



Fit für die CRM-Ziele – mit der CINTELLIC CRM-Roadmap

Unternehmens- und CRM-Ziele geben meist klare Vorgaben, dass CRM und Kundenansprache konsequent ausgebaut werden sollen. Die Frage ist nun, wie diese Anforderungen am besten umgesetzt werden können, denn sie stellen meist hohe Ansprüche an die internen CRM-Prozesse und nicht selten verliert man den Überblick, an welcher Stelle am besten anzusetzen ist und mit welchem konkreten Vorgehen die Ziele erreicht werden können. Soll zuerst ein Kampagnenmanagement-Tool eingeführt werden oder Analytik aufgebaut werden? Oder doch mit dem Aufbau von Realtime-Prozessen starten?

Die Herausforderung ist, die relevanten Use Cases und die dafür benötigten Bausteine oder Enabler eines CRM-Zielbildes zu erkennen und sinnvoll zu priorisieren. Erst dann gewinnt man auch Transparenz über deren Abhängigkeiten. Denn einzelne Use Cases rechnen sich meist nicht und es ist eine Paketierung notwendig.

Die typischen Fragestellungen der Entscheider sind:

- Wie verdiene ich in Zukunft mit den CRM-Maßnahmen überhaupt Geld?
- Was muss ich tun, um die Unternehmens- und CRM-Ziele zu erreichen?
- In welcher Reihenfolge muss ich es tun?
- Wie stelle ich sicher, dass sich die CRM-Investitionen auch lohnen?

Was genau bietet CINTELLIC an?

Zur Beantwortung der vorgenannten Fragestellungen bietet CINTELLIC ein **CRM-Audit** mit folgenden Inhalten an:

- Standardisiertes und individualisierbares CRM-Assessment zur Identifikation des Reifegrades und Zielbildes
- Detaillierte Analyse und Priorisierung der identifizierten Handlungsfelder im Umfeld von Marketing Automation, Data Analytics oder Datenmanagement
- Unterteilung in Use Cases (Business Mehrwert) und Enabler (Investitionsbereiche) inkl. Organisationsbereiche
- Umsetzungs-Roadmap auf 1-2 Jahre mit klar strukturierter Paketierung, so dass die Use Cases iterativ in 3-6 Monaten erfolgreich umgesetzt werden können

Was erhalten Sie im Detail?

Bei den vorhergehenden Fragestellungen nutzt CINTELLIC das Konzept des CRM-Reifegrad Assessments. Dieses Vorgehen wurde entlang vielfältiger CRM-Projekte entwickelt und anhand jahrelanger Projekterfahrungen standardisiert. Es unterteilt sich in sieben CRM-Schwerpunkte.

1. CRM-Strategie & Prozesse
2. Planungsprozess
3. Ansprachekonzept/ Customer Journey Management
4. Kanäle/ Tools/ Marketing Automation
5. Reporting & Monitoring
6. Datenmanagement
7. Marketing Analytik & Insights

Jeder dieser Schwerpunkte wird im Zuge des Projekts auf den Status Quo und das gewünschte Ziellevel hin mit eigens entwickelten standardisierten Assessmentbögen erhoben und anhand von fünf Reifegraden – von „Erfolgsfaktor nicht vorhanden“ bis hin zu „Branchenprimus“ bewertet. Aus den Abweichungen zwischen Ist- und Ziellevel werden die jeweiligen Handlungspotenziale und Quick-Wins ermittelt. Das Projektvorgehen gliedert sich in drei Hauptphasen mit unterschiedlichen Arbeitspaketen:

Phase I: Definition strategisches Zielbild	
Projekt Setup & Kick-Off	Anforderungsabgleich
Phase II: Soll-/ Ist Analyse	
Workshops & Interviews	Ergebnisaufbereitung
Ausarbeitung Use Cases & Enabler	
Phase III: Konzeption & Roadmap	
Bewertung & Priorisierung	Erstellung Roadmap

1. Definition strategisches Zielbild und Anforderungen

Die Bewertung von CRM-Maßnahmen sollte immer die strategischen Unternehmensziele und besonders die CRM-Ziele als Startpunkt nehmen. Sie sind die Basis für die Bewertung des aktuellen CRM-Reifegrades und die Ermittlung der Entwicklungsfelder.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- eine Kick-Off Unterlage sowie die abgestimmten Anforderungen zum CRM-Zielbild.

2. Analyse (Soll-Ist-Abgleich anhand des Assessmentbogens)

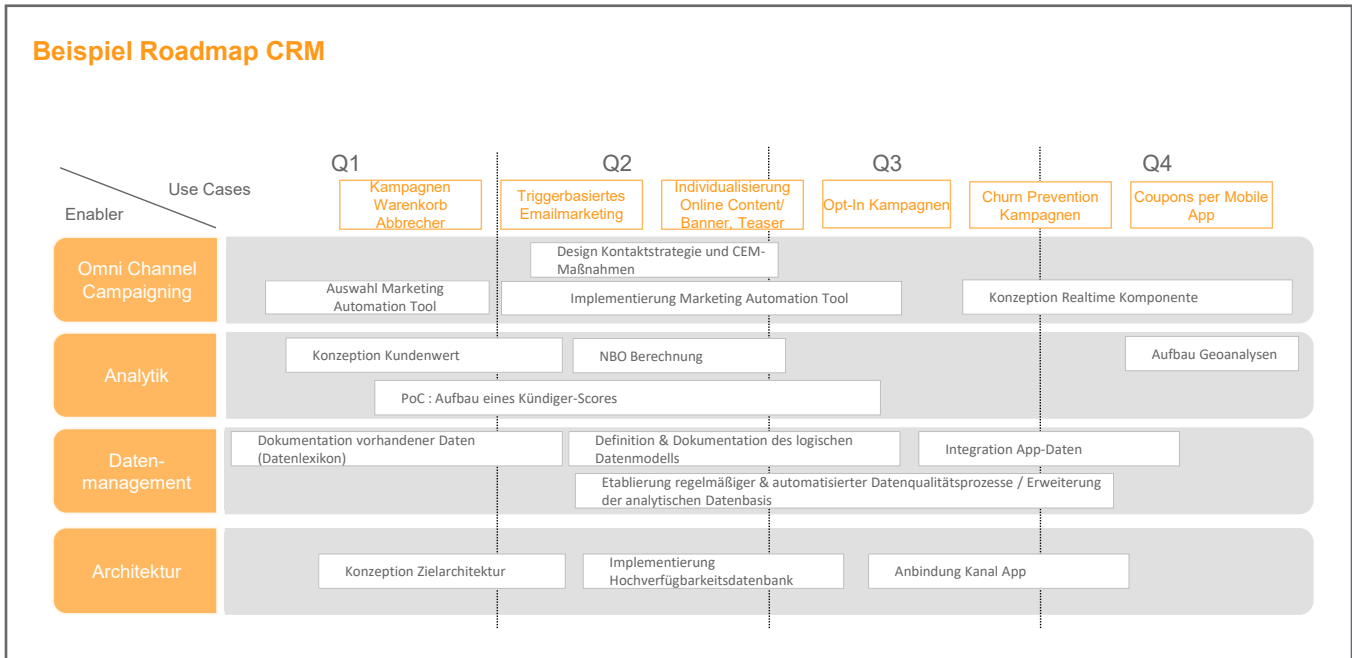
Um den Reifegrad des CRM im Unternehmen zu ermitteln, hat es sich bewährt, die beteiligten Abteilungen in die Bewertung mit einzubeziehen. Im Rahmen von Workshops und Interviews kann so eine valide Bestandsaufnahme der CRM-Maßnahmen abgebildet werden. Daran anknüpfend wird dann das Zielbild konkretisiert. Anhand einer Gap-Analyse wird herausgearbeitet, in welchen Bereichen Verbesserungspotenziale liegen und welche Maßnahmen nötig sind, um das Zielbild zu erreichen.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Aufbereitung der Interview-Ergebnisse/ Fragebögen, bspw. visualisiert über ein Spinnendiagramm um anhand der Reifegrade direkte Optimierungspotenziale zu erkennen.
- Umfassende, einheitliche Beschreibung der Handlungsempfehlungen und Use Cases, inkl. Beschreibung der Enabler, die benötigt werden, um den Use Case umzusetzen.



Beispiel Roadmap CRM



3. Konzeption (Priorisierung & Roadmap)

Die identifizierten Maßnahmen müssen nach Aufwand und Hebelwirkung bewertet und priorisiert werden, um ein abschließendes Zielbild zu erstellen. Auf dieser Basis kann eine CRM-Roadmap entwickelt werden, die sich nach den relevanten Enablern zur Umsetzung der identifizierten Use Cases und den bevorstehenden Quartalen gliedert. Mit diesem Wegweiser erkennen Sie, welche Maßnahmen Priorität haben und wie diese aufeinander aufbauen. Sie wissen damit auch, in welcher Reihenfolge Sie Ihre CRM-Aktivitäten angehen müssen, um Ihre Maßnahmen erfolgreich auf die CRM-Ziele auszurichten. Aus den identifizierten Lücken können so durch Quick-Wins schnell erste Erfolge erzielt werden und mit den strategischen Maßnahmen eine CRM-Strategie abgeleitet werden.

Als Ergebnis erhalten Sie:

- Die Bewertung zum notwendigen Ressourcenaufwand sowie Business Mehrwert pro Use Case.
- Die gemeinsam entwickelte und abgestimmte BI-Roadmap für die nächsten 1-2 Jahre.

Durch die Standardisierung unseres CRM-Audits können wir Ihnen in 2-4 Wochen die gewünschten Ergebnisse liefern. Der Zeitaufwand gestaltet sich abhängig von Anzahl der Stakeholder, Umfang und Komplexität der Organisation und der daraus resultierenden Menge an benötigten Interviews und Workshops. Dabei achtet CINETELLIC darauf, ressourcenschonend vorzugehen, damit Ihr Tagesgeschäft nicht behindert wird.

Warum CINETELLIC?

Die CINETELLIC Consulting Group ist für den DACH-Raum die Expertenberatung für ein kundenzentriertes CRM und bietet mit der CINETELLIC CRM-Roadmap ein Produkt, mit dem Klienten dank eines individuell angepassten Standardvorgehens und Jahren an Projekterfahrung aus dem Konzernumfeld, mit Effizienz und Qualität Potentiale im Kundenmanagement aufgezeigt bekommen.

Ihre Mehrwerte durch CINETELLIC für den Aufbau einer CRM-Roadmap:

- Mit Ihrer individuellen CRM-Roadmap sehen Sie genau, wo Ihre Entwicklungsfelder im CRM liegen, um Ihr Zielbild zu erreichen. Sie sehen, in welcher Reihenfolge Sie Ihre CRM-Aktivitäten angehen müssen und welche Abhängigkeiten bestehen.
- Damit können Sie Ihre CRM-Projekte transparent und strukturiert aufplanen und intern vermarkten. Für jeden Use Case erhalten Sie eine Bewertung nach Ressourcenaufwand und Business Mehrwert.
- Wir bieten mit der CRM-Roadmap ein Produkt, in das unsere langjährige Projekterfahrung im Mittelstands- und Konzernumfeld eingeflossen ist. So profitieren Sie von Best Practices, umfassendem Branchenwissen und dem Vergleich mit Benchmarks innerhalb und außerhalb Ihrer Branche.
- Durch unseren hohen Standardisierungsgrad profitieren Sie von zügigen Ergebnissen und ressourcenschonendem Projektvorgehen.
- Durch unseren ganzheitlichen Beratungsansatz sind wir zudem der richtige Partner, um nach Abschluss des Assessments unsere Klienten auch bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen zu unterstützen.

Ansprechpartner



Ania Nowak
Senior Sales Managerin
CINTELLIC Consulting Group
ania.nowak@cintelllic.com



Alexander Faber
Portfoliomanager
CINTELLIC Consulting Group
alexander.faber@cintelllic.com

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

