

## Checkliste

### Wie kann das Management eine CRM-Strategie an die Mitarbeiter transportieren?

Diese Checkliste von Prof. Dr. Peter Winkelmann, Fachhochschule Landshut, gibt Anregungen für die erfolgreiche Implementierung von CRM in mittelständischen Unternehmen. Sie hat das Ziel, das Spannungsfeld zwischen strategischer und operativer Führungs- und Mitarbeiterenebene als Kooperationsfeld zu gestalten. CRM-Manager erhalten mit ihr einen Überblick der Maßnahmen.

- Welche Markterfolge sollen durch CRM in den nächsten x Jahren erreicht werden? Die Geschäftsführung verständigt sich über eine Marktvision, über Marktziele und über die grundlegende Umsetzung der Strategie.
- Welche Kunden bzw. Zielgruppen passen zum Unternehmen und welche nicht? Welches sind die werthaltigen Zielkunden, und in welchem Maße ist die Führung bereit, in die Akquisition und die Bindung dieser Zielsegmente zu investieren? Management und Führungskräfte erarbeiten ein Kundenleitbild, das im Fokus der CRM-Konzeption steht.
- Welche Mitarbeiter mit Kundenkontakt sind von der CRM-Konzeption betroffen und sollen in die Umsetzung der Strategie eingebunden werden? Hierzu gehören beispielsweise Außen- und Innendienst, Serviceabteilungen, externe Dienstleister wie Call-Center, Help Desk) oder Vertriebspartner wie Handelsvertreter, Distributoren, Groß- und Fachhandel.
- Durch welche CRM-Programme sollen die Marktziele erreicht werden? Ist für diese Programme konkret festgelegt, welche Prozesse mit welchen Kundenberührungen (Customer Touchpoints), welchem Informationsaustausch zwischen Mitarbeitern und Kunden, welchen Methoden und entsprechenden IT-Funktionalitäten, welche Analysen und Reports von welcher Abteilung zu erledigen sind?
- Liegt ein für alle transparenter Projektplan vor?
- Sind alle Aufgaben verteilt, ohne bestimmte Mitarbeiter zu überfordern?
- Gibt es im Unternehmen einen CRM-Manager, der bei Konflikten ausgleichend auftritt und engen Kontakt zur Geschäftsleitung hat? Werden bei Schwierigkeiten externe Trainer und Fachleute zu Rate gezogen, um an die Wurzeln von eventuellen Widerständen zu gelangen?

Weitere Informationen unter: [www.vertriebssteuerung.de](http://www.vertriebssteuerung.de) / [www.crm-scan.de](http://www.crm-scan.de) / [www.invis-vertriebsoptimierung.de](http://www.invis-vertriebsoptimierung.de)