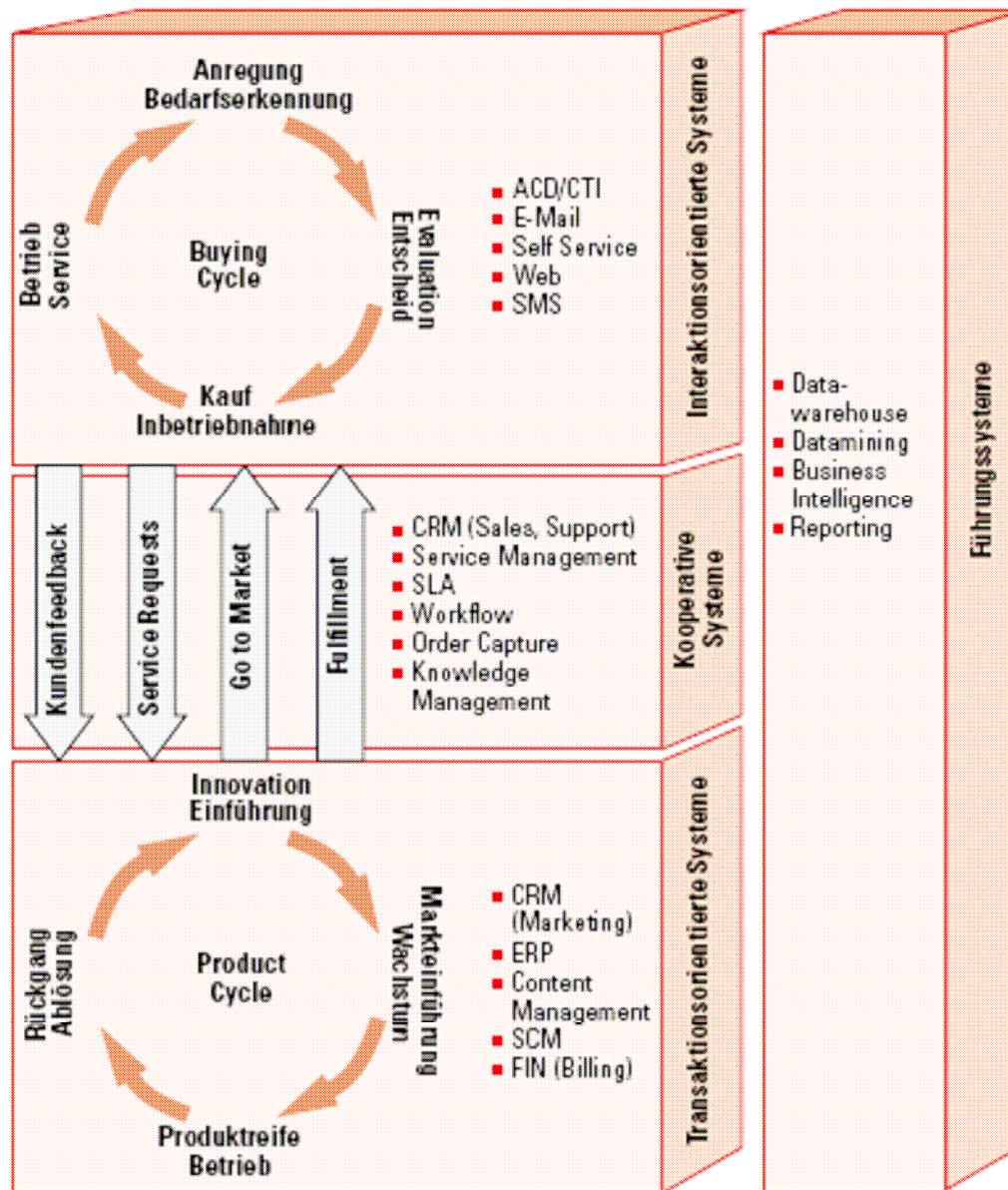




tombuser.ch





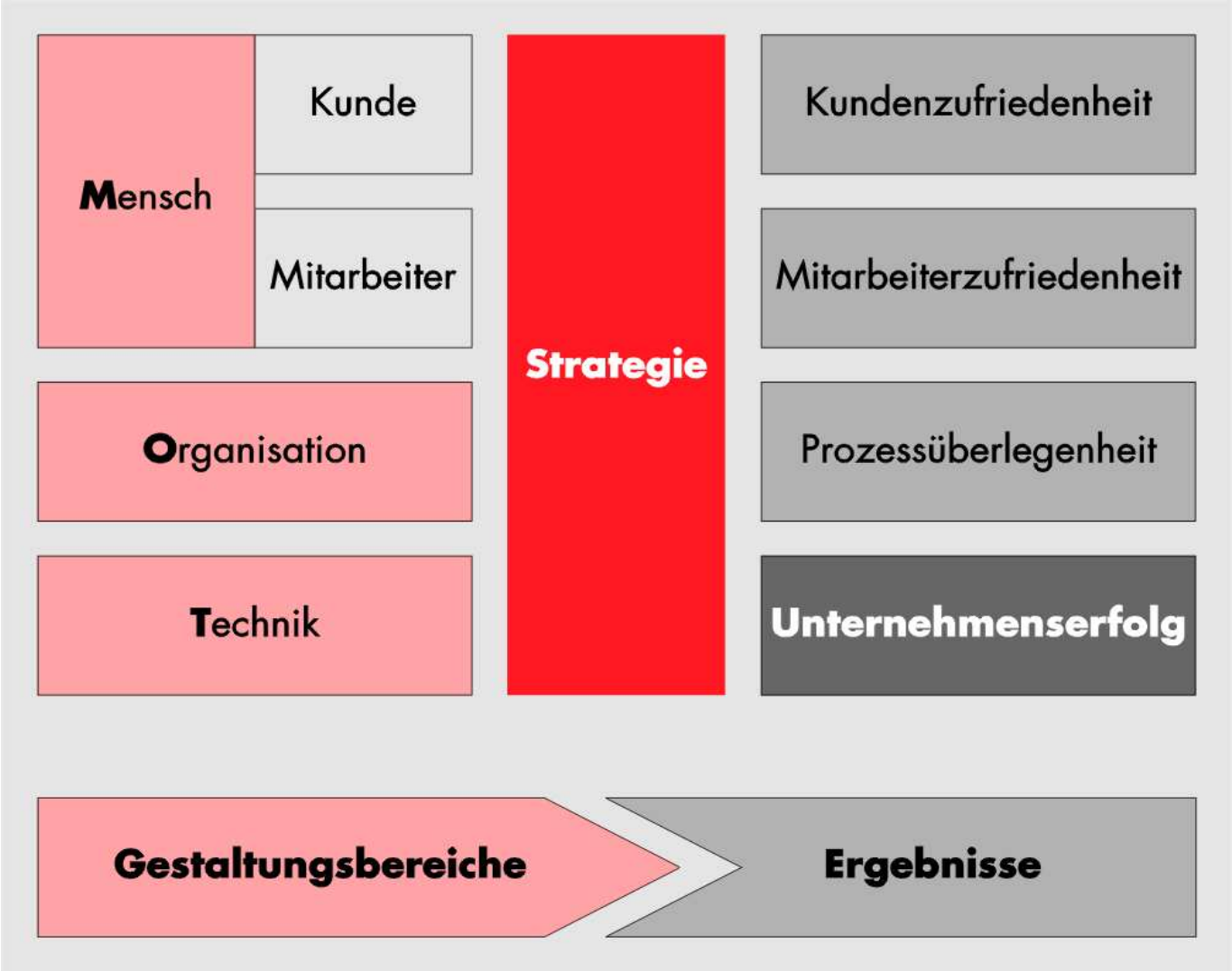


Was braucht's für CRM?

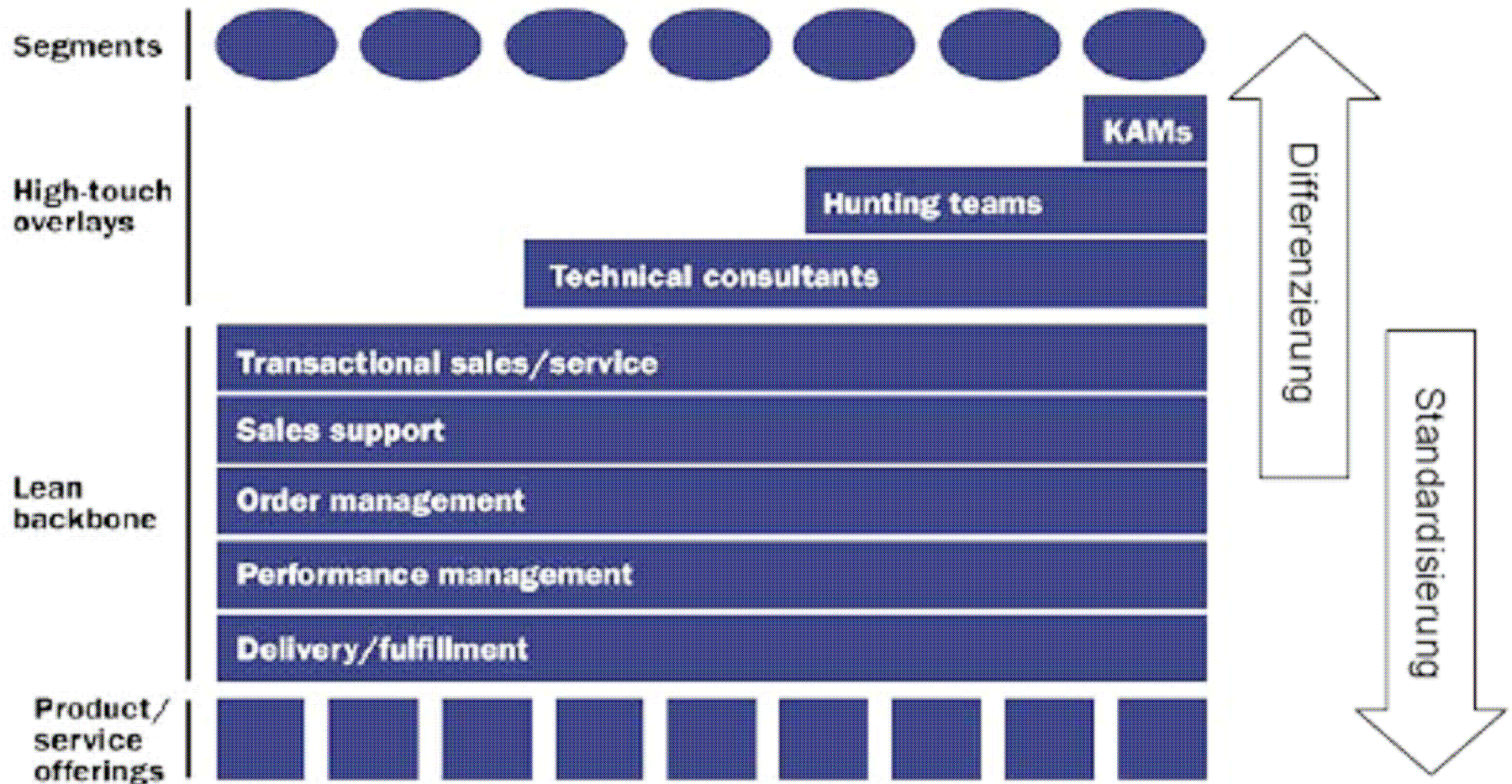


tombuser.ch

Gesamtsicht



CRM-Strategie im B2B Bereich



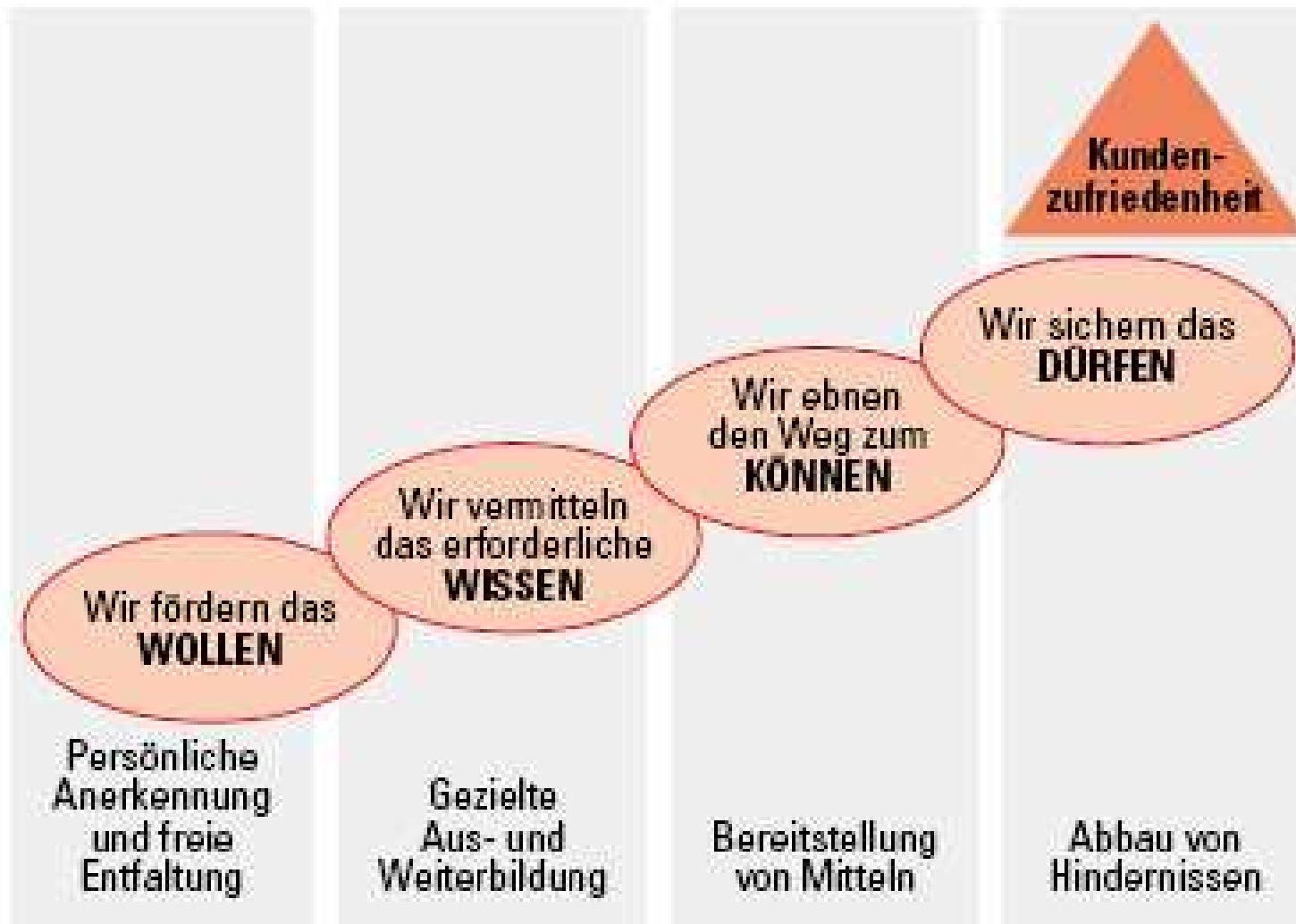
Visual für Marketing

Quelle: IMH-HSG/McKinsey 2008

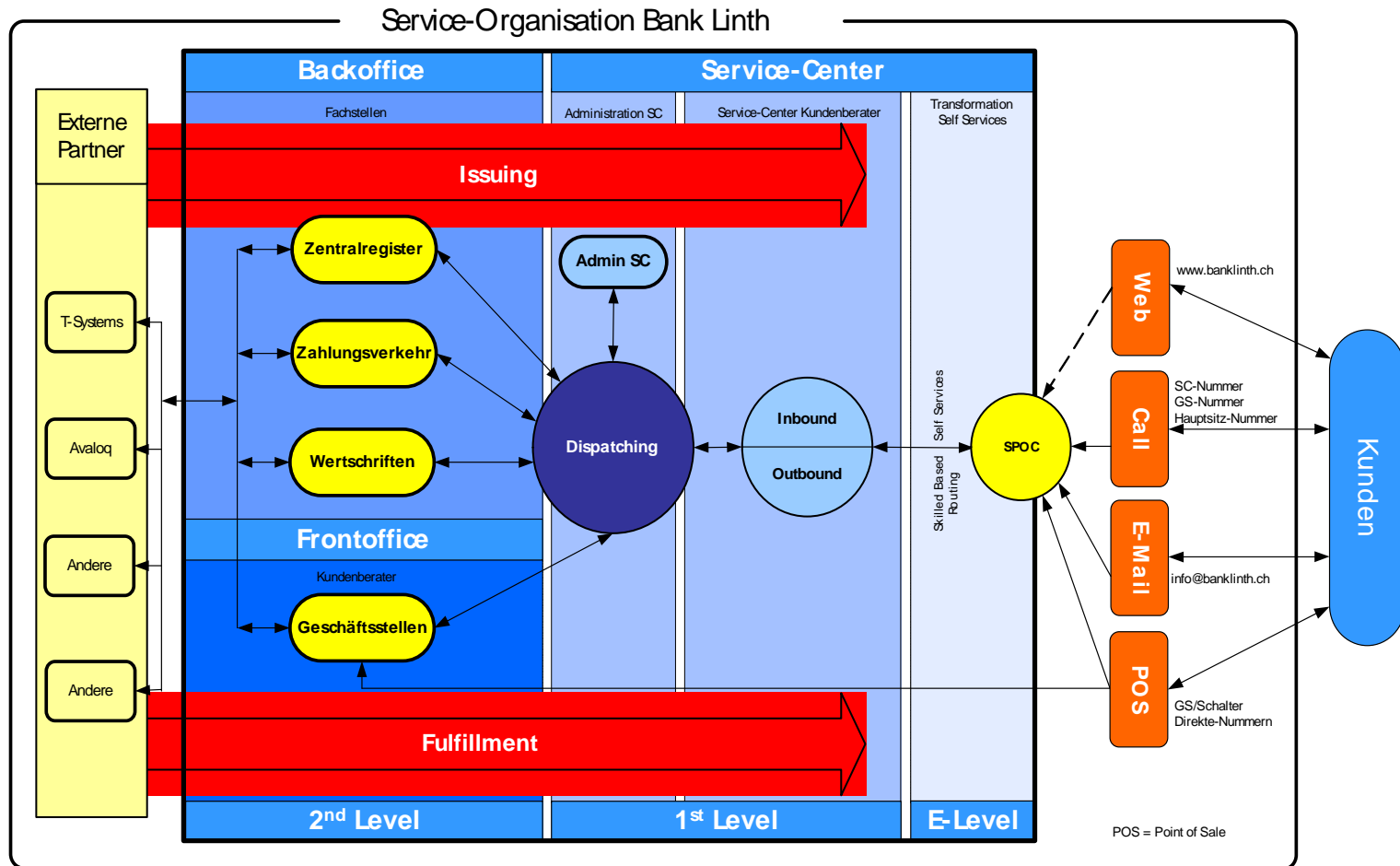


tombuser.ch

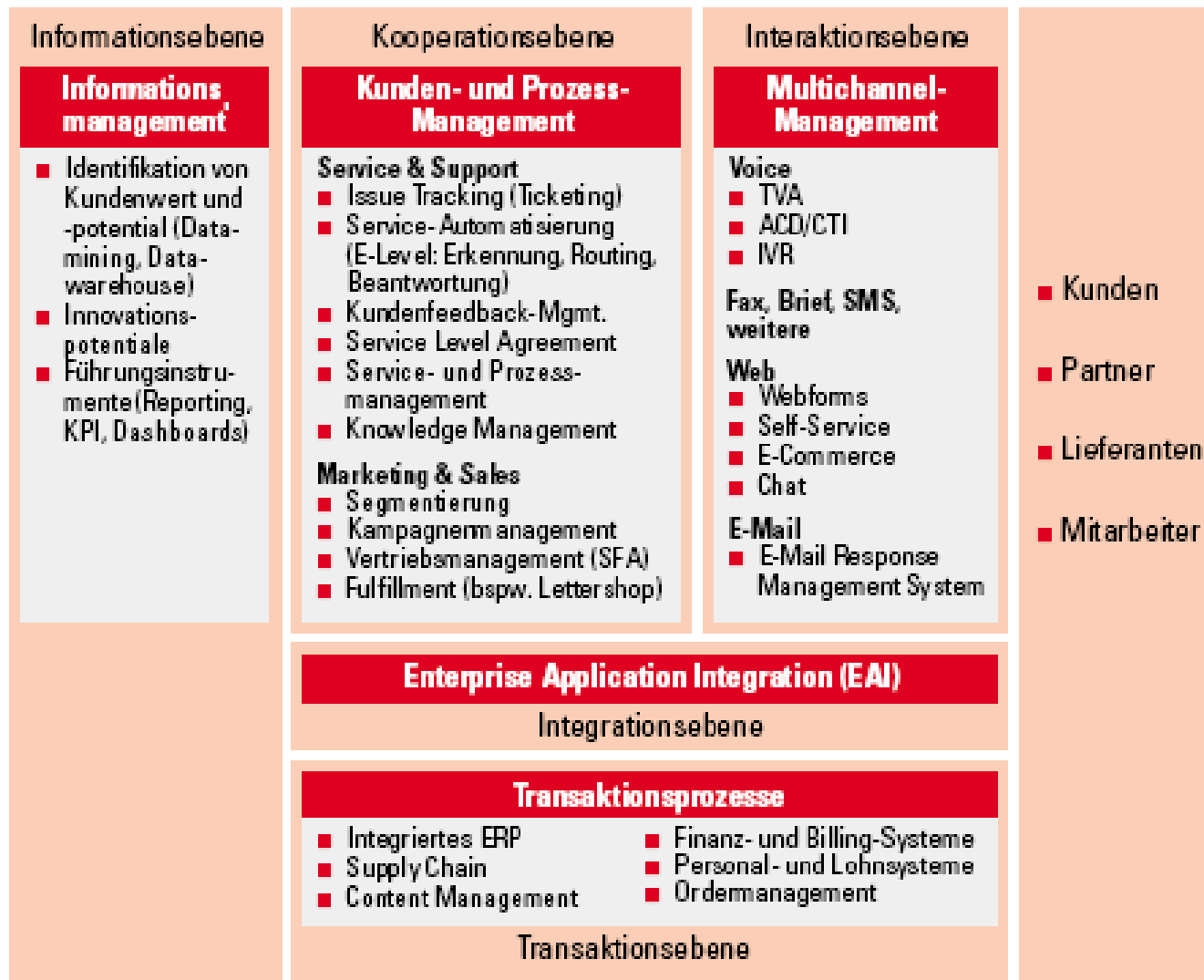
Faktor Mitarbeiter



Prozessorganisation



Technologie



Erfolgsfaktoren

- ▶ Klare Kundenstrategie
- ▶ Dynamische Produktstrategie
- ▶ CRM ist Chefsache ist Kulturarbeit
- ▶ Quick Wins bringen Wirkung
- ▶ Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Kunden
- ▶ Prozessorientiert organisieren
- ▶ IT unterstützt Menschen und Prozesse
- ▶ Kunden umwerben nicht belästigen



CRM schafft die Voraussetzungen für den ständigen Dialog mit dem Kunden und die Individualisierung von Produkten und Dienstleistungen. Mit dem Ziel den Kunden nachhaltig und profitabel mit dem Unternehmen zu verbinden.

- ▶ CRM ist modernes, integriertes Marketing
- ▶ CRM ist eine individuelle Kompetenz des Unternehmens



Tom Buser, Senior Management Consulting
für CRM, Customer Care, General Management, Business Development & Sales

Mail to: tom.buser@swisscrmforum.ch

Metzerstrasse 61 – CH-4056 Basel

Call: +41 79 340 15 64

Visit: <http://www.tombuser.ch>

Contact: http://www.xing.com/profile/tom_buser



tombuser.ch