

## Kurzcheck: Schafft Ihr CRM Wettbewerbsvorteile für den Vertrieb?

Sybit zeigt, was ein modernes CRM leisten kann – und wann Sie handeln sollten

**Kontakte mit dem Vertrieb sind einer der wichtigsten Touchpoints in einer Customer Journey. Dabei sind umfangreiche Informationen über Kunden und Interessenten entscheidend für erfolgreiche Vertriebsprozesse. Ein modernes CRM kann Sales-Teams genau das bieten, ein veraltetes System im schlimmsten Fall Kunden kosten. Sybit gibt Ihnen eine Checkliste, damit Sie erkennen, wo Sie stehen – und widmet dem Thema Vertriebsdigitalisierung ein Expertenforum Ende März.**

*Radolfzell, Februar 2021*

Laut CRM-Report 2020 verwenden lediglich 26% der befragten Unternehmen ein einziges CRM-System zur Kontaktverwaltung. 42% setzen auf 2-3 Systeme, 19% sogar auf vier und mehr CRM-Lösungen. Die Folge: Insellösungen, Datensilos und damit eine erschwerte Kundenpflege. Das heißt auch: Die Einstellungen und Erwartungshaltungen auf Seiten der Kunden können nicht mehr erfüllt werden. Denn um aus Kunden loyale und treue Anhänger zu machen, bedarf es einer umfassenden Informationsbereitstellung, am besten in Echtzeit. Ein CRM-System, das sich auf das Management von typischen Kontaktdaten konzentriert, reicht dafür nicht aus.

Mit einem zeitgemäßen CRM kann aus kunderelevanten Daten allerdings ein echter Wettbewerbsvorteil geschaffen werden, indem es Big Data aus dem Bereich Customer Relationship Management gewinnbringend verwertet. Ein einheitliches System, das Zugriff auf die relevanten Daten hat und von allen Abteilungen genutzt wird, ist dabei der Schlüssel.

Schafft Ihr CRM das auch? Machen Sie den Check:

1. Kann das CRM umfassende Adressinformationen, Interaktionen und sogar die gesamte Kundenhistorie festhalten?
2. Bietet das CRM Möglichkeiten zur Analyse des Einkaufsverhaltens einzelner Kunden?
3. Können Statistiken, Reportings und Vorhersagen, z.B. zur Sales-Pipeline und deren Entwicklung, auf Knopfdruck erstellt werden?
4. Können Angebote im CRM erstellt und verwaltet werden?
5. Können Leads im CRM qualifiziert werden?
6. Kann eine vorhandene Marketing-Automation-Software oder das ERP mit dem CRM verknüpft werden?

CRM-Systeme mit diesen Funktionen ergänzen die Informationen in Kundenkontakten um alle Sales-relevanten Daten wie z. B. Angebote, Aufträge, Reklamationen oder Kundendienstesätze. Selbst Kommunikationspräferenzen oder Neuigkeiten zum jeweiligen Ansprechpartner lassen sich festhalten.

So erhalten Mitarbeiter in einer einzigen Software alle wesentlichen Informationen aus einer Kundenhistorie auf einen Blick.

Ein weiteres wichtiges Element einer modernen CRM-Software ist die Möglichkeit, das bisherige Einkaufsverhalten von Kunden untersuchen zu können, um so Potentiale für Sales zu erkennen. Dazu gehören etwa Warenkorbanalysen sowie das Identifizieren von Kaufzyklen und Cross- bzw. Upselling-Potentialen. Gewinnbringend sind zudem umfassende Vertriebsanalysen und -prognosen, die einen tagesaktuellen Überblick über Sales-Prozesse bieten. All diese Analysen können in einem zeitgemäßen CRM mit rollenspezifisch konfigurierbaren Dashboards erstellt werden. Auch das Lead Management profitiert von modernen CRM-Systemen, insbesondere durch die Qualifizierung von Kundenkontakten.

Zeitgemäße CRM-Systeme unterstützen alle Abteilungen konsequent vom ersten Kundenkontakt bis zur Nachbetreuung. Sie machen ein echtes Kundenbeziehungsmanagement erst möglich und sorgen durch eine 360°-Sicht auf alle Kunden für neues, Sales-relevantes Wissen. Bietet Ihr CRM diese Möglichkeiten nicht, sollten Sie über eine moderne Software nachdenken. Dabei ist im ersten Schritt wichtig, dass das CRM als eine abteilungsübergreifende, unternehmensweit einheitliche Strategie gedacht wird, an der alle Abteilungen gleichermaßen beteiligt sind.

Das rein virtuelle Expertenforum Sales Excellence der Sybit GmbH am 25.03.2021 widmet sich genau diesen Themen und beleuchtet das Thema moderne CRM und entsprechende SAP Lösungen im Detail. Renommierete Expertinnen und Experten sprechen gemeinsam mit führenden Unternehmen über Digitalisierung im Sales, die Verschmelzung von B2B und B2C, Angebotsprozesse, Kundenportale und vieles mehr. Mehr Informationen unter: <https://www.sybit.de/events/ef-sales-excellence-2021>

## Über Sybit

Die Sybit GmbH hat sich auf kundenzentrierte Lösungen entlang der Customer Journey spezialisiert, bei denen sämtliche End-2-End-Prozesse digital abgebildet werden. Als langjähriges SAP-Beratungshaus bietet das Unternehmen seinen Kunden eine ganzheitliche Prozessberatung von der Analyse und Strategieplanung, über Design und Implementierung bis hin zu umfassenden Application Management Services auf Basis der SAP Customer Experience Lösungen. Dabei wird die Technologieplattform SAP Customer Experience Solutions als Frontend zum SAP ERP beziehungsweise zu SAP S/4HANA eingesetzt. Für eine kurze Projektdauer und stets transparente Prozesse setzt Sybit auf die Anwendung und Weiterentwicklung der agilen Projektmethodik.

Gegründet im Jahr 2000 vertrauen heute über 300 Kunden, vornehmlich Konzerne und weltweit agierende Mittelständler aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der High-Tech-Industrie und dem Automobilsektor auf die langjährige Expertise des SAP Platinum Partners. Sybit gehört zu den Top 20-Digitalagenturen in Deutschland und beschäftigt am Hauptsitz in

Radolfzell und den Niederlassungen in Bielefeld, Hannover, Offenbach und Pforzheim über 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit August 2018 ist Sybit eine Tochter der itelligence AG, einem der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser mit ca. 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Niederlassungen in 28 Ländern.

Weitere Informationen: [sybit.de](https://www.sybit.de)

**Pressekontakt:**

Sybit GmbH

Dr. Anders Landig

Sankt-Johannis-Straße 1-5

78315 Radolfzell

Tel. +49 (0) 7732 9508-293

Fax: +49 (0) 7732 9508-111

[presse@sybit.de](mailto:presse@sybit.de)