

## ■ MITTELSTANDSSOFTWARE

# DAMIT DER KUNDE (WIEDER-) KOMMT

*CRM-Systeme sind auch im Mittelstand ein wichtiges Hilfsmittel für die Kundenbindung*

Auch kleinen und mittleren Betrieben empfehlen die Analysten heute unisono die Einführung von Software für das Management der Kundenbeziehungen. Und die deutschen Mittelständler reagieren auf die positiven Erfahrungen anderer Unternehmen zunehmend mit Interesse. So beobachtet Jens Armbrüster, Projektleiter der CompAS GmbH, eines Anbieters von CRM-Lösungen für mittelständische Betriebe: „Ob nun ein oder 10 Außendienstmitarbeiter: Die Erfahrung hat gezeigt, dass auch diese Vertriebsgrößen ein reges Interesse an professionellen CRM-Systemen entwickeln, oft aber noch die hohen Ausgaben und personellen Aufwand scheuen.“ Mittelstandgerechte CRM-Lösungen müssen kostengünstig, schnell implementierbar, reaktionsschnell an Veränderungen im Vertrieb anzupassen und reibungslos in die bestehende Infrastruktur integrierbar sein. Klaus Feierlein,

Sales Manager beim CRM-Anbieter CDC Software, rät zudem zu einer Lösung, die Änderungen und Aktualisierungen der Kundendaten automatisch an die beteiligten Systeme leitet, so dass die Vertriebsmitarbeiter stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden können, ohne selbst aktiv zu werden. Für die Einführung des Systems empfehlen Experten ein stufenweises Vorgehen. Experten empfehlen ein stufenweises Vorgehen, das mit einer eingehenden Situationsanalyse beginnt und anhand von deren Ergebnissen festlegt, welche Module und Funktionen sinnvoll sind und in welchen Schritten sie implementiert werden sollten. Viel hängt hierbei von der Wahl des richtigen IT-Partners ab. Da Kundenbeziehungen weit mehr erfordern als Softwarepakete, ist bei der Beratung dessen Erfahrung und Know-how auch auf dem Gebiet der Vertriebspraxis entscheidend. *hdr*



Kundenbindung ist mehr als Software – aber ohne Software ist Kundenbindung nicht, was es sein könnte.