

direkt marketing

02 · 2007 Februar

43. Jahrgang · € 7,50 · SFR 9,80

Magazin für kundenorientierte Kommunikation

Katjes nutzt CRM zur Vertrieboptimierung

Die Katjes Fassin GmbH & Co.KG, Emmerich, steuert zukünftig ihre Vertriebsprozesse anhand eines Customer-Relationship-Management-Systems der Münchener CompAS GmbH (www.compas.de). Das Unternehmen verspricht sich davon eine verbesserte Strategieplanung im Vertrieb. Durch die Möglichkeit, Auswertungen frei selektierbarer Datenkategorien vornehmen zu können, soll das System die Vertrieboptimierung unterstützen.

Aufgrund der aktuellen und detaillierten Kenntnisse über die einzelnen Outlets sollen Außendienstmitarbeiter gegenüber den Marktleitern zunehmend die Funktion eines kompetenten Beraters übernehmen können. Erfahrungen zur Platzierungsqualität oder Regalverfügbarkeit bleiben durch das System erhalten und können damit wiederum das Absatzpotential der Produkte steigern.

Weitere Vorteile in Form von Datenstrukturierung und -handling sollen für den Vertrieb vor allem aufgrund verschiedener Funktionen wie zum Beispiel zur Listungskontrolle, der Preisspiegelübersicht oder dem Erstellen einer Kontakthistorie für den Außendienst entstehen

„CRM soll uns dabei behilflich sein, eine 360°-Sicht auf jeden unserer Kunden und seine speziellen Anforderungen zu erhalten. Die daraus resultierende, individualisierte Vertriebsarbeit steigert dann wiederum die Kundenzufriedenheit und den Kundenwert“, fasst Markus Meßmer, Vertriebsleiter von Katjes Fassin den Nutzen des Systems zusammen.



Katjes Fassin will mit Hilfe des CRM-Systems den Vertrieb optimieren und Außendienstmitarbeiter unterstützen.