

Link: <https://www.computerwoche.de/a/geldgrab-crm,1899724>

Studie offenbart Schwächen bei Kundenorientierung

Geldgrab CRM

Datum: 01.07.2009
Autor(en): Buxton Ima

Deutsche Firmen investieren zwar intensiv in Customer Relationship Management Lösungen. Dennoch ist CRM in den Unternehmen bislang erst selten zum Instrument einer konsequent kundenorientierten Strategie geworden.



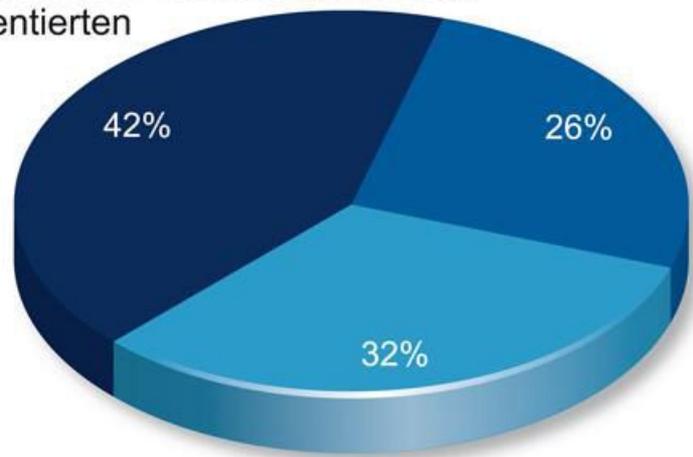
Nur wenige Unternehmen setzen auf eine konsequente Kundenorientierung.

Foto: Getty Images, John Foxx

Zu diesem Ergebnis kommt eine Erhebung des **CRM**¹-Spezialisten **ec4u expert consulting**². Danach urteilen 42 Prozent der fast 300 befragten Firmen, CRM werde bei ihnen als reines Marketingwerkzeug eingesetzt. Lediglich in jedem vierten Fall ist das Kundenbeziehungsmanagement in die **Unternehmensphilosophie**³ eingeflossen. Bei einem Drittel ist die Rolle von CRM überhaupt nicht geklärt. Und nur 27 Prozent geben an, dass CRM in ihrem Unternehmen durchgängig als kundenorientierte Unternehmensphilosophie gelebt würde.

Ist CRM in Ihrem Unternehmen ein reines Marketingwerkzeug oder Instrument einer kundenorientierten Unternehmensphilosophie?

- reines Marketingwerkzeug
- Instrument der Unternehmensphilosophie
- ist nicht geklärt



(n = 291 CRM-Anwender über 50 Mio. Euro Umsatz; Quelle: ec4u expert consulting)

CRM - in vielen Unternehmen reines Marketingwerkzeug

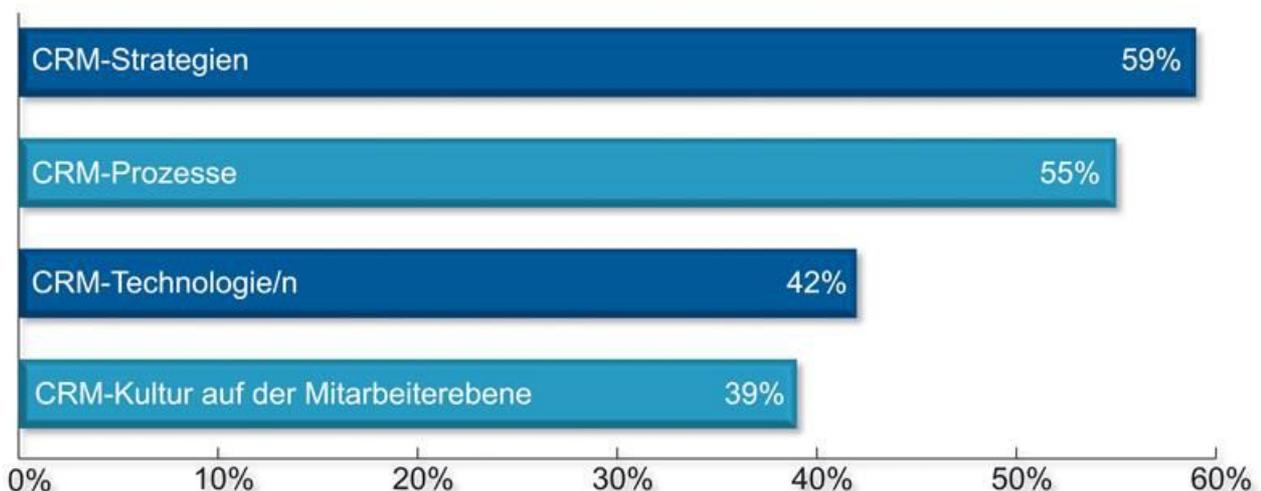
Foto: ec4u expert consulting

"Das Kundenmanagement folgt keinem Selbstzweck, sondern muss in seiner Ausrichtung die Marktpolitik des Unternehmens verkörpern", erläutert der Director CRM Beratung bei ec4u, Mario Pufahl. "Hier besteht erheblicher Handlungsbedarf, weil sonst zwar unverändert viel Geld in das Kundenmanagement investiert wird, ihm aber die erforderliche Navigation fehlt", so Pufahl. Erforderlich sei, so der CRM-Experte, ein integrierter Management-Ansatz. Doch davon seien viele Unternehmen weit entfernt. Als Grund dafür nennen 59 Prozent der befragten Unternehmen Schwächen in der eigenen CRM-Strategie. Aber auch die Qualität und Effizienz der Prozesse im Kundenmanagement erachten viele Firmen als nicht ausreichend.

Gute CRM-Plattform keine Garantie für optimales Kundenmanagement

Ein

Unternehmen setzen inzwischen verstärkt auf einen integrierten Managementansatz für CRM.
In welchen Bereichen bestehen bei Ihnen noch die größten Schwächen?



(n = 291 CRM-Anwender über 50 Mio. Euro Umsatz; Mehrfachnennungen möglich; Quelle: ec4u expert consulting)

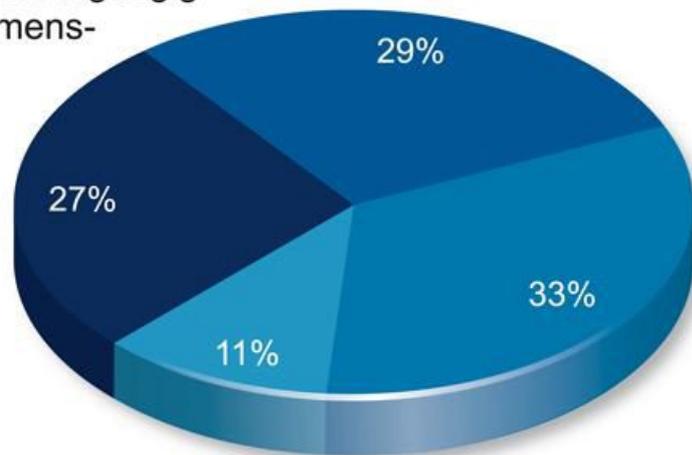
integrierter Management-Ansatz für CRM ist selten.

Foto: ec4u expert consulting

Bei Fragen zur firmeneigenen CRM-Kultur auf der Arbeitsebene sowie zu **technischen Lösungen**⁴ kommt die Umfrage zu positiveren Ergebnissen. In diesen Bereichen haben deutlich weniger Firmen (39 bzw. 42 Prozent) Schwächen geortet. Für Pufahl ist diese relative Zufriedenheit mit den CRM-Systemen keineswegs überraschend. "Es gibt zwar auch einen signifikanten Migrationsbedarf im Markt. Aber die funktionale Basis ist insbesondere dort", so Pufahl "wo während der letzten Jahre in moderne Systeme investiert wurde, meist sehr anforderungsgerecht".

In welchem Grad wird bei Ihnen durchgängig eine kundenorientierte Unternehmensphilosophie gelebt?

- sehr konsequent
- mit gewissen Abstrichen
- mit großen Abstrichen
- relativ inkonsequent



(n = 291 CRM-Anwender über 50 Mio. Euro Umsatz; Quelle: ec4u expert consulting)

Eine kundenorientierte Unternehmensphilosophie verfolgen bislang die wenigsten Unternehmen.
Foto: ec4u expert consulting

Ob diese Potenziale jedoch auch immer optimal genutzt werden, steht nach Meinung von Pufahl auf einem ganz anderen Blatt. "Die deutlich schlechteren Werte für die **CRM-Strategien**⁵ und -Prozesse zeigen letztlich, dass eine gute CRM-Plattform noch längst keine Garantie für ein optimales Kundenmanagement ist", so Pufahl.

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/c/CRM.html>

² <http://www.ec4u.de/>

³ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/it_strategie/

⁴ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/crm/

⁵ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.