

Customer Relationship Management

Warum die Firmen mit den besseren Kundenbeziehungen gewinnen

Wie Marktdaten, Segmentierung, Kundenhistorie und spezifische Ansprache beim Markterfolg helfen können

HEALTHCARE MARKETING
DR. UMBACH & PARTNER
www.umbachpartner.com
Training + Consulting

CRM-Kundenbeziehungsmanagement-Kompakt

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 1

Unternehmens-Ziele

- Sichtbarkeit des Unternehmens erhöhen
- Nutzen des Angebotes verdeutlichen
- Positives Kundenerlebnis schaffen
- Aus guten Kunden sehr gute Kunden machen
- Zufriedene Kunden zu loyalen Kunden machen
- Umsatz stärken

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 2

Wesen von CRM

CRM ist weit mehr als ein IT-Projekt, es ist eine Unternehmensstrategie

Denkansatz zur Kundenorientierung, speziell zu Pflege und Ausbau von Kundenbeziehungen

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 3

CRM

Customer Relationship Management ist in vielen Branchen üblich.

Komponenten:

- Hardware
- Software-Programm
- Aktionen
- Menschen

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 4

Ressourcen effektiv einsetzen

Input
Tätigkeiten

Output
Outcome
Resultate
Ergebnisse

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 5

Kunden-Erwartungen

- Will im Zentrum stehen ("stets für Sie da") ●
- Will, dass man sein Profil kennt
- Will mit kompetenten Mitarbeiter sprechen
- Will schnelle Antworten
- Will das Gefühl haben, gut betreut zu werden
(one face to the customer)

➡ Integration aller Prozesse

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 6

Nutzen bringen



Was bringt mir das?

Nutzenversprechende Einleitungen

Das hilft Ihnen ...
 Damit verbessern Sie ...
 Damit können Sie leichter ...
 Damit erreichen Sie schneller ...
 Dadurch erhalten Sie ...
 Das ermöglicht Ihnen ...
 Dadurch schaffen Sie ...
 Das erspart Ihnen ...
 Das bedeutet für Sie mehr ...
 Das bringt Ihnen mehr ...
 Damit haben Sie mehr ...
 Dadurch gewinnen Sie ...
 Das erleichtert Ihnen ...

Basis für individualisiertes Angebot

Der Kunde will genau das Angebot, das er für seine persönliche Situation braucht: Maßschneidern

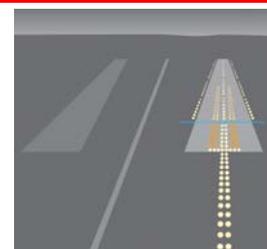
→ Face-to-Face Gespräch mit persönlicher Beratung durch:
 Vertrieb, Verkauf, Außendienst,
 Key Account Management

"Der wirkliche Boss ist der Kunde, denn er kann jeden im Unternehmen feuern - einfach, indem er entscheidet, sein Geld woanders hinzutragen"

Wir müssen das Vertrauen der Kunden jeden Tag neu verdienen

"Business is Relations"

Management-Guru Tom Peters



Landelichter?

Kosten pro Kundentyp

Geldeinheit

Aktuelle Kunden
Einen **Stamm-**kunden halten 1

Potentielle Kunden
Einen **Neu-**kunden akquirieren 7

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 13

Was lohnt sich mehr?

Neuen Kunden akquirieren

Stammkunden bei der Stange halten

↑

Upselling
Cross-Selling
Bestätigen

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 14

Kunden-Schwund

Von 100 weggehenden Kunden

verschwinden **91%**
ohne Vorankündigung

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 15

Kunden-Schwund vorbeugen

Kunden "pflegen"

Mit Kunden stets in Kontakt bleiben!

Erinnerungsmaßnahmen ins System einstellen

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 16

Zu den wertvollen Kunden navigieren

- Jetziger Umsatz
- Zukünftiges Umsatzpotential
- Multiplikator: Meinungsbildner

	A	B	C	D
Typ				
Relevanz	Hoch			Niedrig

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 17

Kontaktieren?

Apotheker → Fax an Firma

Ich bestelle nicht mehr bei Ihnen

Habt Ihr da angerufen?

Warum sollten wir?

Dr. K. Mitarbeiter

Basierend auf einer wirklichen Geschichte

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 18

Das Reagieren auf Reklamationen lohnt sich.

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 19

Kunden-Rückgewinnungs-Management

Customer Recovery Management

Ehemalige Kunden reaktivieren!

"Schlummerkunden"

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 20

"Zauberformeln"

Was könnten wir tun, damit Sie wieder zufrieden sind?

Wie könnte Ihrer Meinung nach eine Lösung aussehen, die für alle Beteiligten fair ist?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 21

Wer ist der Kunde?

- Ärzte
- Labore
- Krankenhäuser
- Fachhandelspartner, Distributoren
- Sanitätshäuser
- Apotheken
- Einkaufsgemeinschaften
- ...

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 22

Relevanz der Zielgruppen



Arzt

___%



Apotheker

___%



Vertrag

Manager Patient

___% ___%

Entscheider und Beeinflusser hinter den Kulissen

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 23

Analyse des Gegenübers

Online

- Suchmaschinen (Google)
- Benachrichtigungs-Service (Google Alert)
- Business-Netzwerke: XING ...
- Hauptmitbewerber

Firmen-Datenbank

Vorhandenes Wissen über Kunden nutzen:
Was weiß meine Firma?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 24

Selektion / Targeting

Spreche ich mit der richtigen Person?

Organigramme inklusive Ansprechpartner
in den verschiedenen Bereichen

Was hat der Kunde schon gekauft?

In zentraler Ablage:

Geräteliste

Angebote (akzeptierte und abgelehnte)

Verträge und bisherige Konditionen

...

 Kaufhistorie auf Knopfdruck

Interaktions- und Service-Historie

Wartungsverträge und Wartungsintervalle

Reparaturen

Reklamationen

...

Wer hat zuletzt mit ihm gesprochen?

Was wurde besprochen und versprochen?

(Gesprächsnotizen, Emails, ...)

CRM erleichtert den Dialog

Wenn Sie in etwas Zeit und Energie
reinstecken sollten, dann in Aufbau
und Pflege Ihrer CRM-Datenbank:

Permanent erweitern und aktualisieren

- Außendienst

Wie: - Webseite

- Newsletter

- Telefonate...

Einen guten Draht zu den Kunden

Die Firmen, die im Dialog mit
ihren Kunden sind, haben einen
klaren Wettbewerbsvorteil

"Kuschel-Calls"

After-Sales-Service: Beziehung stärken
und Vertrauen aufbauen

Zufriedene ► Begeisterte Kunden

Kundenbindung: Kunde fühlt
sich betreut und geschätzt

Kein Verkauf!

Kuschel-Calls: Formulierungen

"Guten Tag Frau Maier, Sie sprechen mit Petra Peters von ABC.
Sie haben ja letzte Woche ...
Wir möchten uns gerne bei Ihnen erkundigen, inwiefern ..."

Kuschel-Calls + Marktforschung

"Im Rahmen der Qualitätssicherung rufen wir unsere guten Kunden an und fragen, wie zufrieden Sie mit unserem Produkt und Service sind.

Was können wir gegebenenfalls etwas besser machen?"

Aktives Zuhören



"Die Mutter aller Gesprächstechniken"

Direktes Feedback

Mein Anruf bei einer Firma

Die ist nicht an ihrem Platz.
Könnten Sie es später noch einmal versuchen?

Operatives CRM

Kunden-Anfragen aufnehmen, beantworten bzw. oder an den richtigen Ansprechpartner weiterleiten

Serviceaufträge und Wartungen erfassen, planen, steuern und dokumentieren: Service-Techniker anhand von Verfügbarkeit und Kenntnissen einsetzen ("Tickets" neu aufnehmen und bearbeiten), Report erstellen

Beschwerden / Reklamationen managen

Überblick
Transparenz
Aktualität
Schnelligkeit

Schnelligkeit

It's Not the big That Eat the Small...It's the Fast That Eat the Slow:
How to Use Speed as a Competitive Tool in Business
Jason Jennings and Laurence Haughton
...
"35-50% of sales go to the vendor that responds first to an inquiry"
www.hubspot.com

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 37

Voraussetzungen

- Verantwortung bei der Geschäftsleitung
- Langfristiges Denken
- Ausreichende Ressourcen
- Kommunikation der Vorteile
- Disziplin

Datenbanken: Interne Hürden

Variable Neigung der Abteilungen und der Mitarbeiter, ihr Wissen aufzudecken

Außendienstmitarbeiter befürchten, dass

- ihre Arbeit transparent (kontrollierbar) wird,
- ihre Freiheiten verschwinden
- sie "ihre" Daten teilen müssen.

Es kann nur ein CRM-System geben

Alternative" Datenquellen und bisherige Ablagesysteme müssen konsequent abgeschaltet werden.

Akzeptanz erhöhen

- Verstehen, dass sich einiges ändert
- Spezielle Anforderungen ermitteln
- Benutzerfreundliches System: Einfach
- Anwender frühzeitig einbinden
- Key User identifizieren

Effektives Projektmanagement

- Projektleiter mit gutem Zugang zu Abteilungen
- Vorhaben straff planen und organisieren
- Etappenziele vereinbaren
- Projektfortschritte überwachen
- Lenkungsausschuss
(Führungskräfte der Fachbereiche und der IT)

CRM: Implementierung

Muss von allen gelebt werden

- ➔ Abteilungsübergreifende Kooperation, Teamgeist und ein "Wir-Gefühl"

Software kann nur unterstützen,
handeln muss der einzelne Mensch

Nur mit und durch Menschen
kann man erfolgreich sein.

Erfolgreiches CRM: Test

 Senden Sie einen Brief an jeden Kunden mit einer nützlichen Information und fragen Sie ihn nach seiner Emailadresse

Pflegen Sie diese Information dann in Ihr CRM-System ein

CRM ist aber mehr als eine Datenbank für Adressen und Kontakt-Historie

Top-Kunden



Werden Kunden entsprechend ihrer Relevanz auf den entsprechenden Wegen angesprochen oder besucht?

Inwieweit unterscheiden sich Ansprache und Betreuung der "A-Kunden" von denen der "B-Kunden"?

Reporting: Umsatz messen pro

- Außendienstmitarbeiter oder Aktion
- Produkt
- Kunde



Gute Produkte und gute Kunden-Beziehungen sind die Voraussetzungen für Ihren künftigen Markterfolg.