

CRM goes mobile

Smartphones und Tablets führen Kundenbeziehungen in die Zukunft

Aktuelle Informationen für den Mittelstand





Inhalt

- S. 3 Mobile Business und die Beschleunigung des Geschäfts
- S. 3 CRM wird multimedial
- S. 4 Auf einen Blick: Synergieeffekte der Mobilität für die Kundenbeziehung
- S. 5 Unternehmerische Anforderungen an mobile Geschäftsanwendungen
- S. 5 Warum eine native App für CRM?
- S. 6 Fazit: Für den mobilen Einsatz optimierte CRM-Lösung macht Sinn

Sie kennen das uramerikanische geflügelte Wort: Time is money – Zeit ist Geld. Dieses Zitat aus dem im Jahr 1748 erschienenen Buch „Ratschläge für junge Kaufleute“ von Benjamin Franklin trifft – damals wie heute – perfekt auf die Situation von Außendienstlern zu. Wer gut auf den Besuch bei seinem Kunden vorbereitet ist, nutzt dessen und die eigene Zeit für das Wesentliche: Beratung, zielgenaue Angebote, schnelle und klare Kommunikation, sichere Abschlüsse, Dokumentation der Besuchs- beziehungsweise Verhandlungsergebnisse.

Heute heißt das Customer Relationship Management (CRM), auf deutsch Kundenbeziehungsmanagement, und ist die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf seine bestehenden und potenziellen Kunden.

Dabei spielt die systematische, softwaregestützte Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse eine wichtige Rolle. Dazu gehören Dokumentation, Verwaltung und Auswertung von Daten und Informationen, um sowohl ein auf den Bedarf beziehungsweise die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtetes Marketing sowie Backoffice-Prozesse effizient gestalten zu können.

Der Unterschied zwischen den Zeiten Benjamin Franklins und heute: Außendienstler – beispielsweise in Verkauf und Service – benötigen heute auch unterwegs Zugriff auf alle wichtigen Funktionen ihres CRM-Systems. Sie können dann Kundentreffen fundiert vor- und nachbereiten – auch wenn sie mehrere Tage hintereinander unterwegs sind.

Smartphones, Tablets und Notebooks ermöglichen den sicheren orts- und zeitunabhängigen Zugriff auf sämtliche in der CRM-Datenbank des Unternehmens aktuell gespeicherten Kundendaten. Inklusiv der direkten Aktualisierung von unterwegs. Sowohl Adress- und Kontaktdaten, als auch weitere Zusatzinformationen, wie z.B. gekaufte Artikel, vorhandene Vereinbarungen oder auch dem Kunden zugeordnete Servicetickets oder Umsatzanalysen in Form von Dashboards sollten unterwegs abrufbar sein.

Und die Daten sollten, je nach Zugriffsrechten, bei Bedarf auch direkt bearbeitet und die Änderungen zeitgleich in der zentralen Datenbank des Unternehmens sichtbar gemacht werden können. Das vermeidet eine doppelte, fehleranfällige Datenpflege.

Mobile Business und die Beschleunigung des Geschäfts

Wenn Sie Ihren Außendienstmitarbeitern auf ihren mobilen Endgeräten ein einfach zu bedienendes CRM-Werkzeug zur Verfügung stellen, dann schafft das Synergien.

Warum? Ein praktisches Beispiel: Die Planung eines Kundentermins inklusive Anreise kann mithilfe einer App aufgrund des mobilen Zugriffs auf aktuelle Adress- und Kontaktdaten in der zentralen CRM-Datenbank in Kombination mit der Landkarten-App sehr einfach erfolgen.

Die Gesprächsvorbereitung aufgrund von Informationen aus der Kundenhistorie, wie zum Beispiel bereits bezogene Produkte und Dienstleistungen, bestehende Vereinbarungen und Konditionen, Ansprechpartner für unterschiedliche Bereiche sowie Kommunikationsinhalte und aktuelle Servicefälle oder Umsätze, die während einer Geschäftsreise entstehen und vom Innendienst eingepflegt werden und sofort sichtbar sind, sorgen dafür, dass es beim Termin keine vermeidbaren Wissenslücken gibt.

Sich im Verlauf des Kundengesprächs ergebende Änderungen und Notizen wiederum können direkt in der App erfasst und online in der

zentralen CRM-Datenbank ohne Zeitverlust sichtbar gemacht werden. Eine doppelte, fehleranfällige Datenpflege oder nachträgliche Synchronisation beispielsweise zwischen Tablet und Unternehmensdatenbank wird somit überflüssig.

Für mehr Flexibilität und Effizienz der Mitarbeiter im Außendienst sorgt aber auch der Zugriff auf weitere Aspekte. So kann zum Beispiel der aktuelle Status eines Vertriebsprojektes zwischendurch abgerufen oder ein Besuchsbericht direkt nach einem Termin im Auto oder im Zug erfasst werden.

CRM wird multimedial

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Die Dokumentation von Anlagenreparaturen oder Planungsvorbereitungen bei Bauprojekten wird mithilfe von Fotos, die sich direkt beim Datensatz des Kunden hinterlegen lassen, wesentlich unterstützt. Im Kundenauftrag auszuführende Arbeiten an komplexen Maschinen lassen sich deutlich besser vorbereiten, wenn der Monteur nicht nur liest, was sein Kollege bereits getan hat, sondern aufgrund von Fotos auch weiß, wie die Situation vor Ort ist. Zum Beispiel können geeignete Werkzeuge, benötigte Bauteile oder Sonderausrüstungen im Vorfeld geplant und mitgeführt werden.





Und wenn das Gelände rund um einen zu erstellenden Neubau bildlich festgehalten und in Echtzeit kommuniziert wird, können auch verteilte Teams ohne Zeitverzug beraten, konkret Entscheidungen treffen und die Resultate direkt und zentral im CRM hinterlegen. Die Vorteile liegen im effizienten Einsatz von Mitarbeitern und Material, in der Folge geringeren Kosten, schnellerer Umsetzung, genaueren Kalkulationen von Projekten und zufriedeneren Kunden.

Die Effizienzsteigerung und Beschleunigung betrifft aber auch das Back Office im Büro. Wenn der Kunde eine Leistung, sei es eine ausgeführte Wartung, eine Reparatur oder eine Warenbestellung, gleich auf dem Tablet quittieren kann, ist es kein Problem, dafür sofort eine Rechnung oder eine Lieferung auszulösen.

Wichtiges Merkmal einer CRM-App ist die Beschränkung auf das Wesentliche: Nicht alle im CRM-System eines Unternehmens angebotenen Funktionen und Informationen über einen Kunden sind für einen Termin außer Haus notwendig. Aus diesem Grund sollte jedem Mitarbeiter über das Rechtesystem der CRM-Datenbank auf „seiner“ App genau die Informationen angezeigt und genau die Schreibzugriffe gewährt werden, die er für seine Arbeit wirklich braucht. So ist es beispielsweise sinnvoll, auf einem Tablet umfangreichere Inhalte aus dem CRM anzeigen zu lassen als auf einem Smartphone, da die Arbeit einen anderen Fokus hat. Das Smartphone dient vor allem dem Überblick über den aktuellen Stand, der Suche nach Kontaktdaten oder der Navigation zum Ziel. Das verbessert die Übersicht, beschleunigt die Arbeit und schützt nicht zuletzt sensible Informatio-

nen. Außerdem sollte bei einem Geräteverlust der Datenzugriff durch Änderung des Passwortes per Fernzugriff über das Internet unterbunden werden können.

Auf einen Blick: Synergieeffekte der Mobilität für die Kundenbeziehung

- Entkoppelung der Produktivität von einem fest definierten Ort: Smartphone, Tablet-PC und Co. versprechen den Zugriff auf Inhalte von überall.
- Zielgerichtete Betreuung, indem der Kunde z. B. auch auf spontane Anfragen beim „Hausbesuch“ eine schnelle Antwort erhält – und möglicherweise sofort eine Kaufentscheidung trifft.
- Die Wertschöpfungskette hin zum Kunden, Lieferanten usw. erweitert sich.
- Mehrfache Datenpflege entfällt. Die eingesparte Zeit kann für den konkreten „Dienst am Kunden“ genutzt werden, Fehler werden vermieden und kritische Prozesse wie die Auslösung von Rechnungen und Lieferungen werden beschleunigt.
- Effizientes Zeitmanagement, weil Wartezeiten sinnvoll genutzt und Fahrten in Bus, Bahn usw. für die Vor- und Nachbereitung von Projekten genutzt werden können.
- Imagepflege durch ein innovatives Auftreten als „mobile Company“.

Unternehmerische Anforderungen an mobile Geschäftsanwendungen

Sie sehen: Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit von Geschäftsabläufen hängen entscheidend davon ab, wie einfach und ökonomisch sinnvoll es Ihnen als Entscheidungsträger in der Praxis gelingt, die Möglichkeiten des mobilen „Dienst am Kunden“ optimal auszuschöpfen. Sprich: auf Daten, Prozesse, Kommunikationswerkzeuge und -kanäle jederzeit und gezielt zugreifen zu können.

Dabei sollten Sie neben technischen Fragestellungen noch weitere Dinge berücksichtigen, um die Investition in Geräte und Software planen zu können:

- Wer braucht den Online-Zugriff auf das CRM-System?
- Wer soll auf welche Daten Zugriff bekommen?
- Welche Geräte kommen zum Einsatz?
- Wie werden die Geräte verwaltet?
- Wie ist die Akzeptanz und Verantwortung bei den Anwendern?
- Wie lässt sich eine intelligente Nutzung im Geschäft sicherstellen?

Um flexibel und technologisch up-to-date zu sein, wird ein Gerät benötigt, das einfach zu bedienen ist, Leistung, Funktionalität und – nicht zuletzt – den Zugriff auf nützliche Apps bietet. Weitere ausschlaggebende Kriterien sind:

- Welche Geräteklasse unterstützt mich und meine Mitarbeiter dabei, die anstehenden Aufgaben mit den zur Verfügung stehenden Services zu bewältigen?
- Sollen Datenzugriff und Bedienung mithilfe einer nativen App oder mithilfe des Webbrowsers erfolgen?
- Spielen ergonomische Faktoren wie Bildschirmauflösung, Bedienkomfort oder Gewicht eine Rolle?
- Entspricht die Flexibilität des Endgeräts der Bandbreite an auftretenden Arbeitssituationen?
- Sind im Zusammenhang mit den in unserem Unternehmen eingesetzten Lösungen – wie zum Beispiel mobiles CRM – weitere damit kombinierbare Apps verfügbar, die zusätzlichen Nutzen stiften?



Warum eine native App für CRM?

Viele Web-Apps oder Hybrid-Apps laufen auf (fast) allen Geräten – mehr oder weniger zuverlässig, mehr oder weniger komfortabel, mehr oder weniger ergonomisch.

Google Android, Apple iOS, Microsoft Windows 8.1. Jedes System hat seine Besonderheiten, für jedes System werden unterschiedliche Smartphones und Tablets angeboten. Die Vorteile der einzelnen Betriebssysteme sollten entsprechend genutzt werden.

Wir haben hier einige der Gründe aufgeführt, die aus Sicht des mobilen CRMs für eine native, also auf das im Unternehmen präferierte mobile Betriebssystem optimierte App sprechen.

- Native Apps sind die sichere Wahl für komplexe Anwendungen, wie z.B. ein CRM-System.
- Native Apps dienen der effizienten Nutzung von spezifischen Eigenschaften des Betriebssystems.
- Native Apps bieten Funktionssicherheit auf Endgeräten des Betriebssystems, auf das sie zugeschnitten sind.
- Native Apps können Eigenschaften wie Displaygröße oder -auflösung des Endgeräts optimal ausnutzen, die Arbeit so ergonomischer und einfacher machen.
- Native Apps verbessern die Bedienbarkeit „intuitiv“.
- Native Apps sorgen für ein mit dem Betriebssystem einheitliches Look & Feel, ein weiterer Faktor für die Vereinfachung der Bedienung und der Steigerung der Akzeptanz unter den Mitarbeitern.
- Native Apps ermöglichen die Interaktion zwischen Apps, zum Beispiel mobiles CRM und Karten-App oder mobiles CRM und Kamera-App.

Fazit: Für den mobilen Einsatz optimierte CRM-Lösung macht Sinn

Native Apps sind auf das Betriebssystem des genutzten Smartphones oder Tablets – in der Regel Google Android, Apple iOS oder Microsoft Windows – zugeschnitten. Die jeweiligen Systemeigenschaften und vom Betriebssystem bereitgestellte Hintergrunddienste können maximal genutzt werden. Das Arbeiten wird durch die Adaptation an das Look & Feel des Betriebssystems einfacher und ergonomischer, intuitiver.

Egal ob

- die sorgfältige Vorbereitung eines Angebots im Hotel mithilfe der dazu benötigten Materialien und Informationen auf dem Firmenserver und im CRM-System des Unternehmens,
- die Planung einer unerwartet anfallenden Wartungsarbeit, auch wenn man sich bereits im Servicefahrzeug „auf Tour“ befindet,

- eine Besprechung mit Kunden und anschließend im Nachgang die Eingabe und Veranlassung der besprochenen Dinge.

Die Möglichkeit, diese Funktionen und Informationen aus dem unternehmenseigenen CRM über native Apps sicher und effektiv auf Smartphones und Tablets bereitzustellen, bietet enorme operative und strategische Vorteile.

Dazu gehören beispielsweise

- Mobile Mitarbeiter werden besser in die Geschäftsprozesse eingebunden.
- Die zugrunde liegenden Automatisierungsmechanismen erweisen sich als Beschleuniger für Interoperabilität, Mobilität und die Effizienz von Kundenprozessen.
- Strategische Entscheidungen können aufgrund der Aktualität der CRM-Daten und ihrer sofortigen Auswertung beziehungsweise Interpretation und ihrer möglichen Verknüpfung, mit beispielsweise Produktions- und Finanzdaten, zielgenauer gefällt werden.



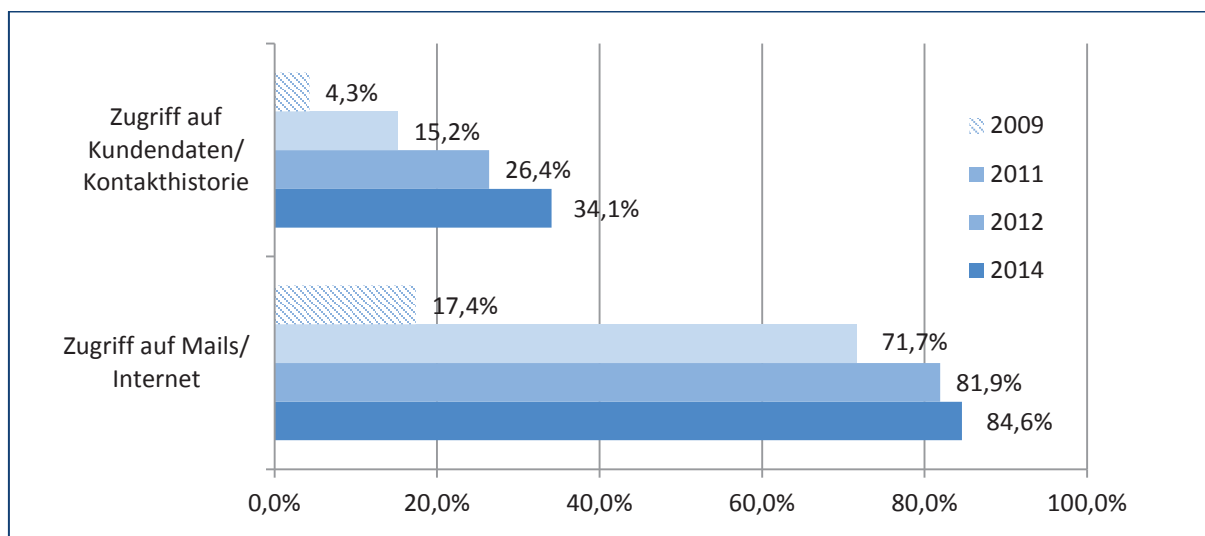
Als Hersteller, dessen CRM-Lösungen für mobile Endgeräte optimiert sind, positioniert sich cobra. Stichwort: cobra Mobile CRM. Das heißt: Der Anwender greift per Smartphone oder Tablet-PC mit den Betriebssystemen Android, Windows 8.1 oder Apple iOS direkt auf Kunden- und Vertriebsinformationen, Adressdaten, Stichwörter und Vertriebsprojekte zu. Weiterführende Informationen auf dieser Webseite.

www.cobra.de/produkte/mobile-crm

Wie sich Mobilität auf die Effizienz im Vertrieb auswirkt

Der Effizienz-Experte Walter Zimmermann ermittelte in seiner Studie zum Thema Vertriebseffizienz, dass die Zahl der mobilen Zugriffe auf die eigenen E-Mails unterwegs sowie das Abrufen von Kundendaten deutlich zugenommen hat. Während es im Jahr 2009 gerade einmal 4,3 Prozent waren, stieg die Zahl 2014 auf bereits 34,1 Prozent. Das zeigt die wachsende Bedeutung für den Zugriff auf wichtige Kundeninformationen auch von unterwegs. Aber auch

die Qualität der Vertriebsaktivitäten nimmt durch die Nutzung mobiler Lösungen ständig zu. Walter Zimmermann verzeichnete eine Zunahme der Qualität von sechs Prozent. So können z.B. während eines Gesprächs Daten aufgerufen werden, die dem Kunden in der Entscheidungsfindung helfen können. In einigen Branchen bedeutet dies eine höhere Abschlussquote, dank Zugriff auf die Daten über ein mobiles Endgerät.



Zugriff der Außendienstmitarbeiter auf E-Mails und Kundendaten via Smartphone in den vergangenen Jahren

Größter Vorteil von mobilem CRM: sich von Wettbewerbern abgrenzen!

Längst sind Produkte und Preise vergleichbar geworden, der Wettbewerb wird härter, die Wechselbereitschaft von Kunden höher. Eine immer wichtiger werdende Rolle, um Kunden nachhaltig zu binden und sich vom Wettbewerb abzugrenzen, spielt deshalb heute der Kundenservice. Und dazu gehört nicht nur der freundliche Servicemitarbeiter vor Ort. Der Kontakt jedes einzelnen Mitarbeiters im Unternehmen mit dem Kunden trägt einen Teil zur Wahrnehmung des Services bei. Und genau hier spielt mobiles CRM eine maßgebliche Rolle. Denn alle Mitarbeiter, egal an welchem Ort sie sich befinden, sind aktuell über alle Vorgänge beim Kunden informiert, können flexibel auf Wünsche oder Anforderungen reagieren und sind in der Lage schnell Entscheidungen zu treffen. **Mit der passenden mobilen App erfüllen Sie die Serviceansprüche Ihrer Kunden und tragen zur langfristigen Kundenbindung bei.**

Fordern Sie Ihr Exemplar der Studie einfach unter www.cobra.de an!



cobra[®] **CRM** Lösungen

Innovative CRM-Software vom Bodensee

Seit 30 Jahren stellt cobra CRM-Software für erfolgreiches Kundenmanagement her. Mehr als 18.000 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeiten erfolgreich mit cobra-Lösungen.

Durch extrem schnelle CRM-Einführung schafft cobra dabei neue Maßstäbe für CRM-Projekte im deutschen Mittelstand.

Egal für welche Unternehmensgröße und Branche und für welches Budget. cobra bietet Lösungen, die zu Ihren Bedürfnissen passen.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

cobra GmbH

Weberinnenstraße 7
D-78467 Konstanz
Telefon +49 7531 8101-0
Telefax +49 7531 8101-22
info@cobra.de
www.cobra.de

cobra AG

Bahnstrasse 1
CH-8274 Tägerwilen
Telefon +41 71 666 80 40
Telefax +41 71 666 80 42
info@cobraag.ch
www.cobraag.ch
