



# CRM für Fertigungsunternehmen – Ihre Vorab-Checkliste



## CRM-Implementierung in Fertigungsunternehmen: Ein erster Überblick

Es gibt viele Gründe, nach einem neuen CRM-System zu suchen. Hersteller und produzierende Unternehmen stehen häufig vor der Herausforderung, unter steigendem Wettbewerbsdruck komplexe Geschäftsprozesse und eine große Anzahl von Kunden effektiv zu managen. Ein modernes CRM soll dabei helfen, die CX für die Kunden zu verbessern und Vertrieb, Marketing, Services und ggf. E-Commerce zu unterstützen. Gleichermaßen gilt es natürlich, Fertigung, Lieferketten und die Beschaffung im Auge zu behalten, denn platt gesagt macht es keinen Sinn, Produkte anzubieten, die nicht lieferbar sind oder längst andere Preise haben.

Dieser Fragebogen richtet sich an alle, die planen ein CRM-System erfolgreich, also in Time und in Budget einzuführen und weiterzuentwickeln.

In einem ersten Schritt gilt es, sich mit folgenden Fragen zu beschäftigen:



### SPONSOR

**?** Wer ist der Sponsor für das Projekt im Management?

**?** Welche Erwartungen bestehen seitens des Sponsors an das Projekt?

**!** Eine CRM-Initiative ist dann erfolgreich, wenn Sie gelebt wird. Dies fängt im Management an und wenn Sie dort die richtige Unterstützung bekommen, ist die erste Hürde zu einem erfolgreichen Projekt geschafft.



## ZIELE

### 🔍 Welche Ziele sollen mit der Implementierung einer CRM-Plattform erreicht werden?

Übergeordnet für das Unternehmen, für Kunden und Abteilungen z.B.:

- Umsatzsteigerung
- Verbesserte Kundenzufriedenheit
- Steigerung der Kundenbindung
- Beseitigung von Silos zwischen Marketing, Vertrieb und Services
- Verbesserung der Kundenakquise
- Steigerung der Produktivität im Vertrieb
- Verbessertes Reporting & Forecast
- Effektiveres Leadmanagement
- Personalisierung von Kampagnen
- Erhöhung der Produktivität im Marketing
- Erfolgsmessung von Marketingkampagnen
- Integration von Social Media
- Verbesserung des After-Sales-Supports
- Produktivität des Kundenservice erhöhen
- Verbessertes SLA Management
- Mehr Self-Service für Kunden

⚠️ *Die Ziele können sich natürlich ändern oder im Lauf des Projektes weiterentwickeln. Ein großes Risiko für das Projekt sind ausufernde Anforderungen aus den Fachabteilungen. Sehen Sie die Ziele als Leitplanken und prüfen Sie, ob alle Anforderungen den definierten Zielen dienen. Nutzen Sie die Ziele auch für Ihre internen Präsentationen, um den Wert der Initiative zu verdeutlichen.*

## ROI/BUDGET

⚠️ *Ergänzend zu den Zielen kann es Sinn machen, sich auch mit der Frage nach dem Return on Investment sowie mit einer groben Schätzung des Budgets zu beschäftigen.*

## KEY STAKEHOLDER, KEY USER

### 🔍 Wer sind potenzielle Stakeholder und Key User aus den einzelnen Abteilungen?

- Management
- Marketing
- Vertrieb
- Services
- IT
- Datenschutzbeauftragter



## KERNPROZESSE

### 🔍 Welche Prozesse sollen durch das neue CRM optimiert werden?

- Lead Management
- Lead Nurturing
- Pipeline Management
- Forecast und Reporting
- Marketing Automation

- Angebotserstellung
- Field Sales/ Key Account Management
- Inside Sales Management
- Services

## VERTRIEBSKANÄLE



? Über welche Kanäle werden Ihre Produkte vertrieben?

? Sind weitere neue Vertriebskanäle geplant?

Direktvertrieb (B2B/B2C)  
Innendienst (B2B/B2C)  
Partner (B2B/B2C)  
Handel (B2B/B2C)  
Länder und Vertriebsgesellschaften (B2B/B2C)  
E-Commerce (B2B/B2C)  
Kundenservice (Upselling und Cross-Selling)  
Gemeinsame Vermarktung in Kooperationen und Partnerschaften

? Wie viele Nutzer erwarten Sie für die einzelnen Bereiche und insgesamt?

! Hier geht es um die Frage, wie komplex Ihre Anforderungen sind. Interessant in dem Zusammenhang ist noch die Frage, wie hoch der Anteil am Geschäft aus dem jeweiligen Kanal kommt und wie hoch in etwa die Anzahl der Transaktionen ist.

? Welche Bereiche sollen optimiert werden:

Vertrieb  
Marketing  
Services  
E-Commerce

## VORHANDENE KUNDENDATEN

? In welchen Systemen haben Sie Kundendaten?

? Welche Informationen besitzt Ihr Unternehmen über seine Kunden?

? Wie können die Informationen derzeit ausgewertet werden?

! Sie werden überrascht sein, wie viele Systeme mit Kundendaten bei Ihnen vorhanden sind.



## INTEGRATIONEN

**?** Welche in Ihrem Unternehmen eingesetzten IT-Systeme sollen an die CRM-Software angebunden werden?

**?** Welche weiteren Systeme werden eingeführt oder geplant?

ERP  
PIM  
BI  
Email  
Ticketsysteme  
vorhandene CRM Systeme  
Spezialsysteme Vertrieb  
Spezialsysteme Marketing  
Spezialsysteme Services  
Eigenentwicklungen

**?** Werden Cloud oder on Premise-Lösungen bevorzugt?



**!** Listen Sie in einem ersten Schritt alle vorhandenen Systeme auf. Markieren Sie in einem weiteren Schritt die Kandidaten für eine Integration.



*Wir haben Erfahrung mit Kunden aus dem Fertigungsumfeld und können Ihnen zeigen, wie Sie in 3 bis 6 Monaten zu einer maßgeschneiderten CRM-Lösung kommen.  
Am besten Sie schreiben mir gleich eine Mail oder rufen an.*



**LOGIN Software und Beratung Deutschland GmbH**  
Baumkirchner Straße 4 · D-81673 München  
Tel: +49 89 2020447 25  
Mail: frank.tjaben@login-software.net  
www.login-software.net

