



Köln, 09.10.2007

Einsatz von CRM-Systemen in KMU

Status quo und Unternehmenserfahrungen

Dipl.-Wirt.-Inf. Andreas Duscha
www.ecc-handel.de



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit



Vorwort

- ▶ Viele Branchen klagen derzeit über einen Rückgang der Kundenloyalität. Gleichzeitig ist die Gewinnung von Neukunden – im Vergleich zur Erhaltung und dem Ausbau der Stammkunden – überproportional teuer. Dies zwingt Unternehmen mehr und mehr zu einer systematischen und professionellen Ausgestaltung ihrer Kundenkontakte. Der verschärfte nationale und internationale Wettbewerb sowie die Tatsache, dass die Konkurrenz zunehmend über ein ganzheitliches Kundenbeziehungsmanagement (CRM) verfügt, setzt die Unternehmen zusätzlich unter Druck.
- ▶ Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) wird es daher überlebensnotwendig, sich durch professionelles CRM vom Wettbewerb zu differenzieren. Dies geschieht durch professionelle Kundenkommunikation sowie durch eine gezielte Nutzung der Kundenkontakte.
- ▶ Mit der nachfolgenden Untersuchung wird eindrucksvoll aufgezeigt, dass sich bereits einige KMU dieser Herausforderung stellen. Sie haben die Hindernisse überwunden, die häufig mit der Einführung von CRM-Systemen verbunden sind. Die Ergebnisse verdeutlichen jedoch auch, dass gerade im Bereich der CRM-Integration aus Sicht der Unternehmen noch viele Fragen offen bleiben, die durch neutrale Informationen sachkundig beantwortet werden können.

Dr. Kai Hudetz



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit



Kurzzusammenfassung (I)

- ▶ Mit dem Einsatz eines professionellen CRM-Systems können sich Unternehmen erfolgreich von ihren Wettbewerbern differenzieren. Die IT-gestützte Pflege der Kundenbeziehungen wird insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen in zunehmendem Maße zu einem zentralen Wettbewerbsfaktor.
- ▶ Die vorliegende Untersuchung „Einsatz von CRM-Systemen in KMU – Status quo und Unternehmenserfahrungen“ zeigt auf, wie es derzeit um die Nutzung von CRM-Systemen in KMU bestellt ist und welche Hindernisse sich aus Sicht der Befragten bei der Einführung ergeben können. Die Befragung ist Bestandteil eines vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Projekts zur Einführung eines ganzheitlichen CRM-Ansatzes bei KMU.
- ▶ Die Erhebung wurde von Juni bis Juli 2007 durchgeführt und auf zahlreichen Informationsplattformen beworben. Insgesamt nahmen 232 Unternehmen an der Online-Befragung teil.



Kurzzusammenfassung (II)

- ▶ In der Stichprobe sind sowohl Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen als auch Handwerksbetriebe vertreten, wobei auf den Dienstleistungssektor über 55 % der Stichprobe entfallen. Es sind Unternehmen aller PLZ-Regionen vertreten.
- ▶ Mit der vorliegenden Befragung wurden – im Gegensatz zu den meisten anderen Untersuchungen – viele kleine und kleinste Unternehmen erreicht. 44 % der befragten Unternehmen beschäftigen weniger als zehn Personen.
- ▶ Lediglich jedes zweite befragte Unternehmen setzt derzeit ein CRM-System für ein effektives Kundenbeziehungsmanagement ein.
- ▶ Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen, die derzeit noch kein CRM-System verwenden, planen bis zum Jahr 2009 die Einführung einer CRM-Software.
- ▶ 70 % der befragten Unternehmen haben die meisten der mit der Einführung des CRM-Systems verfolgten Ziele bis dato erreicht.
- ▶ Die Unternehmen, die bislang noch kein CRM-System verwenden, geben als Hauptgrund für diese Entscheidung mangelndes Wissen über die Einsatz- und Integrationsmöglichkeiten an.



Kurzzusammenfassung (III)

- ▶ Insgesamt zeigen die Umfrageergebnisse ein differenziertes Bild hinsichtlich des Einsatzes von CRM-Systemen in KMU auf. So gibt immerhin knapp ein Viertel der Befragten an, weder ein CRM-System zur Unterstützung der Kundenbindungsprozesse zu verwenden noch eine Einführung in den nächsten Jahren zu planen.
- ▶ Demgegenüber stehen jedoch viele zufriedene Unternehmen, die CRM-Software bereits im Tagesgeschäft verwenden. Es zeichnet sich als positiver Trend ab, dass knapp drei Viertel aller befragten Unternehmen im Rahmen eines professionellen Kundenbeziehungsmanagements bereits jetzt CRM-Systeme einsetzen oder bis spätestens zum Jahr 2009 CRM-Systeme einführen möchten.
- ▶ Insgesamt bleibt festzuhalten, dass seitens der Unternehmen ein großes Interesse am Thema CRM besteht. Dies umfasst insbesondere die Bereiche der erfolgreichen Einführung und Nutzung von CRM-Systemen. Gleichzeitig bestehen bei vielen Unternehmen, die sich bisher gegen die Einführung eines CRM-Systems entschieden haben, noch große Wissenslücken über dieses Thema. Durch geeignete Informationsangebote, wie sie das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) bereit hält, können diese Unternehmen mit fundiertem, neutralem Wissen nachhaltig unterstützt werden.



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit

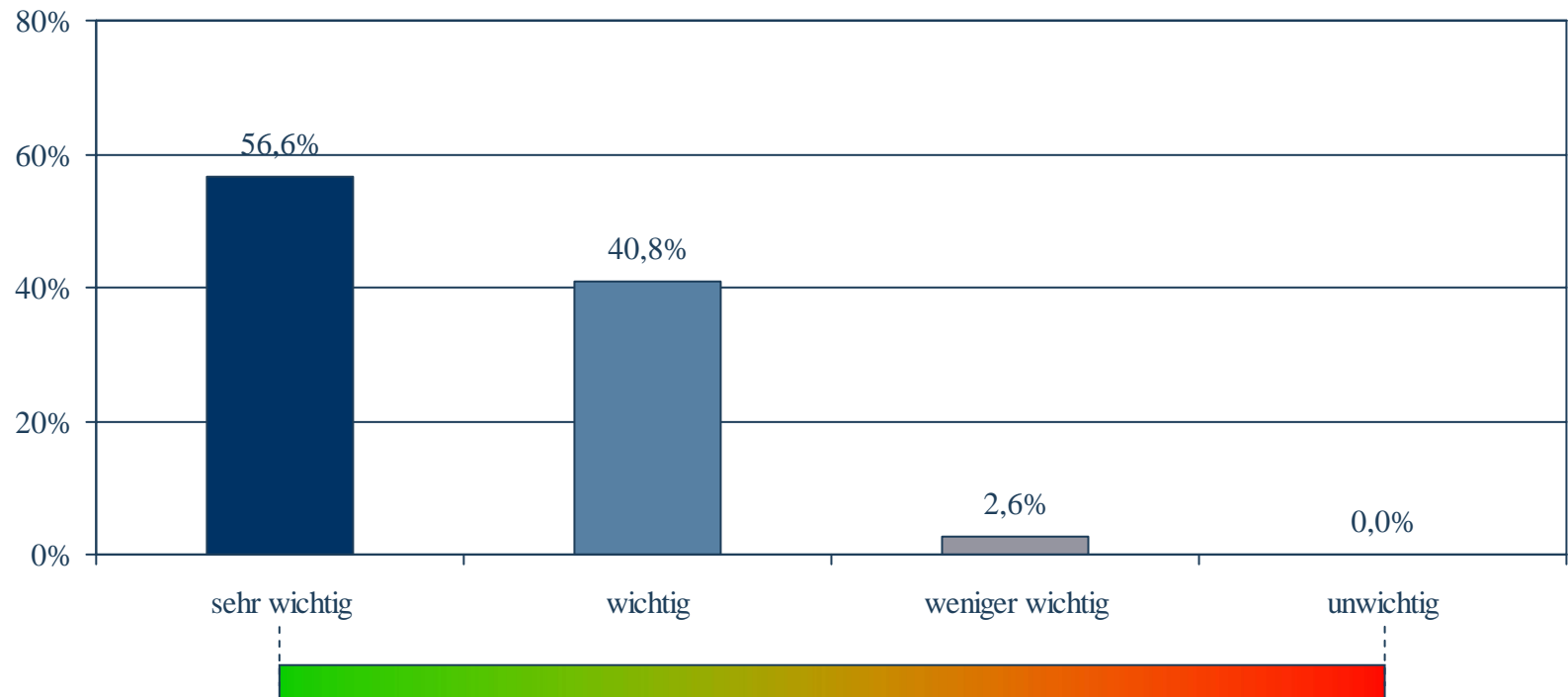


Kundenbeziehungsmanagement bei KMU

- ▶ KMU betreiben trotz ihres großen Interesses am Thema CRM immer noch zu einem nur geringen Teil ein wirklich ganzheitliches Kundenbeziehungsmanagement. So verfügen sie oft lediglich über rudimentäre Systeme zur Kundenerfassung und führen nur einzelne Marketingmaßnahmen durch, ohne diese kundenspezifisch abstimmen zu können. Wie Studien belegen, scheitern bis zu 50 % der CRM-Einführungen, da vor der Implementierung die Ziele nicht exakt definiert sind, die Kundenbedürfnisse nicht genau berücksichtigt werden und organisatorische Anpassung sowie Mitarbeiterschulung fehlen.
- ▶ Mit dem zunehmenden Wettbewerb besteht jedoch auch für KMU die Chance bzw. vielmehr die Notwendigkeit, sich besser am Markt zu positionieren. Die Unternehmen können über gezielte Maßnahmen die für sie interessantesten Kunden identifizieren und diesen genau auf sie abgestimmte Angebote unterbreiten. Dies erhöht die Chance, Produkte und Dienstleistungen zielgerichteter zu verkaufen und die Kosten für Marketing und Vertrieb zu reduzieren.
- ▶ So zeigt z. B. die Studie „CRM und ASP – eine Lösung für den Mittelstand?“ von MR&S Market Research & Services GmbH und NEG auf, dass für über die Hälfte der Unternehmen eine CRM-(Teil-)Lösung ein unverzichtbares Mittel zur Differenzierung im harten Wettbewerbsdruck geworden ist (siehe nachfolgende Abbildung).



Bedeutung des CRM-Einsatzes für Unternehmen



n = 76

Quelle: MR&S Market Research & Services GmbH/Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr: Customer Relationship Management (CRM) und Application Service Providing (ASP) – eine Lösung für den Mittelstand?, Oktober 2005.



Online-Umfrage „Einsatz von CRM-Systemen in KMU“

- ▶ Wie viele Unternehmen setzen bereits Customer Relationship Management-Systeme (CRM-Systeme) zur Unterstützung ihrer Kundenbeziehungen ein? Wurden die mit der Einführung verfolgten Ziele erreicht? Welche Hindernisse mussten überwunden werden? Welche Maßnahmen sind für das aktuelle Geschäftsjahr geplant? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die in diesem Berichtsband dokumentierte Untersuchung des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG, www.ec-net.de). Diese vom E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) federführend realisierte Befragung dient insbesondere dazu, das spezifische Informations- und Leistungsangebot der Kompetenzzentren zum Thema Kundenbeziehungsmanagement noch stärker an den Bedürfnissen der Zielgruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie des Handwerks auszurichten. Unternehmern soll der aktuellen Stand der Nutzung von CRM-Systemen aufgezeigt und sie sollen auf mögliche Hindernisse bei der CRM-Einführung hingewiesen werden.
- ▶ Die Online-Umfrage ist Bestandteil des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Projekts „Best Practice mit Roadshow zur Einführung eines ganzheitlichen CRM-Ansatzes bei KMU“.
- ▶ Die Online-Befragung wurde von Juni bis Juli 2007 durchgeführt und von zahlreichen Informationsplattformen beworben. Insgesamt gingen 232 verwertbare Fragebögen in die Auswertung ein.



Projekt „Best Practice mit Roadshow zur Einführung eines ganzheitlichen CRM-Ansatzes bei KMU “

- ▶ Neben der Online-Umfrage „Einsatz von CRM-Systemen in KMU“, die in diesem Berichtsband dokumentiert ist, setzt sich das Gesamtprojekt „Best Practice mit Roadshow zur Einführung eines ganzheitlichen CRM-Ansatzes bei KMU“ aus den nachfolgenden Tätigkeiten zusammen:
 - ▶ Im Rahmen des Projekts findet eine Begleitung ausgewählter Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, Größen und Prozess- bzw. Lieferantenketten bei der Einführung eines Kundenbeziehungsmanagementsystems und der ganzheitlichen Ausrichtung am Kunden statt. Die evaluierten Erfahrungen werden aufbereitet und in Form von vier anschaulich gehaltenen Praxisleitfäden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Die bereits erschienenen Praxisleitfäden finden sich auf ec-net.de unter: <http://www.ec-net.de/EC-Net/Navigation/Marketing/crm-integration,did=204460.html>.
 - ▶ Die bundesweite NEG-Roadshow „Kundenbeziehungsmanagement: CRM ja – aber richtig!“ begleitet das Verbundprojekt im zweiten Halbjahr 2007 mit insgesamt 11 Veranstaltungen. Eine Veranstaltungsübersicht findet sich auf kecos.de unter: http://www.kecos.de/kecosneu/index_2.php?kategorie=main&ukategorie=aktuelles
 - ▶ Diese und weitere Informationen über Kundenbeziehungsmanagement werden im Internet auf der Informationsplattform des NEG unter der Rubrik „CRM-Integration“ angeboten: <http://www.ec-net.de/EC-Net/Navigation/Marketing/crm-integration.html>



Kooperationspartner des Verbundprojekts



Dr. Kai Hudetz,
Andreas Duscha



Dorothea Riedel
(Projektkoordination)

KEGOM



KECoS
Kompetenz-Zentrum
Electronic Commerce
Schwaben



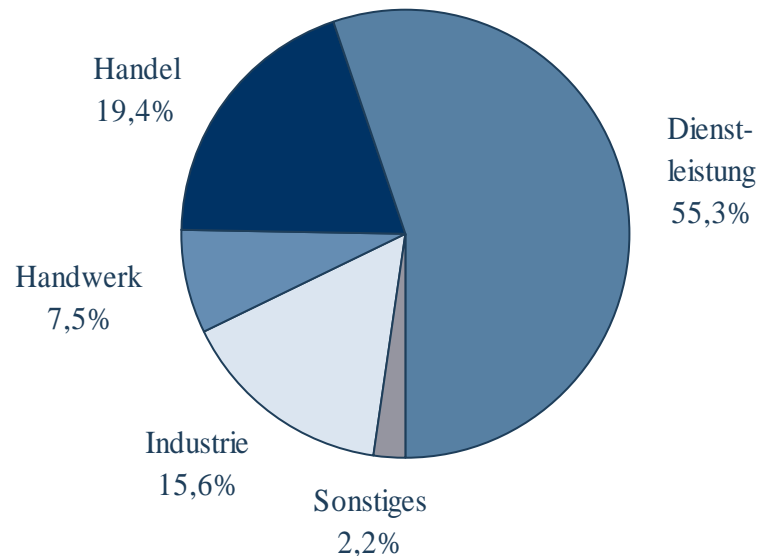
Prof. Dr. Hans-Jürgen Ott,
Markus Wirth



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit

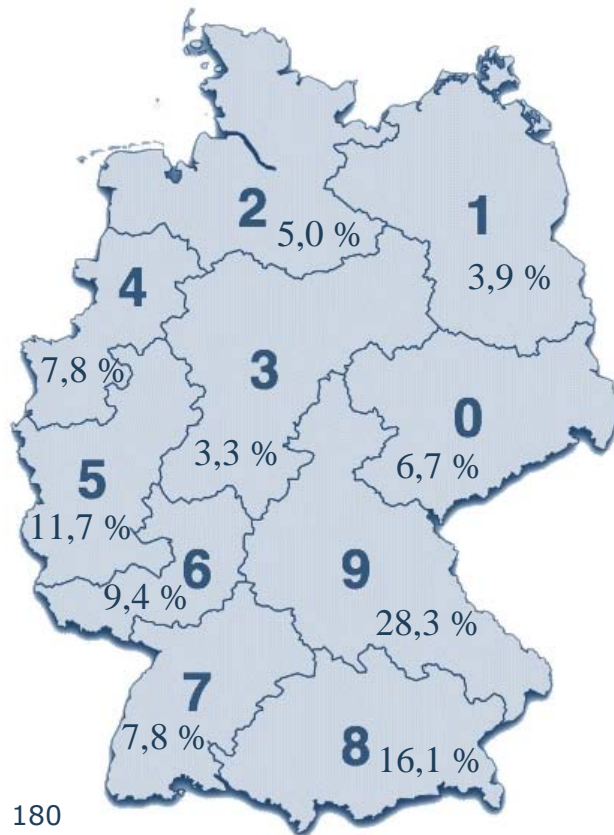
Branchenzugehörigkeit



n = 186

- ▶ Von den 232 Fragebögen, die in die Auswertung der Online-Umfrage „Einsatz von CRM-Systemen in KMU“ einbezogen wurden, enthielten 186 eine Angabe zur Branchenzugehörigkeit.
- ▶ In der Stichprobe sind diesen Angaben zufolge sowohl Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen als auch Handwerksbetriebe vertreten, wobei auf den Dienstleistungssektor über 55 % der Stichprobe entfallen.
- ▶ Fast jedes fünfte Unternehmen gibt an, im Handelsbereich tätig zu sein.
- ▶ Auf das Handwerks- und Industrie-segment entfallen insgesamt ca. 23 % der befragten Unternehmen.

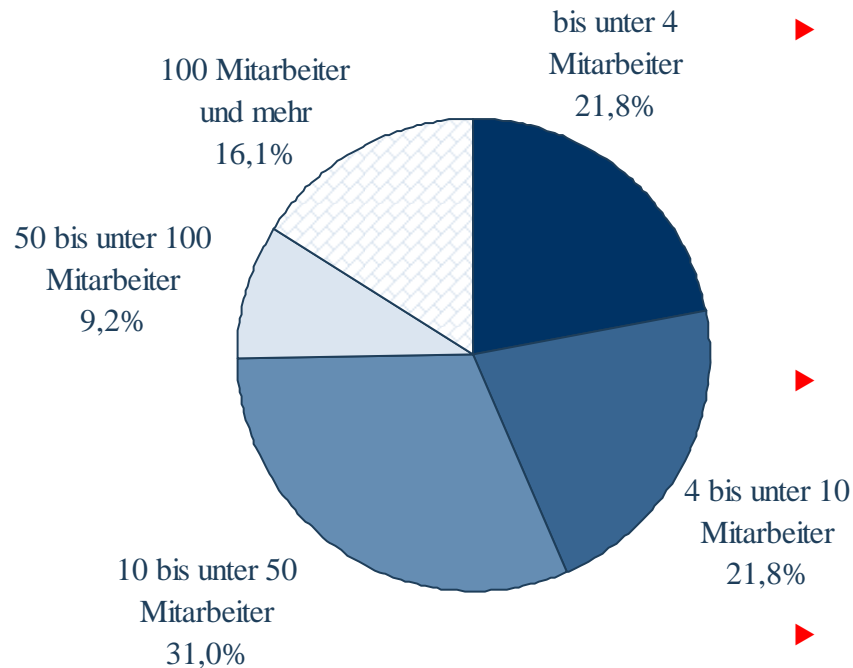
Unternehmensstandort nach PLZ-Bereichen



n = 180

- ▶ Die vorliegende Erhebung wurde von den bundesweit verteilten Kooperationspartnern des Verbundprojekts und weiteren Informationsplattformen unterstützt.
- ▶ Wie die nebenstehende Abbildung verdeutlicht, ist es dadurch gelungen, eine Stichprobe zu generieren, in der Unternehmen aller PLZ-Regionen vertreten sind.
- ▶ Unternehmen aus Bayern sowie aus Nordrhein-Westfalen sind besonders stark vertreten.

Unternehmensgröße

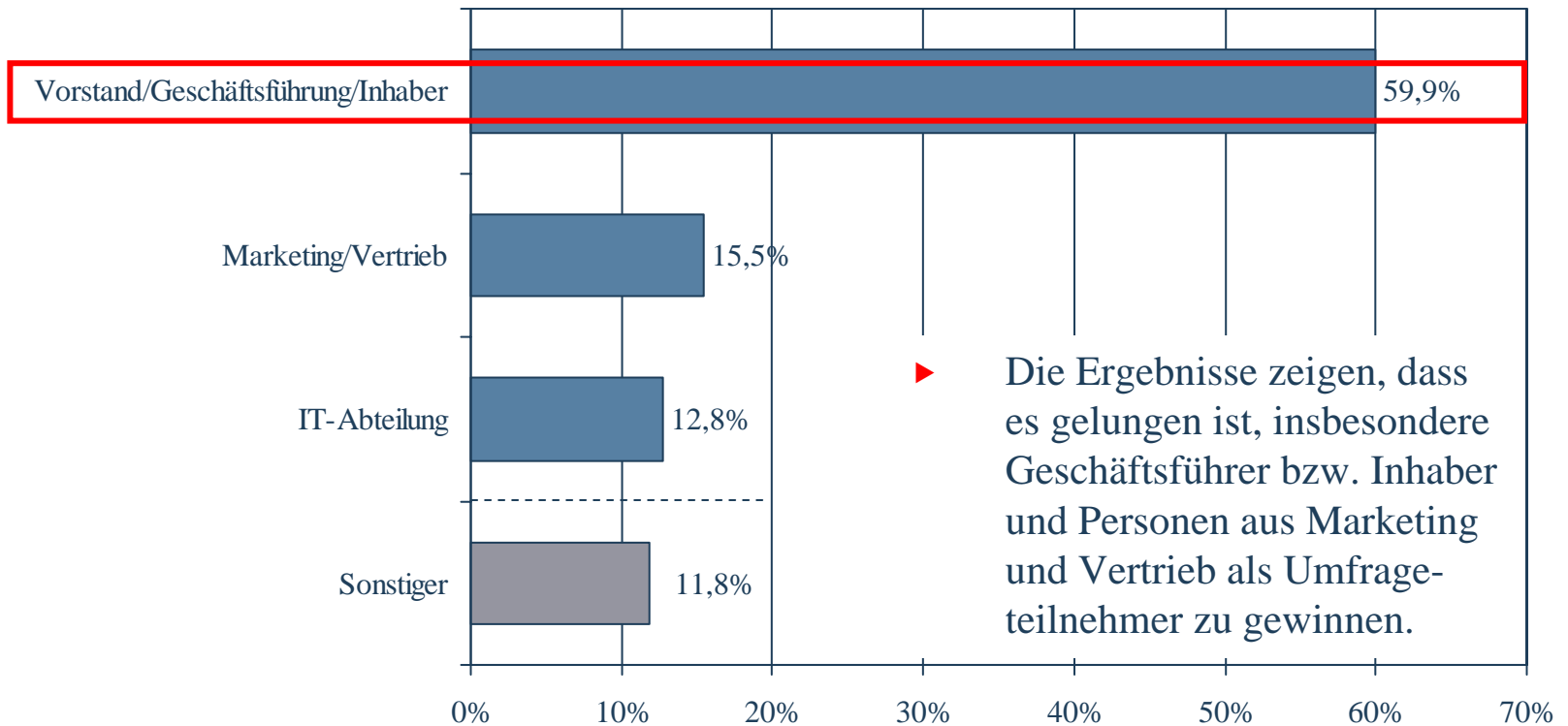


n = 174

- ▶ Die Beteiligung von kleinen Unternehmen an empirischen Untersuchungen ist gemeinhin besonders gering. Dementsprechend ist diese Zielgruppe mit ihren spezifischen Anforderungen bei vielen Untersuchungen unterrepräsentiert.
- ▶ Mit der vorliegenden Befragung wurden jedoch viele kleine und kleinste Unternehmen erreicht. So beschäftigen 44 % der befragten Unternehmen weniger als zehn Personen.
- ▶ Knapp ein Drittel der Unternehmen beschäftigt zwischen 10 und 50 Mitarbeiter.



Unternehmensbereich der Teilnehmer



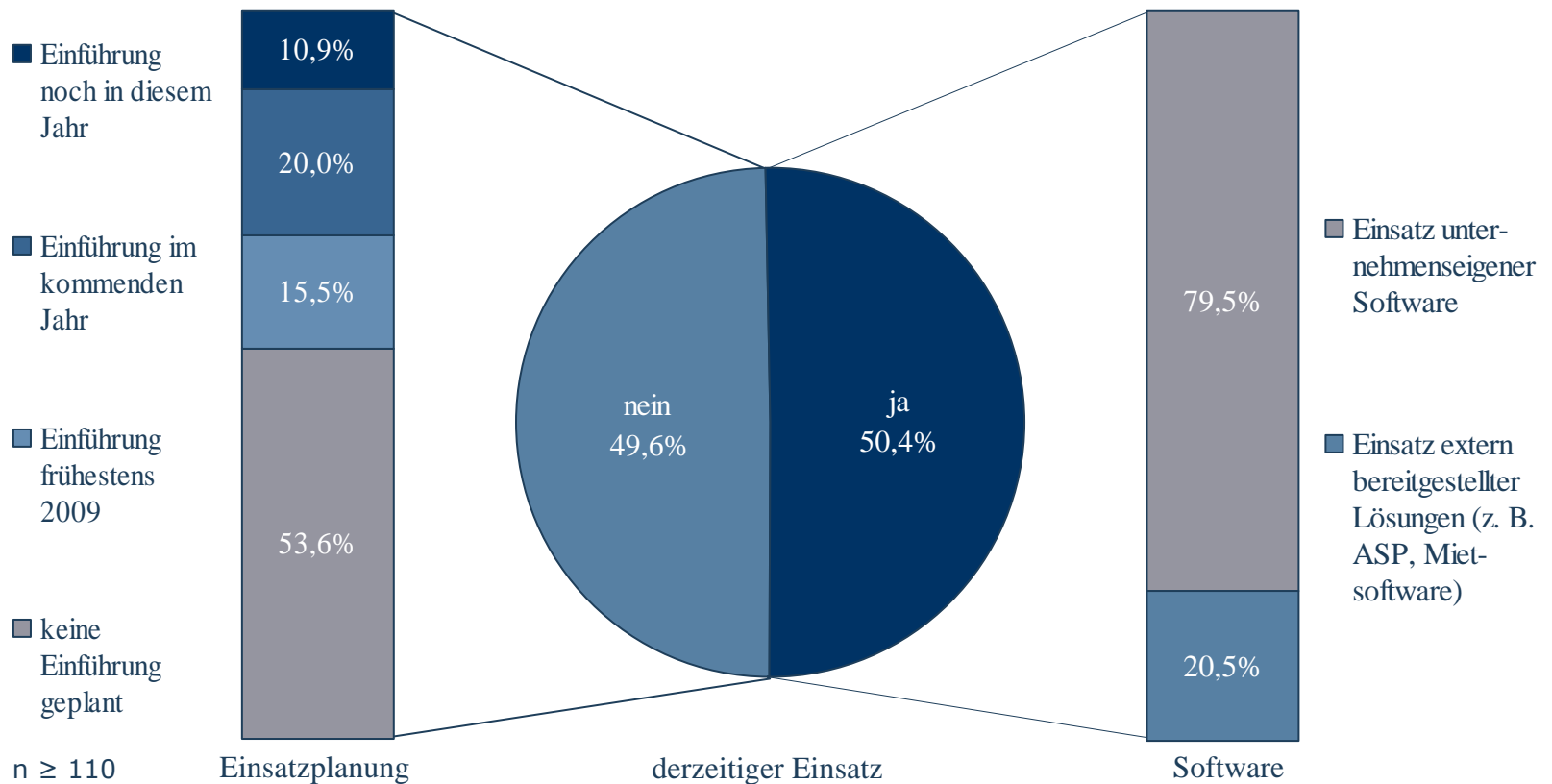
n = 187



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit

Einsatz von CRM-Systemen im eigenen Unternehmen (I)



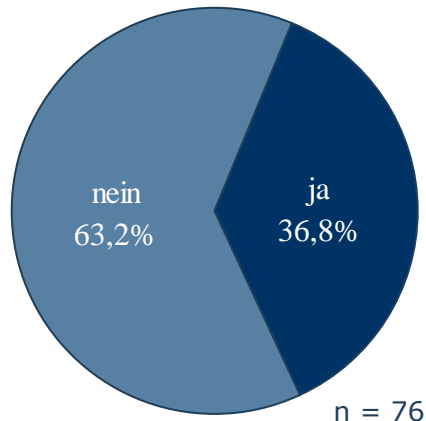


Einsatz von CRM-Systemen im eigenen Unternehmen (II)

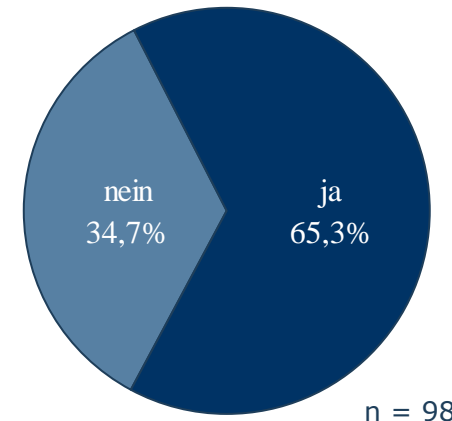
- ▶ Lediglich jedes zweite befragte Unternehmen setzt derzeit ein CRM-System für ein effektives Kundenbeziehungsmanagement ein.
- ▶ Nutzt ein Unternehmen bereits ein CRM-System, so wird dieses bei rund 80 % der Befragten innerhalb der eigenen Infrastruktur mittels eigener Software betrieben. Lediglich 20 % der Unternehmen setzen extern bereitgestellte Lösungen ein, wie z. B. Microsoft Dynamics CRM 3.0, Cobra Adress Plus 11 und Dialog-Manager.
- ▶ 46,4 % der befragten Unternehmen, die derzeit noch kein CRM-System verwenden, planen bis zum Jahr 2009 die Einführung einer CRM-Software.
- ▶ Mit 53,6 % fällt der Anteil an Unternehmen überraschend hoch aus, die auch künftig nicht vorhaben, ihr Kundenbeziehungsmanagement durch ein CRM-System zu unterstützen.

Einsatz von CRM-Systemen nach Unternehmensgröße

Unternehmen mit weniger
als 10 Mitarbeitern



Unternehmen mit mindestens
10 Mitarbeitern

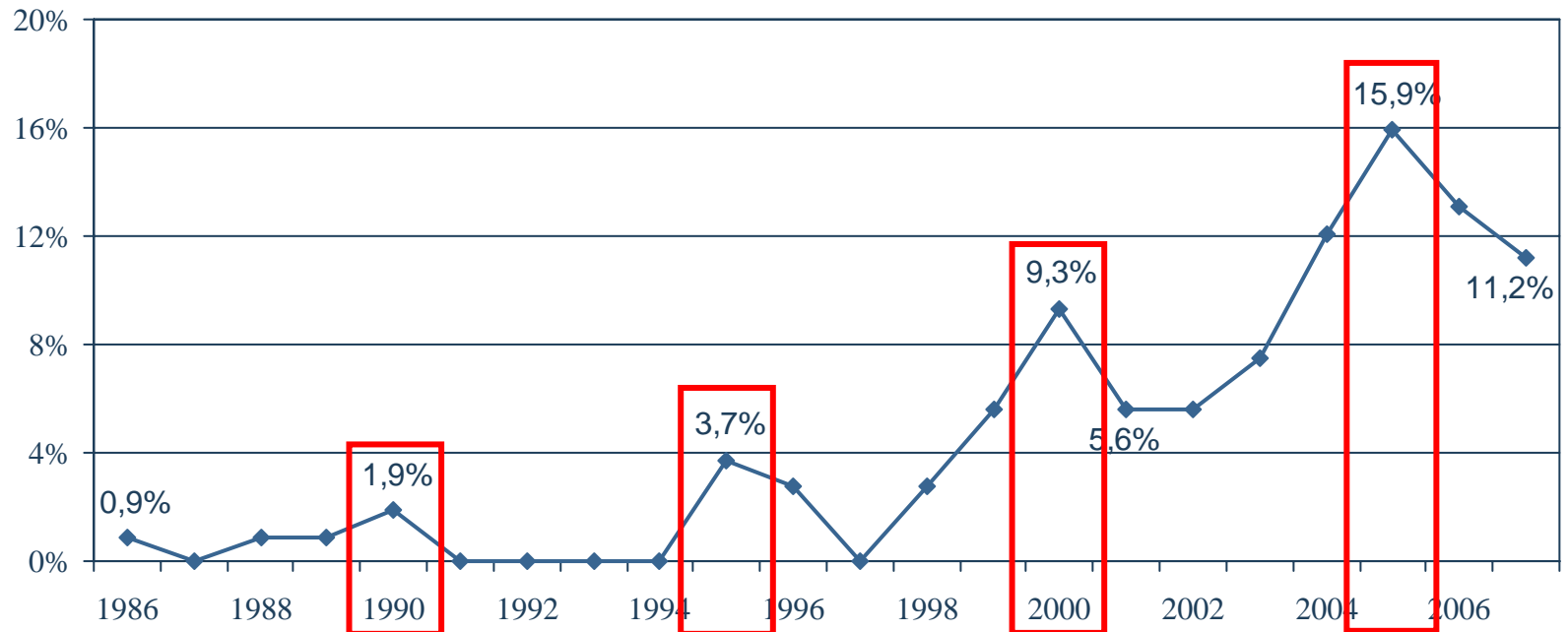


- ▶ In Abhängigkeit der Unternehmensgröße zeigen sich hoch signifikante Unterschiede. Größere Unternehmen mit mindestens 10 Mitarbeitern verwenden deutlich häufiger CRM-Systeme (65 %) als kleinere Unternehmen mit unter 10 Mitarbeitern. So gibt lediglich ein Drittel der kleineren Unternehmen an, derzeit über ein CRM-System zu verfügen.



Einsatz von CRM-Systemen im Zeitverlauf (I)

Zeitpunkt der Einführung des aktuellen CRM-Systems



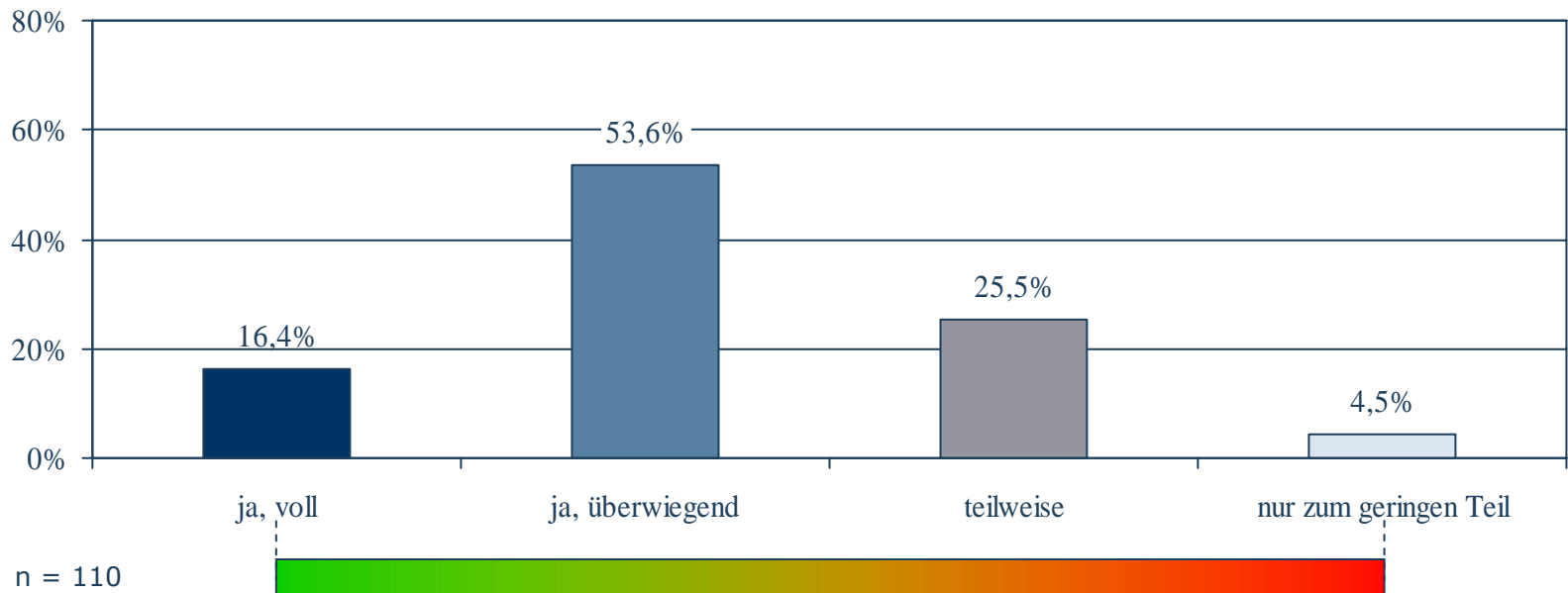
n = 107



Einsatz von CRM-Systemen im Zeitverlauf (II)

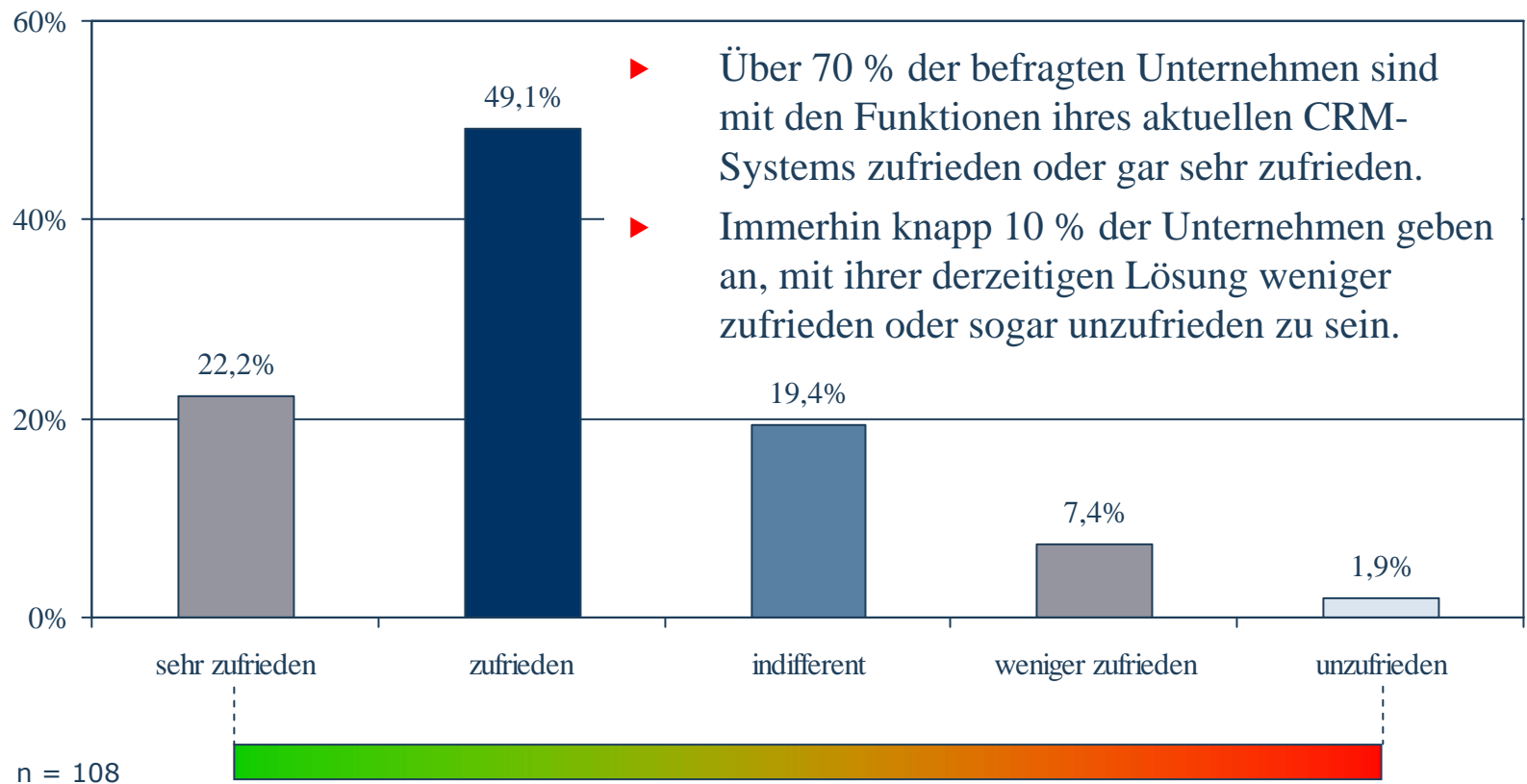
- ▶ Im Rahmen der Umfrage wurden die Unternehmen gebeten, den Zeitpunkt der Systemeinführung ihrer aktuellen CRM-Software anzugeben.
- ▶ Die Untersuchung zeigt, bezogen auf das Einführungsjahr, einen Fünfjahrestrend auf. Es zeichnen sich relative Jahresspitzen in den Jahren 1990 (1,9 %), 1995 (3,7 %), 2000 (9,3 %) und 2005 (15,9 %) ab. So gaben beispielsweise knapp 16 % der befragten Unternehmen an, ihr aktuelles CRM-System seit 2005 einzusetzen.
- ▶ Interessant erscheint, dass jeweils nach den „Spitzenjahren“ 2000 und 2005 der Trend zur Einführung eines neuen CRM-Systems zunächst rückläufig ist.
- ▶ Bei der Betrachtung des gesamten Zeitstrahls wird deutlich, dass jedes zweite Unternehmen sein aktuelles CRM-System im Zeitraum von 2004 bis zum aktuellen Geschäftsjahr eingeführt hat.

Erreichung der mit dem CRM-System verbundenen Ziele

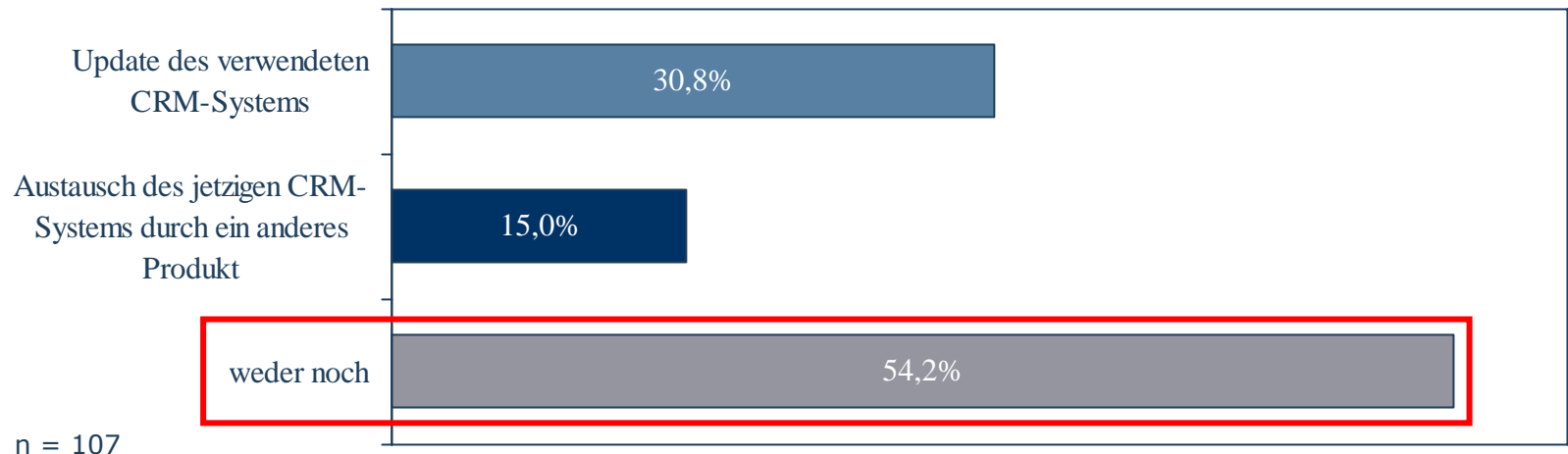


- ▶ 70 % der befragten Unternehmen haben die mit der Einführung des CRM-Systems verfolgten Ziele bis dato zumindest überwiegend erreicht.
- ▶ Ein weiteres Viertel der Unternehmen hat seine Ziele nur teilweise erreicht.
- ▶ Erfreulich ist, dass keines der befragten Unternehmen angibt, die mit der CRM-Systemeinführung verbundenen Ziele gar nicht erreicht zu haben.

Zufriedenheit mit den Funktionalitäten des CRM-Systems

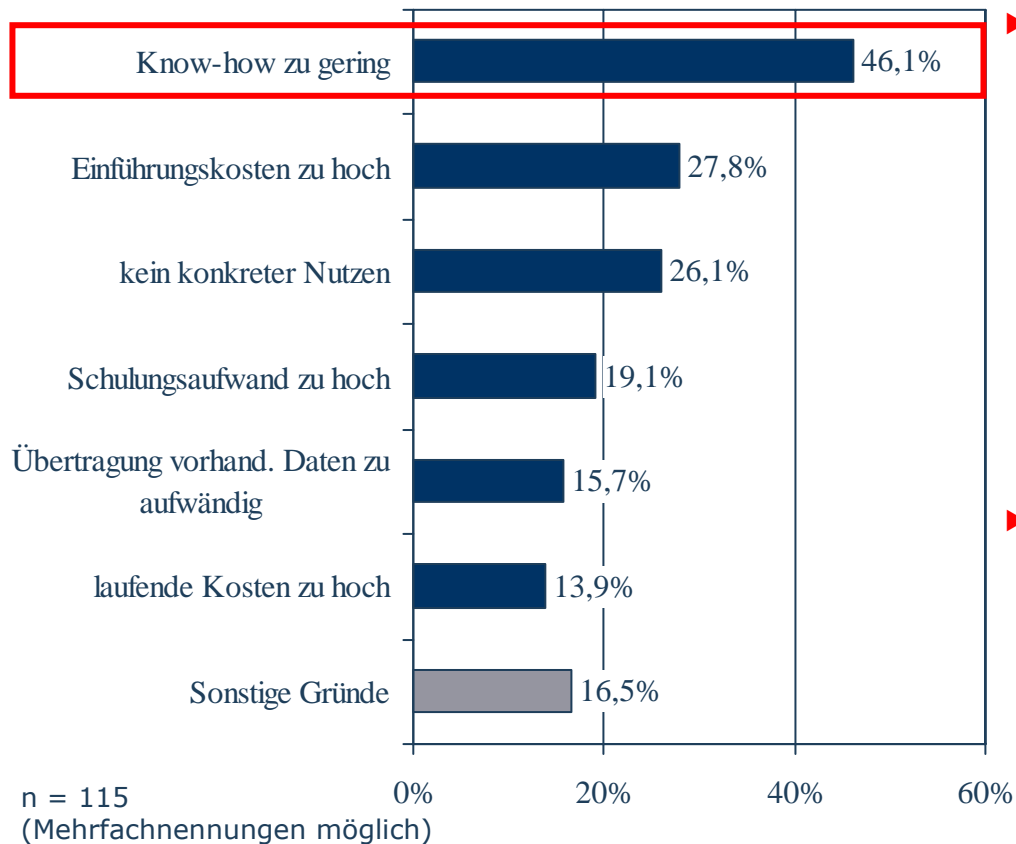


Geplante CRM-System-Aktivitäten im Jahr 2007



- ▶ Mehr als jedes zweite befragte Unternehmen plant im aktuellen Geschäftsjahr weder ein Update noch einen Austausch des verwendeten CRM-Systems.
- ▶ Immerhin wird fast jedes dritte Unternehmen ein Update der vorhandenen Systemversion vornehmen. So sind Updates gemeinhin mit erweitertem Funktionsumfang und erhöhter Stabilität verbunden.
- ▶ Die Angaben stützen das Ergebnis der hohen Zufriedenheit der befragten Unternehmen mit ihrem CRM-System. So planen lediglich 15 % der Befragten, einen Anbieterwechsel vorzunehmen.

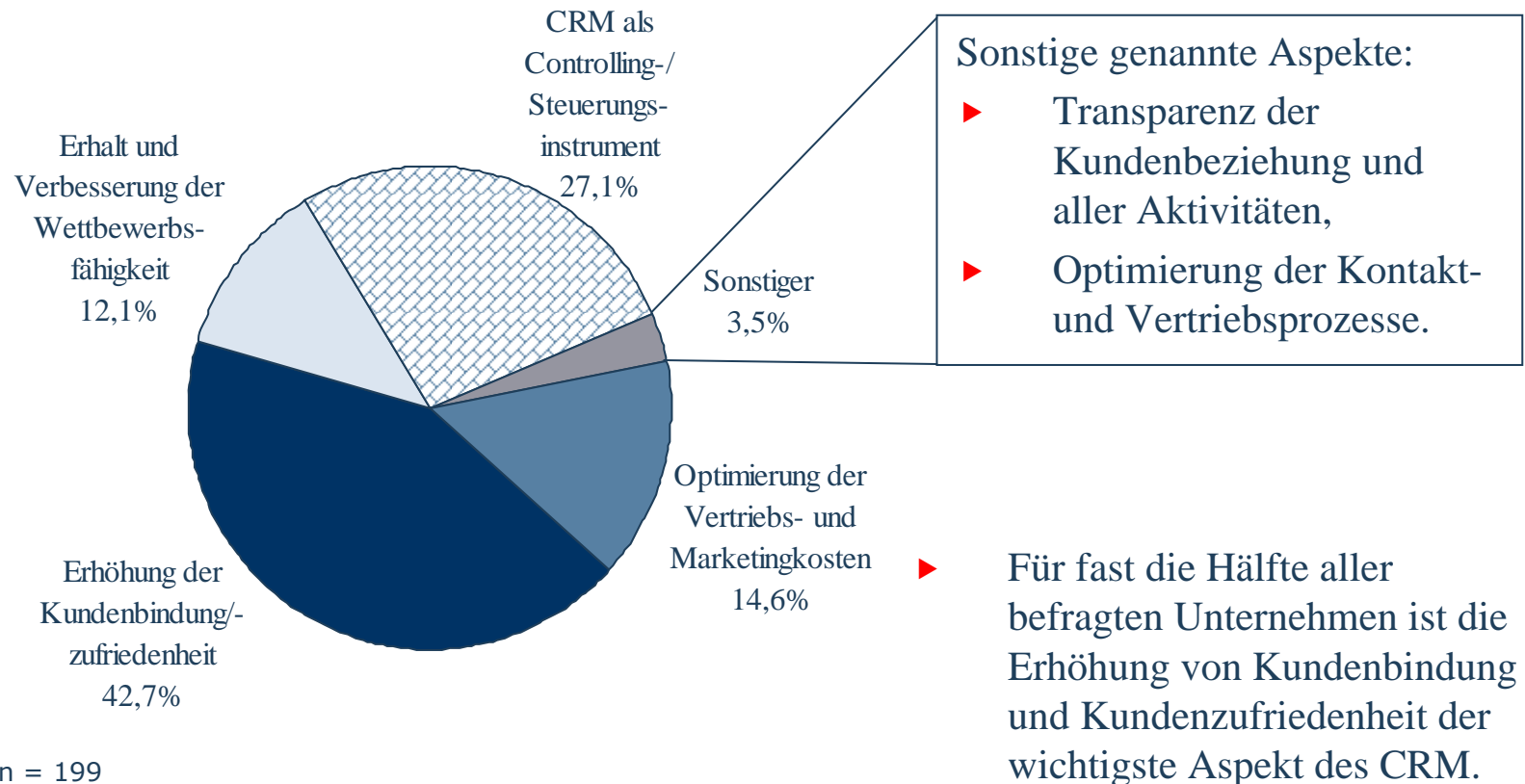
Gründe gegen den Einsatz von CRM-Systemen



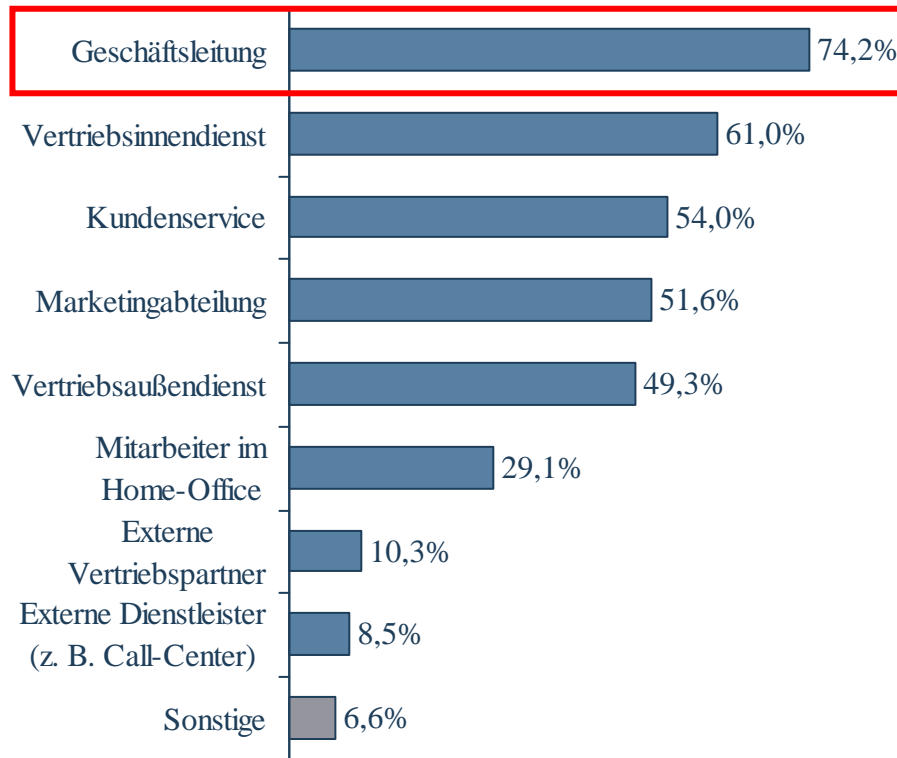
▶ Zu geringes Wissen über die Möglichkeiten und Funktionsweisen von CRM-Systemen ist für fast die Hälfte der Unternehmen unabhängig von ihrer Größe der Hauptgrund, der gegen den Einsatz eines CRM-Systems im eigenen Unternehmen spricht.

▶ Daneben scheuen jeweils über ein Viertel der Befragten zu hohe Einführungskosten und monieren, dass für sie kein konkreter Nutzen ersichtlich sei.

Wichtigster CRM-Aspekt für das eigene Unternehmen



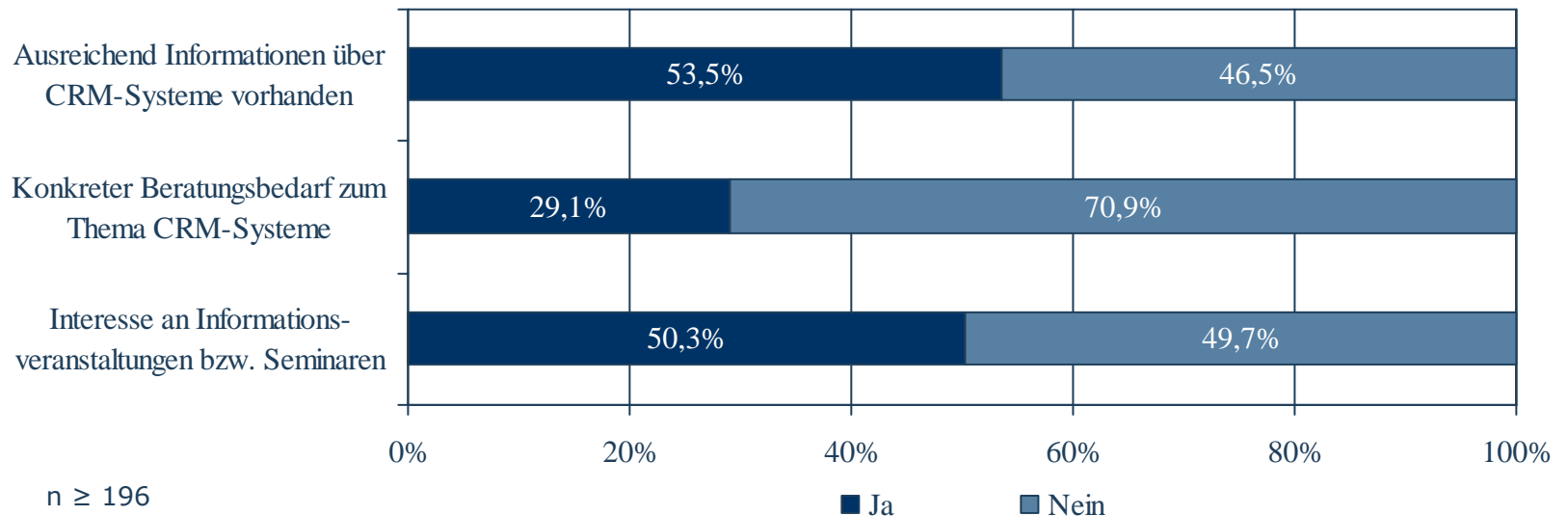
Anwender von CRM-Systemen im Unternehmen



n = 213 (Mehrfachnennungen möglich)

- ▶ Fast drei Viertel der befragten Unternehmen geben an, dass die Geschäftsleitung wesentlicher Anwender des CRM-Systems ist.
- ▶ Eine weitere wichtige Nutzergruppe stellt mit 61 % der Vertriebsinnendienst dar.
- ▶ Knapp die Hälfte der Unternehmen gibt an, dass auch außerhalb tätige Personen, wie Vertriebsaußendienstler, das CRM-System verwenden sollen. Für diese Nutzergruppe müssen CRM-Systeme externe Zugriffe unter Berücksichtigung entsprechender Sicherheitsaspekte ermöglichen.

Informationsbedarf zum Thema CRM



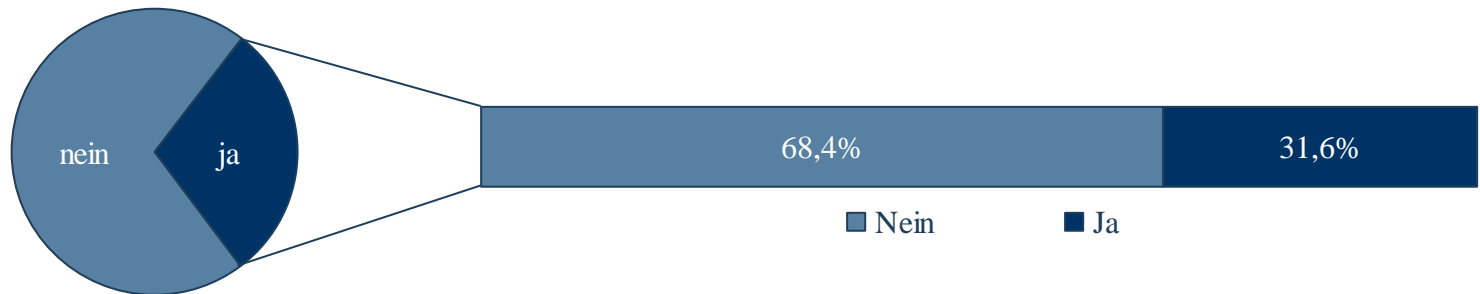
- ▶ Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen fühlt sich ausreichend über das Thema CRM-Systeme informiert. Dennoch besteht bei fast jedem dritten Befragten konkreter Beratungsbedarf über die Einsatzmöglichkeiten im eigenen Unternehmen.
- ▶ Jedes zweite Unternehmen äußert Interesse an Informationsveranstaltungen bzw. Seminaren zum Thema CRM und CRM-Systeme.

Konkreter Beratungsbedarf zum Thema CRM-Systeme

Konkreter Beratungsbedarf
zum Thema CRM-Systeme



Einsatz eines CRM-Systems
im eigenen Unternehmen



n ≥ 57

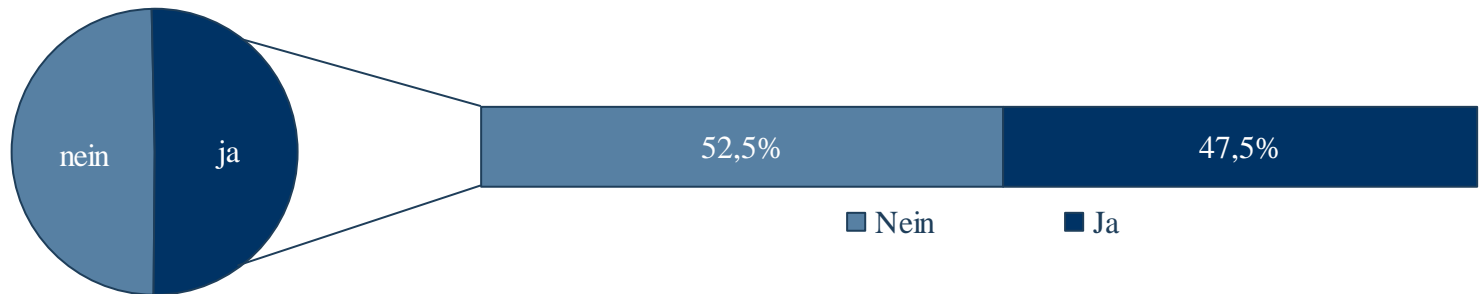
- ▶ Knapp ein Drittel der befragten Unternehmen äußert konkreten Beratungsbedarf zum Thema CRM-Systeme.
- ▶ Erwartungsgemäß setzt die Mehrzahl dieser Unternehmen (68,4 %) derzeit noch kein CRM-System ein. Eine zielführende Beratung sollte demnach insbesondere einen präventiven Charakter aufweisen und Unternehmen frühzeitig bei ihren Überlegungen unterstützen, um mögliche Probleme bei der Einführung zu minimieren.
- ▶ Immerhin ein Drittel der Unternehmen, die konkreten Bedarf an einer konkreten Beratung haben, gibt jedoch an, bereits über ein CRM-System zu verfügen. Hier sind offenbar trotz des Einsatzes weitere Fragen offen.

Interesse an Informationsveranstaltungen/Seminaren

Interesse an Informationsveranstaltungen bzw. Seminaren



Einsatz eines CRM-Systems im eigenen Unternehmen



n ≥ 99

- ▶ Die Hälfte der befragten Unternehmen weist Interesse an Informationsveranstaltungen und Seminaren zu den Themen CRM und CRM-Systeme aus.
- ▶ Diese Unternehmen teilen sich paritätisch bezüglich der derzeitigen Verwendung von CRM-Systemen auf.
- ▶ Informationsveranstaltungen und Seminare sollten daher gleichermaßen auf Unternehmen mit und ohne Erfahrungen in diesem Segment zugeschnitten sein.



Inhaltsverzeichnis

- ▶ Vorwort
- ▶ Kurzzusammenfassung
- ▶ Ausgangssituation
- ▶ Zusammensetzung der Stichprobe
- ▶ Einsatz von CRM-Systemen in KMU
- ▶ Fazit



Fazit (I)

- ▶ Die Untersuchung „Einsatz von CRM-Systemen in KMU“ zeigt auf, wie es derzeit um die Nutzung von CRM-Systemen in kleinen und mittelständischen Unternehmen bestellt ist und welche Hindernisse sich aus Sicht der Befragten bei der Einführung ergeben können.
- ▶ Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen nutzt bereits ein CRM-System.
- ▶ Nahezu 50 % der Unternehmen, die derzeit noch kein CRM-System verwenden, planen bis spätestens 2009 die Einführung einer CRM-Software.
- ▶ 70 % der befragten Unternehmen geben an, dass sie die mit der Einführung des CRM-Systems verfolgten Ziele zumindest überwiegend erreicht haben und mit der Funktionalität ihres CRM-Systems zufrieden oder sogar sehr zufrieden sind.
- ▶ Als Hauptgrund, sich bislang gegen den Einsatz von CRM-Systemen im eigenen Betrieb entschieden zu haben, führt fast die Hälfte der Unternehmen mangelndes Know-how über CRM-Systeme an.
- ▶ Ein weiteres essenzielles Hindernis stellen für über ein Viertel der Unternehmen zu hohe Einführungskosten dar. Moniert werden hier unter anderem der anfallende Schulungsaufwand sowie der Aufwand zur Übertragung der vorhandenen Kundendaten.
- ▶ Für fast die Hälfte aller Befragten ist die Erhöhung der Kundenbindung und Kundenzufriedenheit der wichtigste CRM-Aspekt für ihr Unternehmen.



Fazit (II)

- ▶ Fast drei Viertel der befragten Unternehmen geben an, dass die Geschäftsleitung wesentlicher Anwender des CRM-Systems ist.
- ▶ Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen fühlt sich ausreichend über das Thema CRM-Systeme informiert. Dennoch besteht bei fast jedem dritten Befragten konkreter Beratungsbedarf über die Einsatzmöglichkeiten im eigenen Unternehmen.
- ▶ Jedes zweite Unternehmen äußert Interesse an Informationsveranstaltungen und Seminaren zum Thema CRM und CRM-Systeme.
- ▶ Insgesamt zeigen die Umfrageergebnisse ein differenziertes Bild hinsichtlich des derzeitigen Einsatzes von CRM-Systemen auf. So gibt immerhin knapp ein Viertel der Befragten an, weder ein CRM-System zur Unterstützung der Kundenbindungsprozesse zu verwenden noch eine Einführung in den nächsten Jahren zu planen. Demgegenüber stehen jedoch viele zufriedene Unternehmen, die CRM-Software im Tagesgeschäft verwenden.
- ▶ Übergreifend bleibt festzuhalten, dass seitens der Unternehmen ein großes Interesse am Thema CRM besteht. Gleichzeitig existieren bei vielen Unternehmen, die sich bisher gegen die Einführung eines CRM-Systems entschieden haben, noch große Wissenslücken über dieses Thema. Durch geeignete Informationsangebote, wie sie das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr bereit hält, kann diesen Unternehmen mit fundiertem, neutralem Wissen nachhaltig entgegengekommen werden.



Kontakt

Dipl.-Wirt.-Inf. Andreas Duscha
a.duscha@ecc-handel.de

Dr. Kai Hudetz
k.hudetz@ecc-handel.de

E-Commerce-Center Handel
Dürener Straße 401 b
50858 Köln

Tel.: 0221 943607-70

Fax: 0221 943607-59

www.ecc-handel.de

