

CRM ValueScan™ - Wirtschaftlichkeitsanalyse für den Einsatz von Customer Relationship Management

CRM ist komplex und schwer zu fassen; prognostizierte Vorteile sind im Nachgang nicht einzufordern; „Wunschkonzerte“ treiben die Kosten – aber hinterher wird das Gewünschte nicht genutzt: Diese Herausforderungen werden durch den CRM ValueScan™ aufgegriffen und beantwortet.

Der CRM ValueScan™ ist eine in der Praxis bewährte wissenschaftliche Methode zur Ermittlung und Realisierung des ROI Ihres CRM Projekts.

Die Eckpunkte: verlässliche Benchmarks und Best Practices von mehr als 50 Analysen; Commitment der betroffenen Mitarbeiter; messbare KPI.

Erfolg durch CRM ist möglich – aber nur, wenn man es richtig macht.

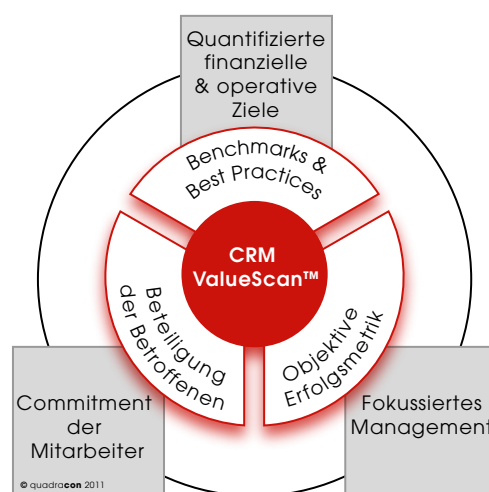
Customer Relationship Management umfasst alle Maßnahmen, die das Unternehmen auf die Schaffung und optimale Nutzung wertvoller Kundenbeziehungen ausrichten. Der Mehrwert durch CRM ist zwischenzeitlich vielfach durch wissenschaftliche Studien und erfolgreiche Einführungen in der Praxis belegt –. Allerdings gibt es nach wie vor viele CRM-Projekte, die hinter den Erwartungen zurück bleiben.

Wirtschaftlich erfolgreiche CRM-Investitionen zeichnen sich durch folgende Faktoren aus:

- quantifizierte Ziele
- fokussierte Managementunterstützung
- hohe Benutzerakzeptanz.

Alle drei Erfolgsfaktoren werden durch den CRM Value Scan™ gefördert.

CRM ValueScan™ schafft überzeugend die Voraussetzung für erfolgreiches CRM



Der CRM ValueScan™ ist eine strukturierte, prozessbezogene und entscheidungsoffene Analyse zur

Identifikation und Quantifizierung der CRM-Wertschöpfungspotenziale gemeinsam mit Entscheidungsträgern und Anwendern.

Daraus resultieren faktenbasiert quantifizierte und operative Verbesserungsziele und deren finanzielle Bewertung. So können die werthaltigen Veränderungen erkannt und im Nachgang auch eingefordert werden. Ziele und Bewertungen führen zu klaren Prioritäten im CRM-Projekt sowie zwischen CRM- und anderen Investitionen, wirksamen Zielvereinbarungen und effektivem Controlling.

Die Klarheit über die Werttreiber des CRM-Projektes hilft dem Management sich auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren zu konzentrieren und zu fokussieren. Das erleichtert Entscheidungen, ermöglicht Kurskorrekturen, spart Zeit und sichert die Realisierung der erwarteten Ergebnisse.

Durch das frühe Einbeziehen der Entscheider und Anwender verstehen alle in ihrem konkreten Arbeitsumfeld, was CRM für sie bedeutet. Angst vor Unbekanntem wird vermieden, Ziele werden „unterschrieben“.

Die Beteiligten identifizieren sich mit dem Vorhaben. Diese hohe Benutzerakzeptanz schafft Commitment: Der CRM ValueScan™ ist praktiziertes Change Management – bevor das Projekt zum Problemfall wird.

Der CRM ValueScan™: schnell und neutral

Vor dem Projekt unterstützt der CRM ValueScan™ bei der Frage, ob und wie das Projekt wirtschaftlich attraktiv wird. Nach der Entscheidung hilft der CRM ValueScan die relevanten Elemente zu priorisieren. In fünf, teilweise parallelisierten Schritten werden alle Entscheidungsträger und Anwender beteiligt:

Schritt	Ziel	Beteiligte
TopScan	Identifikation der wichtigsten CRM-Prozesse und Werthebel	Top Management und Bereichsleiter
Detailscan	Prozessorientierte Analyse der Wertschöpfungspotenziale	Bereichsleiter und zukünftige Anwender
Systemdesign	Analyse der Systemarchitektur und Ableitung notwendiger Veränderungen	IT Leiter und CRM Projektleiter
Bewertung	Business Case mit finanziellen KPI	Controlling, in der Entscheidung: Top Management

Der CRM ValueScan™ ist modular aufgebaut. Bereits der TopScan liefert aber auch als Einzelschritt konkrete Ergebnisse, u.a. gemeinsame Klarheit über die relevanten CRM-Prozesse und die Größenordnung der Nutzenpotenziale.

Kompetente Durchführung des CRM ValueScan™ durch quadracon

Die kompetente Unterstützung des CRM ValueScan™ sichert ein erfahrenes Team durch

- Neutralität und Erfahrung: Frischer und neutraler Blick von außen ohne verzerrende Produkt- oder Implementierungsinteressen, bewährte Methode mit erwiesenen Erfolgen
- Wissenschaftliche Kompetenz: Anwendung einer systematischen Metrik, Verfügbarkeit von CRM Benchmarking Daten (Nutzen und Kosten), state-of-the Art Methoden und Techniken
- Top Management Perspektive: Über 15 Jahre Topmanagement Erfahrung, tiefes wirtschaftliches Branchen- und Prozessverständnis aus Anwendersicht
- Tiefe CRM Expertise: Garantierte Umsetzungsnähe durch mehr als 15 Jahre CRM Projekterfahrung, anerkannte prozessuale und technologische Expertise

Über quadracon:

quadracon ist eine Management Beratung, gegründet von Partnern mit jeweils mehr als 15 Jahren Erfahrung in Top Management Beratung, IT Consulting und operativem Marketing. Wir bieten unseren Klienten Unterstützung in 4 Kompetenzfeldern rund um innovative Technologien:



Strategieentwicklung, ValueScan™, Prozessoptimierung und Change Management. Wir arbeiten wert- und faktenorientiert, systematisch klientspezifisch, kritisch-konstruktiv sowie partnerschaftlich transparent. Zu unseren Klienten zählen national sowie international agierende Unternehmen, KMU ebenso wie Dax-Konzerne in verschiedenen Branchen.

Weitere Informationen/ Kontakt:

Christa Koppe
T +49.621.39 17 74 00
christa.koppe@quadracon.com

quadracon GmbH
Willy-Brandt-Platz 1-3
D - 68161 Mannheim
T +49.621.39 17 74 00
F +49.621.39 17 75 00
info@quadracon.com
www.quadracon.com

