COMPUTERWOCHE
VOICE OF DIGITAL

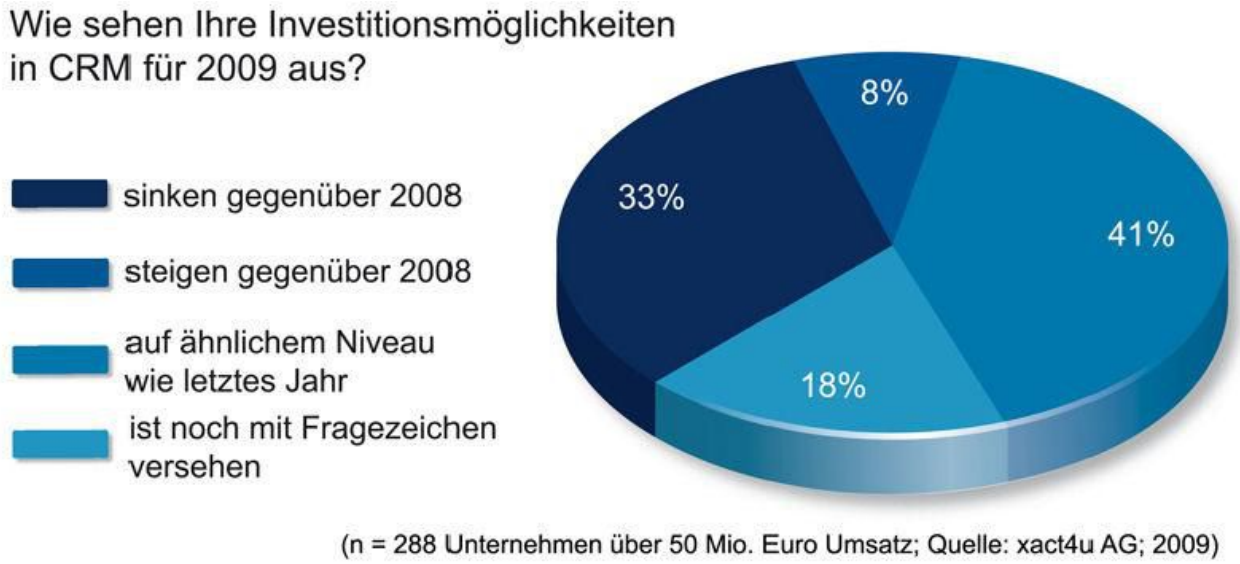
Link: https://www.computerwoche.de/a/jede-zweite-firma-investiert-weiter-in-crm,1888019

Kunden binden das entscheidende Thema

Jede zweite Firma investiert weiter in CRM

Datum: 26.02.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Die Bedeutung des Kundenmanagements nimmt trotz Krise in 2009 zu. Die Hälfte der Firmen wird ihre CRM-Budgets beibehalten oder erhöhen, so eine aktuelle Studie.



(n = 288 Unternehmen über 50 Mio. Euro Umsatz; Quelle: xact4u AG; 2009)

Zwar müssen ein Drittel der Marketingverantwortlichen Budget-Einbußen in Kauf nehmen. Doch die überwiegende Mehrheit kann mit zumindest stabilen Budgets rechnen: Quelle: Xact4u, 2009

Eine deutliche Fokussierung auf die Kundenbindung beurteilen 39 Prozent der Interviewten als eine generelle und damit konjunkturunabhängige Aufgabe. Doch in den Augen von 54 Prozent der Interviewten fordere die **Wirtschaftskrise**[1] dazu heraus, die **CRM**[2]-Maßnahmen zu forcieren. Höhere Erfordernisse stellen aber nicht in allen Fällen sicher, dass dafür auch mehr Geld zur Verfügung gestellt wird. So muss sich laut Umfrage ein Drittel der befragten **CRM**[3]-Verantwortlichen in 2009 mit geringeren Budgets zufrieden geben, bei weiteren 18 Prozent stehe immer noch nicht fest, mit welchem Budget sie dieses Jahr rechnen können. Auf der anderen Seite verfügen 41 Prozent der befragten Firmen über ähnliche Investitionsmöglichkeiten wie im vergangenen Jahr, weitere acht Prozent können für 2009 sogar ein Plus verzeichnen, so die Studie weiter.

Kunden haben höchste Prio

Die Prioritäten der CRM-Aktivitäten lassen darauf schließen, dass die Wirtschaftskrise zum Taktstock für die Strategien geworden ist. So fällt die deutliche Hinwendung zur **Kundenbetreuung**[4] auf, die in diesem Jahr für zwei Drittel der Befragten höchste Priorität hat. An zweiter Stelle der vorgesehenen Optimierungsmaßnahmen folgt die Verbesserung des **Internet-Auftritts**[5]. Andere Vorhaben wie das **Kampagnen-Management**[6] (41 Prozent), die Analyse und Auswertung der Kundeninformationen (38 Prozent) und das so genannte "**Sales Force Automation**[7]" (31 Prozent) haben laut Erhebung eine vergleichsweise geringere Bedeutung in den Planungen.

Das sind die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage, die die Managementberatung **Xact4U Strategy Consulting AG**[8] unter knapp 300 Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Millionen Euro durchgeführt hat. Mit Standorten in Karlsruhe, Zürich und Wien unterstützt der CRM-Spezialist Firmen wie **SAP**[9], **Bosch**[10] oder **Oracle**[11] bei der Entwicklung IT-gestützter Vertriebs- und Marketing-Strategien.

Links im Artikel:

1 **https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/w/wirtschaftskrise.html**
2 **https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/c/crm.html**
3 **https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1886608/**
4 **https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1883603/**
5 **https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1869212/**
6 **https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1887516/**
7 **http://de.wikipedia.org/wiki/Sales_Force_Automation**
8 **http://www.xact4u.com/**
9 **https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/SAP.html**
10 **http://www.bosch.de/**
11 **http://www.oracle.de/**

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.