

Mein CRM-Projekt

Erstellen Sie Ihr eigenes CRM-Lastenheft
in **5 einfachen Schritten**

mehr Informationen: www.bit.ly/3rCxYMd



Das CRM-Lastenheft soll Sie bei der Implementierung Ihres zukünftigen CRM-Tools begleiten. Um Ihr Projekt gut vorzubereiten, ist die Erstellung eines guten CRM-Lastenheftes unumgänglich. Das CRM-Lastenheft ist Ihr Fahrplan, mit ihm können Sie die Grundlagen festlegen, und Ihren Bedarf klären und strukturieren. Es ist außerdem nützlich für den Provider, den Sie auswählen. Dieses Dokument funktioniert wie ein Vermittler zwischen Ihnen und Ihrem Gesprächspartner, also dem Software-Provider oder demjenigen, der die Daten eingepflegt. Deshalb ist es wichtig, dass Ihr Lastenheft so detailliert wie möglich ist.

Dieses Dokument besteht aus 5 Teilen, die für die Verwaltung Ihres Projekts unerlässlich sind. Folgen Sie diesem Leitfaden Schritt für Schritt und die Einführung Ihres CRM wird ohne Zweifel ein voller Erfolg! Sollte es Punkte in diesem Leitfaden geben, die nicht zu 100% mit den Bedürfnissen Ihrer Firma übereinstimmen, zögern Sie nicht, sie zu ergänzen und branchenbezogene Besonderheiten zu berücksichtigen.



Pro-Tip: Viele Unternehmen haben aufgrund der neuen Regelungen durch die DSGVO ein Verzeichnis angelegt. Falls Sie bereits eines gemacht haben, können Sie die Informationen auch für Ihr CRM-Lastenheft nutzen!



Inhalt

1. Präsentation des Unternehmens und seiner Tätigkeit
2. Ziele und Themen des CRM-Projekts
3. Der gewünschte Geschäftsprozess
4. Integration von Daten und Schnittstellen mit anderen Tools
5. Implementierung des CRM-Projekts

Präsentation des Unternehmens und seiner Tätigkeit

Zu Beginn sollten Sie Ihr Unternehmen und seine Tätigkeit vorzustellen, das Geschäftsfeld, das Angebot, die Branche, die Organisation, usw. Diese Elemente ermöglichen es Ihrem Ansprechpartner den Kontext zu verstehen, in dem Sie Ihre Struktur entwickeln.

Hier ist eine Liste der Informationen, die Sie bereitstellen müssen:

Administrative Informationen über Ihr Unternehmen

- Firmenname:
- Adresse:
- Telefon:
- Kontaktdaten des **Ansprechpartners**, der für das Projekt verantwortlich ist:
.....
.....
.....
.....

Präsentation des Unternehmens

- Gründungsjahr des Unternehmens:
- Geschäftsfeld:
- Angebotene Produkte und Dienstleistungen:
-
-
-

Verkaufsmethoden

direkt indirekt B2B B2C D2B D2C
andere:

Kennzahlen:

- Umsatz:
- Belegschaft:.....
- Anzahl der Kunden:.....
- Geografische Lage:
.....
.....
.....
.....
.....



- Bei mehreren Standorten, sind die Einheiten rechtlich voneinander getrennt?
Ja Nein

Gesamtunternehmensstrategie

Die Implementierung eines CRM-Projekts wird sich auf mehrere Abteilungen Ihres Unternehmens auswirken, deshalb muss CRM ein fester Teil der Unternehmensstrategie sein.

- Was ist das Hauptziel Ihres Unternehmens?
Steigerung des Umsatzes Kundenbindung Wachstum des Kundenstamms
Verbesserung der Kundenzufriedenheit andere:

2



Ziele und Themen des CRM-Projekts

In diesem Abschnitt sollten Sie die Ziele Ihres CRM-Projekts so klar wie möglich darstellen. Priorisieren Sie die Ziele und formulieren Sie die Erwartungen der Gesprächspartner, die das Werkzeug nutzen werden.

- Wie ist Ihre aktuelle Situation?
- Gibt es bereits ein CRM oder ein anderes Management-Tool im Unternehmen?
Nein Ja
 - Wenn Ja, was sind die Einschränkungen:
 - Und was sind die positiven und negativen Punkte des aktuellen Tools?

positiv	negativ

- Gibt es Hindernisse für die Einführung von CRM in Ihrem Unternehmen?
Nein Ja
 - Wenn ja, was sind sie?
 -

Ein CRM-Tool bietet folgende Vorteile

- Zentralisierung und Erleichterung des Zugriffs auf Kundendaten überall und jederzeit
- 360°-Sicht auf den Kunden in Echtzeit
- Optimierung der Betriebsführung
- Vereinfachung des Austauschs zwischen verschiedenen Diensten
- Echtzeit-Reporting-Tools für das Aktivitätsmanagement
- standardisiertes Kontaktmanagement
- gezielte Marketingaktionen

3

Der gewünschte Geschäftsprozess

Fertigen Sie eine detaillierte Beschreibung der Dienste und Aufgaben der verschiedenen Abteilungen an, die vom CRM-Projekt betroffen sind.

→ Welche Teams sind involviert und wie viele Mitarbeiter haben sie jeweils?

- Vertriebsteam (..... Mitarbeiter) Marketing-Team (..... Mitarbeiter)
- Vertriebsadministration (..... Mitarbeiter) Kundenservice (..... Mitarbeiter)
- andere

Legen sie am besten eine Tabelle mit allen Teams, deren Mitarbeitern, ihren Rollen und Verantwortungsbereichen an!

Der gewünschten CRM-Prozess

In diesem Abschnitt beschreiben Sie den Ablauf der verschiedenen Dienste, die CRM verwenden werden, im Detail. Analysieren sie die Handlungen der Mitarbeiter genau!

- Wer ist der Akteur?.....
- Was ist seine Aufgabe?.....
- Welche Arten des Austauschs hat er mit Interessenten/Kunden?
- Welche Kanäle wird er nutzen? (E-Mails, Tel, usw.).....
- Wie viele Kontakte verwaltet er im Durchschnitt pro Monat?.....
- Wie viele Angebote erstellt er durchschnittlich pro Monat?
- Was ist das Ziel dieser Aktionen?

Erstellen sie am besten Prozessdiagramme, um die Abläufe jeder Abteilung übersichtlich darzustellen. Z.B. beginnend mit der Anfrage des Interessenten, dann der Rückruf des Vertriebsmitarbeiters, Erstellung des Angebots, usw.

Zugriff auf die gewünschten Daten

Geben Sie für jeden Prozess die Daten an, die wichtig für Ihre Mitarbeiter sind. Weisen Sie Lese-oder Zugriffsrechte abhängig von der Aufgabe des Mitarbeiters zu.

4



Integration von Daten und Schnittstellen mit anderen Tools

Integration von vorhandenen Daten

Die Integration Ihrer bestehenden Daten ist ein entscheidender Punkt in Ihrem CRM-Projekt. Abhängig von der Menge und Qualität dieser Daten kann die Implementierung mehr oder weniger komplex sein. Stellen sie sich folgende Fragen:

- Welche Daten sollen aufbewahrt werden?
-
- Welche Daten sollen angereichert werden?
-
- Welche Daten müssen bereinigt werden?
-

Integration der CRM-Lösung mit den bereits vorhandenen Tools

Beschreiben Sie den technischen Support, die Software und die Hardware, die Sie verwenden oder ihre Partner verwenden. Dieses Wissen gewährleistet eine problemlose Integration. Folgende Schnittstellen können existieren.

- Das Nachrichtensystem des Unternehmens
- Die Abrechnungssoftware
- ERP-Software
- Die Website
- genutzte Hardware (PC, Mac, Smartphone, Tablets, Server, usw)

5

Implementierung des CRM-Projekts

CRM-Projektkontakte

Stellen Sie ein Team zusammen und sprechen sie mit den Mitarbeitern, die die Akteure bei der Umsetzung dieses Projekts sein werden.

Wählen Sie Mitarbeiter aus, die mit Ihren Prozessen vertraut sind und ein gewisses technisches Feingefühl mitbringen.

Geben Sie den Person, abhängig von ihren Funktion im Unternehmen und ihren Kontakten eine Rolle in diesem Projekt.

Überlegungen zum Budget und zur Anpassung

Teilen Sie Ihre Wünsche in Bezug auf die Projektierung mit.

- Wie hoch ist das Budget für die Durchführung des Projekts?
- Wann soll das Projekt beginnen?
- Bis zu welchem Datum soll das Tool im Unternehmen einsatzbereit sein?

Evaluieren Sie den Projektfortschritt regelmäßig und besprechen Sie mit dem Team, ob es Anpassungsbedarf gibt.

Identifizierung des Schulungsbedarfs

Die Implementierung eines CRM-Projekts wird sich auf mehrere Teams auswirken, die das Tool unterschiedlich einsetzen werden. Es ist daher ratsam, die Trainingseinheiten mit jedem Team, entsprechend der spezifischen Bedürfnissen, zu planen.