

8 Weisheiten für optimales CRM in einer modernen Arbeitswelt

itmx
NTT DATA Business Solutions

Liebe Leser,

digital, vernetzt, innovativ, technologisiert: so hat man sich wohl immer den Arbeitsplatz der Zukunft vorgestellt. Potenziale die durch solche Veränderungen der Arbeitswelt in Marketing, Vertrieb und Service entstünden wären enorm – und mit optimiertem Customer Relationship Management (CRM) einfach nutzbar.

Wann also soll diese Zukunft endlich beginnen? Heute? Morgen? Oder warum eigentlich nicht jetzt gleich?

Mit **8 Weisheiten für optimales CRM** großer Dichter und Denker, die ihrer Zeit voraus waren, möchten wir Ihnen einige Tipps, Insights und Anregungen mit auf den Weg zu geben, wie Sie Ihr Kundenmanagement im Sinne eines Modern Workplaces schon heute ganz einfach effizienter und erfolgreicher gestalten können. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr **itmX-Team**

Unsere Co-Autoren



Konfuzius war ein chinesischer Philosoph, und hatte schon zu seiner Zeit revolutionäre Gedanken zum Thema passgenaue Kundenansprache und effiziente Besuchsplanung.



Gandhi war indischer Rechtsanwalt, Publizist und politischer Anführer. Seine Thesen zur Customer Journey dienen bis heute als wichtige Anhaltspunkte für deren Gestaltung.



Macchiavelli war Philosoph, Schriftsteller und Dichter. Wer hätte gedacht, dass ihm besonders das Thema strukturierte Datenablage umgetrieben hat?



Nietzsche war ein deutscher Philologe und Philosoph, der mit seinem eigenwilligen Stil nicht nur gängige Muster sprengte und revolutionäre Schriften zur digitalen Produktpräsentation veröffentlichte.



Seneca war einer der meistgelesenen Schriftsteller zu seiner Zeit. Kein Wunder also, dass seine Gedanken zur Besuchsnachbereitung die Jahrhunderte überdauert haben.



Goethe gilt als deutscher Dichter als einer der bedeutendsten Schöpfer deutschsprachiger Dichtung. Wen wundert es daher, dass seine Werke zur Serviceabwicklung heute aktueller denn je sind.

8 Weisheiten für optimales CRM in einer modernen Arbeitswelt

Ein Content kommt selten alleine

Lead Nurturing und Marketing Automation für passgenaue Kundenansprache..... 4

Alle Wege führen übers Netz

Integrierte E-Commerce-Lösungen für eine ganzeheitliche Customer Journey..... 6

Ordnung in der Datenablage ist das halbe Leben

Professionelles Dokumentenmanagement für nahtlose Zusammenarbeit..... 8

Vertrauen ist gut, datenbasierte Planung ist besser

Potentialgetriebene Besuchsplanung für effektiven Außendienst..... 10

Ein Vertriebler ist nur so gut wie seine Präsentation

Digitale Produktpräsentation statt Muster und Kataloge..... 12

Gut nachbereitet ist halb gewonnen

Effiziente Besuchsnachbearbeitung für einen reibungslosen Informationstransfer..... 14

Nach dem Kauf ist vor dem Kauf

Exzellenter Kundenservice für erfolgreichen After Sales..... 16

Was kaputt ist, soll man reparieren

Serviceprozesse digitalisieren für maximale Effizienz & top Kundenerfahrungen..... 18

Weisheit Nummer 1:

Ein Content kommt selten alleine

Lead Nurturing und Marketing Automation für passgenaue Kundenansprache

Wichtigstes Element eines jeden CRM ist die ganzheitliche Sicht auf den Kunden und seine Interessenten. Dazu gehören nicht nur die klassischen Stammdaten, wie Adressen und Ansprechpartner, sondern vor allem auch die notwendigen Marketingattribute, wie z.B. die Potenziale, Umsätze nach Produktgruppen und weitere für Selektionen wichtige Parameter.

Dabei ist es wichtig, dass die Daten aus allen relevanten Systemen in einem Stammsatz zusammengeführt werden – so können Sie ganz einfach alle relevanten Informationen Ihrer Zielgruppe **sammeln, managen, messen und automatisieren**: vom ersten Touchpoint, über Mailings und Events, bis zum Abschluss!

Ein CRM im Marketing hilft Ihrem Unternehmen also dabei im Handumdrehen und ohne Verwaltungsstress zielgerichtete Aktionen für perfekte Customer Journeys zu planen, qualifizierte Leads für den Vertrieb zu generieren und (zukünftige) Kunden zu begeistern.

So viel zur Theorie – doch in Unternehmen werden immer noch viele Kampagnen isoliert konzipiert und umgesetzt; Stichwort **Silo-Denke**. Aber das muss nicht sein! Dieser Ansatz ist nämlich alles andere als effizient oder zeitgemäß. Moderne Werkzeuge zur Marketing-Automatisierung können Abhilfe schaffen.

Mit Marketing-Automations-Lösungen, die perfekt mit Ihrem CRM-System synchronisiert sind, wie zum Beispiel **itmX marketing automation**, lassen sich mit relevanten Kundendaten aller Gewerke quasi per Knopfdruck conversion-starke Kampagnen designen, die **automatisiert ausgespielt** werden. Damit können Marketingkampagnen nicht nur effizient geplant und umgesetzt werden, sondern auch Erfolge einzelner Maßnahmen gemessen und analysiert werden und die Erkenntnisse für zukünftige Kampagnen angewendet werden.

Besonders attraktiv zur Steigerung Ihrer Conversion Rate: **Lead Nurturing**. Das bedeutet konkret, dass eine Kampagne

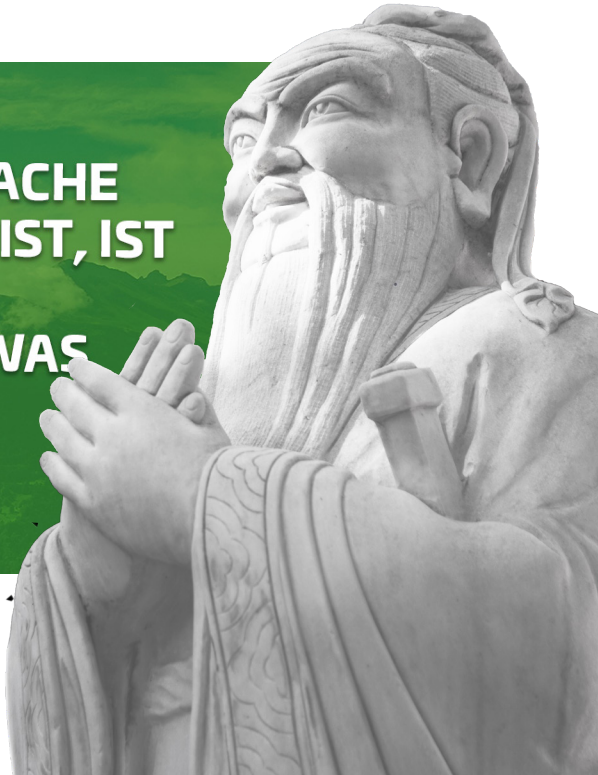
mit einer definierten Zielgruppe in verschiedenen Schritten vorgedacht und dann durchgeführt wird. Diese Schritte bauen so aufeinander auf, dass eine Ansprache vom Allgemeinen ins Spezifische erfolgt. So sollen Interessenten in den unterschiedlichen Phasen ihrer Kaufentscheidungsfindung mit jeweils **passendem, hochwertigem Content** angesprochen werden.

itmX marketing erstellt dazu aussagekräftige und **filterbare Profile Ihrer Leads** basierend auf deren Nutzerverhalten im Web. Damit behalten Sie die Interessen Ihrer Leads im Blick und können ihnen zur rechten Zeit mit passgenauen Inhalten begegnen – automatisiert ausgespielt natürlich.

Erfahren Sie mehr zum Dream-Team itmX marketing und itmX marketing automation!

„WENN DIE ANSPRACHE NICHT PASSGENAU IST, IST DAS, WAS GESAGT WIRD, NICHT DAS, WAS GEMEINT IST.“

KONFUZIUS



Weisheit Nummer 2:

Alle Wege führen übers Netz

Integrierte E-Commerce-Lösungen für eine ganzeheitliche Customer Journey

Wenn Sie sich für ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung interessieren, stehen die Chancen nicht schlecht, dass Sie sich zunächst einmal im **Internet darüber informieren**: Sie lesen Blogs, Tests und vergleichen Produkte. Ihre Kunden machen das vermutlich genauso – egal ob B2C oder B2B.

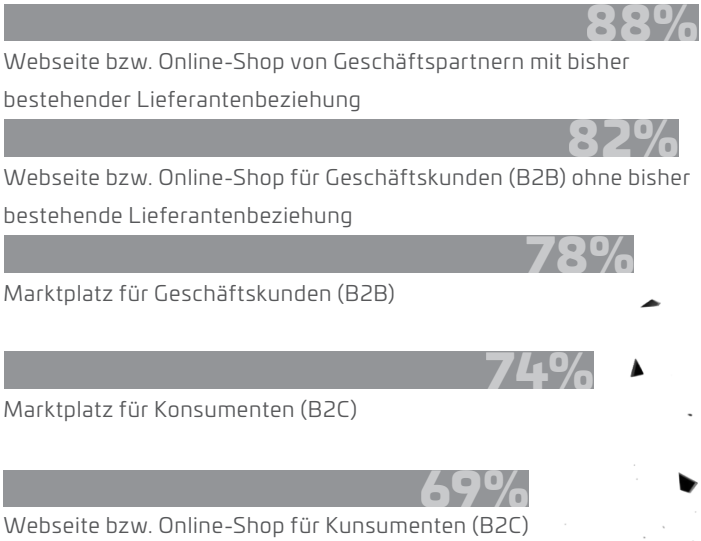
Folglich, und das bestätigen auch die Ergebnisse einer Expertenbefragung von ibi research zum Thema, werden **Online-Touchpoints** – Unternehmensseiten, -blogs, und allen voran Webshops – **immer bedeutsamer für die Customer Journey**. Es ist extrem wichtig, dass Sie diese Kontaktpunkte immer auf dem Schirm haben, aktiv für sich nutzen und relevante Informationen für spätere Berührungspunkte sammeln – damit Sie Ihren potenziellen Kunden mit der **richtigen Ansprache zum richtigen Zeitpunkt** begegnen können. Heißt konkret: Kommt es schließlich zum Beispiel über den Vertrieb zum Kontakt, können Sie mit entsprechendem (Vor-) Wissen auf Ihren Prospect reagieren.



Die Voraussetzung dafür ist **die umfassende Integration von E-Commerce-Lösungen in bestehende und neue zentrale CRM- wie ERP-Systeme:** nur so erhalten Sie einen echten 360°-Blick auf die vollständige Historie aller Customer Touchpoints. Und nur wenn E-Commerce, Marketing, Vertrieb und Service alle gemeinsam mit dieser Datenbasis arbeiten können, können Prozesse wirklich erfolgreich kundenorientiert gesteuert werden. Dank der nahtlosen Integration von **itmX commerce**, der CRM-Lösung für den Online-Handel, in die gesamte **itmX crm suite** ist das zum Glück kein Problem.

Nutzen Sie außerdem alle gängigen Webshop-Funktionen, wie etwa Produktvergleiche und -filter, um alle relevanten Informationen **kundenorientiert** zur Verfügung zu stellen. Das responsive Design sorgt dabei auf allen Endgeräten für die optimale Darstellung Ihres Portfolios. So können Interessenten und Kunden ganz ohne Vertriebsunterstützung nach dem **Self-Service-Prinzip** bei Ihnen einkaufen – und der Besuch Ihrer E-Commerce-Plattform wird zur positiven User Experience. **Erfahren Sie mehr zu itmX commerce!**

Laut einer Expertenumfrage von ibi research beträgt die Relevanz der heute gängigen Einkaufkanälen in fünf Jahren



Weisheit Nummer 3:

Ordnung in der Datenablage ist das halbe Leben

Professionelles Dokumentenmanagement für nahtlose Zusammenarbeit

Haben Sie sich schon einmal darüber geärgert, dass Sie im entscheidenden Augenblick ein wichtiges Dokument nicht auffinden konnten oder Ihnen die Zugriffsberechtigung fehlte? Um **Dateien** wie zum Beispiel Projektpläne, Besuchsberichte, Verträge und Co. **bei Bedarf schnell und einfach wiederzufinden**, benötigt Ihr Unternehmen eine systematische und gut sortierte Datenablage, die jeder nutzen und verstehen kann.

Die **itmX crm suite** schließt die Lücke und macht alle Daten und Dokumente für jedermann verfügbar – egal ob die Person nun einen CRM oder ERP-Zugang hat oder eben nicht. Wie wir das umsetzen? Mit der Integration von gängigen MS Office 365 Tools wie Teams, Sharepoint oder OneDrive. Natürlich bleibt es Ihnen überlassen, ob Sie diese Tools verwenden wollen oder doch lieber auf SAP ECM setzen mit dem Ihre Dokumente auch zentral, integriert und modulübergreifend verwaltet werden können.

Die gesamte **itmX crm suite** bietet bei vollständiger Integration in Ihr ERP eine Benutzeroberfläche zur geteilten Datenablage, die so intuitiv zu bedienen ist wie die Microsoft Office Anwendungen: Ordnerstrukturen anlegen, Vorschaufenster nutzen, neue Versionen erstellen oder Kopien erzeugen, sind nur einige der praktischen Features. Und ganz wichtig natürlich: das Feedback, welches auch direkt gegeben werden kann.

Solange die Dokumente im zugehörigen DMS des SAP ERP oder in Microsoft Teams bzw. Sharepoint verwaltet werden, können alle beteiligten Mitarbeiter – egal ob Außendienst, Innendienst, Entwicklung, Projektierung, Montage oder Service – an den gleichen Dokumenten arbeiten und einfach auf diese zugreifen: ideal für reibungslos ineinandergreifende, aber gleichzeitig hochspezialisierte Prozesse in Sales, Service, Marketing, Analytics und E-Commerce.

Erfahren Sie mehr zur **itmX crm suite**!

„DER GRÖßTE FEIND EINER STRUKTURIERTEN DATENABLAGE IST DER, DER SIE NICHT STRUKTURIERT UND INS CRM INTEGRIERT“

MACHIAVELLI



Weisheit Nummer 4:

Vertrauen ist gut, datenbasierte Planung ist besser

Potentialgetriebene Besuchsplanung für effektiven Außendienst

Die Besuchsplanung ist ein extrem wichtiges Element einer erfolgreichen Verkaufsstrategie. Der Außendienst muss **die richtigen Kunden zum richtigen Zeitpunkt besuchen**,um maximale Erfolge zu erzielen – die **potenzialgetriebene Besuchsplanung** macht's möglich.

Damit reicht einem Vertriebsmitarbeiter ein schneller Blick ins CRM, um zu wissen, wo er als nächstes an der Tür klopfen sollte. Auf Grundlage von filterbaren Kennzahlen wie Besuchsfrequenz, Anzahl der Besuche, Umsatz, letztem Auftragseingang, Retourenquote oder dem offenem Angebotswert schlägt ihm **itmX sales** sofort die Kunden mit den höchsten Potenzialen vor.

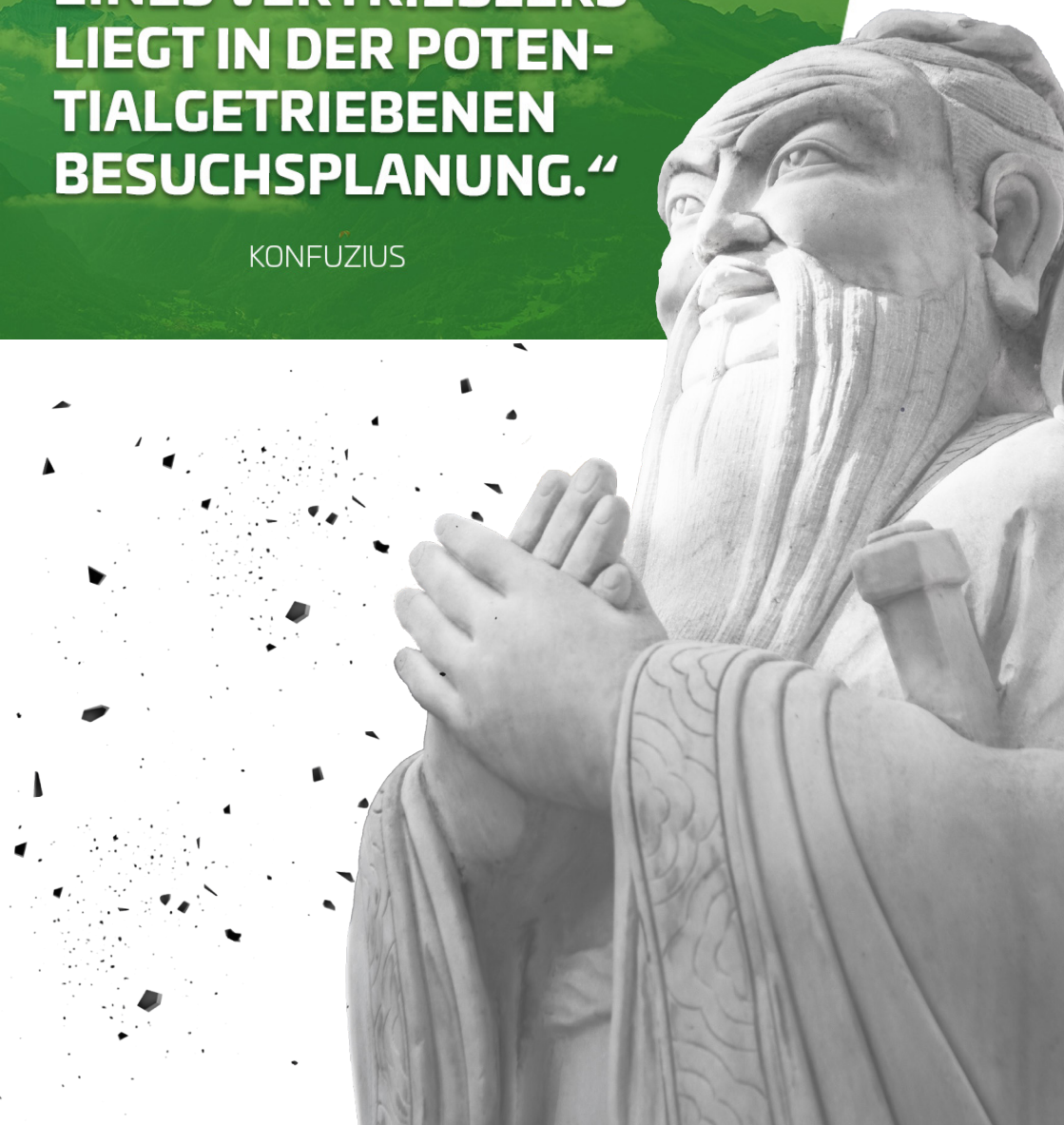
Per Drag-and-Drop können Kunden dann Terminen zugeordnet werden: ganz intuitiv. Die Kunden erhalten anschließend wahlweise eine **automatische Terminanfrage** zu Besuchen vor Ort, MS Teams Besprechungen oder können angerufen werden, um den Termin festzumachen. Selbstverständlich werden alle Termine im gesamten System synchronisiert und landen damit auch gleich in der **mobilen Sales App**. Damit hat der Vertrieb alle notwendigen Informationen, quasi in der Hosentasche, immer mit dabei. Nur einen Klick entfernt. Auch offline.

Für eine effektive Besuchsplanung ist es außerdem wichtig, dass der Mitarbeiter nicht zwischen mehreren Tools hin- und herspringen muss: Mit **itmX sales** hat der Vertriebsmitarbeiter deshalb visuellen Zugriff auf seinen Kalender aus dem CRM, zu 100% **synchronisiert mit dem Outlook-Kalender** – so sind auch private Termine für ihn jederzeit sichtbar. Dadurch sind alle terminlichen Informationen in einem Planungstool vereint – an einem Single Point of Truth.

Klingt interessant? **Erfahren Sie mehr über itmX sales und die mobile sales App!**

„DER INNERE FRIEDE EINES VERTRIEBLERS LIEGT IN DER POTENTIALGETRIEBENEN BESUCHSPLANUNG.“

KONFUZIUS



Weisheit Nummer 5:

Ein Vertriebler ist nur so gut wie seine Präsentation

Digitale Produktpräsentation statt Muster und Kataloge

Die Präsentation von Produkten ist eine der wichtigsten Aufgaben eines Vertriebsmitarbeiters: Neue Produkte präsentieren, Erweiterungen bestehender Lösungen aufzeigen sowie Cross- und Upselling zu fördern gehören zum Handwerkszeug eines guten Außendienstmitarbeiters.

Bislang war oftmals sehr viel Papier notwendig, um den Kunden zu zeigen, was Ihr Unternehmen zu bieten hat: **Muster, Kataloge und Listen über Listen mit Tabellen** zu Ausstattungsvarianten und Produktvergleichen. Spontan auf Wünsche oder Rückfragen des Kunden, beispielsweise nach dem aktuellen Lagerbestand, einzugehen ist da schwierig. Und wehe es ändert sich mal eine Kennzahl – alles muss händisch angepasst werden.

Zum Glück können wir die Zettelwirtschaft im digitalen Zeitalter hinter uns lassen. Jetzt können alle bestehenden digitalen Medien von Produkten – Bilder, Videos, Texte – sowie alle technischen Merkmale, Varianten, Zubehöre, Ersatzteile, Verfügbarkeiten, Preise, Sonderkonditionen und vieles mehr **ansprechend, kundenspezifisch und effizient auf einem Tablet präsentiert werden – mithilfe des itmX product catalog**.

So eine digitale Produktpräsentation sieht nicht nur gut aus, sondern bietet auch noch echte Mehrwerte für Sie und Ihre Kunden, die kein Papier-Katalog leisten kann! Zur Vorbereitung des Kundengesprächs kann sich der Vertriebsmitarbeiter etwa noch einmal die letzten Käufe des Kunden, durch diesen wahrgenommene Sonderangebote, dessen Lagerware und mehr anschauen, um im Gespräch gezielt darauf einzugehen und bestimmte Wünsche zu antizipieren.

Im Gespräch werden dann nicht nur die Produkte präsentiert, sondern auch im Warenkorb festgehalten, um diesen dann **als Angebot oder Kundenauftrag direkt in die Folgesysteme** zu leiten. Dies kann das bestehende CRM- oder das ERP-System sein. Vor Ort kann der Mitarbeiter mit

dem Kunden außerdem analog durch die Regale gehen und per Barcode ins System aufnehmen, welche Artikel fehlen, um so ganz intuitiv den Warenkorb zu füllen. Ist sich der Kunde unsicher, kann schnell ein hilfreicher Produktvergleich erstellt werden.

Ach, übrigens (nicht, dass Sie denken, es gäbe einen Haken): Gespeist wird der digitale Produktkatalog von **itmX** auf dem Tablet automatisch über die Integration in ein bestehendes PIM, das ERP oder eine E-Commerce-Lösung. Von diesen Tools erhält der Produktkatalog alle Informationen, die Struktur, Bilder, Texte, Merkmale, Preise und so weiter. **Der Pflegeaufwand ist also minimal!**

Immer noch nicht überzeugt? **Erfahren Sie noch mehr zum itmX product catalog**!



Weisheit Nummer 6:

Gut nachbereitet ist halb gewonnen

Effiziente Besuchsnachbearbeitung für einen reibungslosen Informationstransfer

So wichtig wie eine überzeugende Produktpräsentation, so wichtig ist auch die sorgfältige Nachbereitung des Kundentermins. Dabei sollte die **Übergabe von Informationen** und Folgeaufgaben an den Innendienst und weitere Abteilungen möglichst reibungslos ablaufen. Damit sich keine kleinen Fehlerteufel einschleichen, erfordert dieser Arbeitsschritt Aufmerksamkeit und Konzentration von Ihren Vertriebsmitarbeitern.

Aber könnten diese ihre Zeit nicht viel effizienter nutzen? Doch, und es ist ganz einfach. Schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe: Wenn Ihre Außendienstmitarbeiter beim Kunden vor Ort mit Hilfe eines digitalen Produktkatalogs präsentieren und damit Aufträge erstellen, werden diese mit **itmX sales** automatisch ins CRM übermitteln ist – **eine nachgelagerte Erfassung des Kunden-**

„WIE TÖRICHT IST ES, PLÄNE FÜR DEN NÄCHSTEN TERMIN ZU MACHEN, WENN WIR DOCH NICHT EINMAL HERREN DES LETZTEN BESUCHES SIND.“

SENECA



auftrags entfällt somit. Das senkt wiederum auch die Fehleranfälligkeit enorm.

Natürlich wird die Besuchsnachbereitung dadurch nicht komplett obsolet. Wertvolle Erkenntnisse aus dem persönlichen Gespräch sollten selbstverständlich ergänzend manuell festgehalten werden. Dabei ist wichtig, dass neben reinen textlichen Informationen auch strukturierte Daten gewonnen werden, damit man diese für analytische Auswertungen heranziehen kann.

Diese Umfragen und Merkmale sollen so **übersichtlich** angeordnet sein, dass der Vertriebler diese im oder kurz nach dem Termin ins System einpflegen kann. Auch die Erfassung von Folgeaufgaben für sich und weitere Kollegen kann so intuitiv geschehen. Und falls dem Mitarbeiter während der Autofahrt noch etwas Wichtiges einfällt, kann er einfach über **Voice-to-Text** Funktionen den Besuchsbericht ergänzen.

Sie möchten Ihre Besuchsnachbereitung optimieren? **Erfahren Sie mehr über itmX sales!**

Checkliste Besuchsvorbereitung:

Die Gesprächsvorbereitung ist entscheidend für einen erfolgreichen Vertriebstermin. Unsere Checkliste liefert Ihnen die Grundlage für eine perfekte Besuchsplanung.

itmx.de/checkliste-besuchsvorbereitung

Weisheit Nummer 7:

Nach dem Kauf ist vor dem Kauf

Exzellenter Kundenservice für erfolgreichen After Sales

Nach dem Verkauf eines Produktes oder einer Leistung sollten Sie sich nicht auf Ihren Lorbeeren ausruhen, sondern stattdessen weiter **in die Beziehung zu Ihrem Käufer investieren** – mit exzellentem Kundenservice sowie dem Anbieten weiterer, auf die Bedürfnisse des Kunden abgestimmter Leistungen und Angebote. Denn nur ein zufriedener Kunde ist ein guter Kunde und hilft **Ihnen neue Geschäftschancen** zu erschließen: durch persönliche Weiterempfehlung, durch positive Bewertungen in Ihrem Onlineshop oder auf digitalen Plattformen und natürlich nicht zuletzt durch weitere Käufe.

Aber wie gelingt es, aus Käufern begeisterte Fans zu machen, die ihre positiven Erfahrungen auch mit anderen teilen? Zunächst einmal sollten Sie Ihren Kunden nach dem Kauf nicht mit seinem Produkt oder Dienstleistung allein lassen, selbst wenn er nicht aktiv Ihre Hilfe sucht. **Gehen Sie als Unternehmen proaktiv auf den Käufer zu**, um sich zu versichern, dass alles funktioniert und um Anwenderfehler vorzubeugen – im schlimmsten Fall führen solche zur Frustration des Kunden, der Ihrem Angebot dann die Schuld gibt. Oftmals bietet dies auch die Chance, erweiterte Services anzubieten oder etwaige Reklamationen frühzeitig zu antizipieren und dann leichter professionell managen zu können.

Wie können Sie das bewerkstelligen? Ganz einfach: stellen Sie in Ihrem CRM ein, dass jeder Verlauf über einen Workflow eine Folgeaktivität generiert, sodass Sie oder Ihr Service-Team beispielsweise zwei Wochen nach Kauf automatisch daran erinnert werden, den entsprechenden Kunden für ein kurzes Feedback-Gespräch anzurufen. So behalten Sie Ihre Kunden im Blick und müssen sich keine Sorgen machen, etwas zu vergessen.

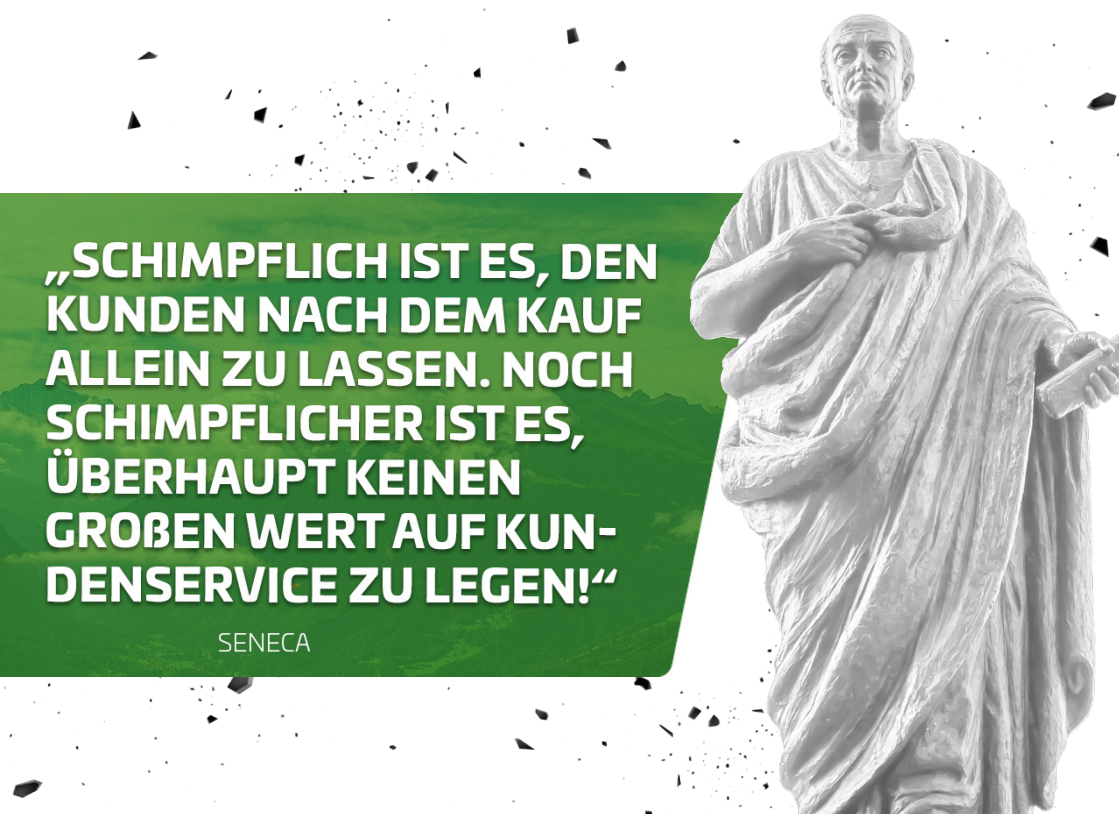
Ein weiterer attraktiver Weg, um den Kundenkontakt konstant aufrechtzuerhalten und den After Sales zu fördern ist etwa ein **Abo-Modell für Ersatzteile oder Verbrauchsmaterialien**, wie zum Beispiel Staubsaugerbeutel, einzuführen. Durch die sensorische Verschleißerfassung bei smarten Produkten oder einfach nach einer gewissen Anzahl Betriebsstunden er-

hält der Kunde automatisch Nachschub. Sie sichern sich andauerndes Geschäft und der Verbraucher freut sich, dass er sich nicht darum kümmern muss. Win-Win also. Und es kommt noch besser: der Prozess dazu lässt sich **voll automatisch im Hintergrund** steuern, ohne dass ein Mitarbeiter einen Auftrag erfassen muss!

Die notwendige Infrastruktur liefert die Kombination aus IoT, ERP und CRM – beziehungsweise einer vollständig integrierten CRM-Lösung samt nahtloser Verknüpfung zu E-Commerce: **itmX customer portals**.

Damit bieten Sie Ihren Kunden direkten Zugriff auf relevante Informationen und Daten und glänzen mit vollständiger Transparenz. Neben der Bestellfunktion können Ihre Kunden vergangene Bestellungen, Rechnungen, Lieferungen und vieles mehr in Echtzeit abrufen. Durch dieses schnelle Self-Service-Angebot steigern Sie die wahrgenommene Qualität Ihres Services und damit die **Zufriedenheit der Kunden**.

Sie möchten Ihren Kundenservice auf die nächste Stufe heben, um After Sales zu befördern? **Erfahren Sie mehr zu itmX customer portals**!



Weisheit Nummer 8:

Was kaputt ist, soll man reparieren

Serviceprozesse digitalisieren für maximale Effizienz & top Kundenerfahrungen

Wie soeben gezeigt, ist es enorm wichtig, proaktiv den Kontakt zum Kunden aufzubauen, um neue Geschäftschancen zu entwickeln. Aber natürlich kommt es auch mal vor, dass etwas kaputt geht oder reklamiert werden muss. **Schadens- und Beschwerdefälle sind ein wichtiger Customer Touchpoint** und, professionell gelöst, ein Sprungbrett für Wiederverkauf sowie Cross- und Upselling, denn die positive Erfahrung mit Ihrem Service bleibt dem Kunden langfristig im Gedächtnis. Ein Beweis: Der Umsatzanteil des Servicegeschäftes beträgt bei den meisten Unternehmen über zehn Prozent, wie die KVD Servicestudie 2020 herausfand – Tendenz steigend.

Was also tun, um dem Kunden eine möglichst angenehme Erfahrung zu bescheren? Zunächst muss er Sie gut erreichen können. Überprüfen Sie deshalb Ihre gesamte Unternehmenskommunikation darauf, ob Sie Ihre **Erreichbarkeit** in allen Channeln deut-

„AUCH AUS REKLAMATIONEN, DIE EINEM IN DEN WEG GELEGT WERDEN, KANN MAN ERFOLGREICHE KUNDENBEZIEHUNGEN AUFBAUEN.“

GOETHE



lich vermitteln und sich nahbar zeigen: Ein gut sichtbarer Call-Back-Button auf der Homepage und im Kundenportal, die Rufnummer auf allen wichtigen (Liefer-) Dokumenten, ein E-Mail-Kontaktformular und mehr – es klingt banal, aber wenn Sie es Ihrem Kunden bei der **Kontaktaufnahme möglichst einfach** machen, können einige Wogen wegen eines defekten Produktes oder Ähnlichem bereits geglättet werden.

Damit ist die erste Hürde genommen; das Anliegen des Kunden ist bei Ihnen im System eingegangen. Im Idealfall **weiß der Innendienst des Kundenservice sofort** genau welche Produkte beim Kunden im Einsatz sind (Installed Base); wann der nächste Techniker einsatzbereit ist; ob sich gerade einer in der Nähe des Einsatzortes aufhält; welcher Techniker über die passende Qualifikation für die Aufgabe verfügt; wer das richtige Equipment dabei hat.



Dank voller 360°-Sicht auf den Kunden und der Integration von Daten aus dem CRM, ERP und anderen Quellen wie Outlook oder Notes beantwortet **itmX service** all diese Fragen auf einen Blick! Serviceaufträge können dort einfach per Drag-and-Drop auf einer **digitalen Plantafel** verschiedenen Mitarbeitern zugeordnet werden. Die Servicetechniker im Einsatz erhalten dann direkt eine Benachrichtigung auf ihr Smartphone oder Tablet. So stellen Sie sicher, dass die richtigen Personen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind: für **maximale Effizienz bei der Planung Ihrer Prozesse**.

Ihre Serviceprozesse in Ihrem CRM zu integrieren bietet aber noch mehr Vorteile als nur die digitalisierte Einsatzplanung – es steigert auch die **Servicequalität**! Denn der Servicetechniker hat dadurch die wichtigsten Kundeninformationen immer mit dabei, weiß genau wo die Probleme liegen und kann so gezielter auf den Kunden eingehen, fundierte Empfehlungen zu Ersatzteilen oder einem neuen Produkt aussprechen und damit den Verkauf fördern.

Außerdem wird der Arbeitsalltag des Servicetechnikers durch die Integration ins CRM-System vereinfacht: **Serviceberichte** lassen sich im Handumdrehen digital erstellen, mobil unterschreiben und schon sind alle Informationen von der Störmeldung über die Arbeitszeit bis hin zur Seriennummer des verbauten Ersatzteils im CRM erfasst – in Echtzeit.

Selbstverständlich werden alle Daten – inkl. Messwerte, welche über Sensoren direkt in die Serviceanwendung des Technikers gelangen – anhand von analytischen Reports validiert, so dass vorausschauende Services angeboten werden können (z.B. Wartung). Von den Insights profitiert durch die Integration von ERP und CRM mit einer gemeinsam genutzten Datenablage also auch der Vertrieb. **Erfahren Sie mehr zur Doppelspitze itmX service und itmX sales**!

Und das war noch nicht alles...

Wir hoffen, Sie hatten Spaß beim Lesen unserer 8 Weisheiten und konnten daraus einige hilfreiche Tipps für Ihr CRM der Zukunft gewinnen. Natürlich besteht so ein System nicht im luftleeren Raum, sondern muss auf die individuellen An- und Herausforderungen eines Unternehmens, abhängig von Größe, Branche, Kundenstamm und mehr, abgestimmt sein. Wir beraten Sie gerne dazu und finden gemeinsam **passgenaue, ganzheitliche und integrierte Lösungen für Ihre CRM-Challenges**. Und was nicht passt, wird passend gemacht.

Sie haben Fragen oder wünschen ein Beratungsgespräch?

Kontaktieren Sie uns – wir freuen uns über Ihre Nachricht!



Dagmar Cölln
Senior Sales

sales@itmx.de
+49 7231 96825 10

Über itmX

Die **itmX GmbH** bietet mit der **itmX crm suite** eine Omni-Channel-Plattform für eine **360°-Sicht auf alle Marketing-, Sales-, Commerce- und Service-Prozesse**. Neben der reinen Software-Suite bietet das Unternehmen mit Hauptsitz in Pforzheim eine ganzheitliche Prozessberatung von der Strategieplanung über einen ersten Proof of Concept (PoC) bis hin zu individuellem Design, Implementierung und Betrieb der Software. Die innovativen Lösungen der **itmX GmbH** begeistern schon heute mehr als 120 Kunden aus den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Bauobjektwesen, Projektfertigung, Handel, Hightech und Elektrotechnik.

Die **itmX GmbH** ist ein Tochterunternehmen der NTT DATA Business Solutions, einem **weltweit führenden SAP-Beratungshaus** mit über 9.500 Mitarbeitern und Niederlassungen in 25 Ländern. Der Mutterkonzern beider Gesellschaften ist die NTT DATA, einem führenden Anbieter von Business- und IT-Lösungen mit über 123.000 Mitarbeitern weltweit.

itmX
NTT DATA Business Solutions

Stuttgarter Str. 8
75179 Pforzheim

+49 7231968250
info@itmx.de

Weitere Infos:
www.itmx.de