

Wie Vertrieb, Marketing und Service von modernen CRM-Lösungen profitieren

CRM-Software als Schlüsselement der Digitalisierungsstrategie

WOLFGANG RENNER, BEREICHSLEITER MEDIZINTECHNIK & GESUNDHEITSMARKT, KUMAVISION AG

Customer-Relationship-Management (CRM) stellt die Kunden bzw. potenziellen Kunden in den Mittelpunkt. Moderne CRM-Lösungen ermöglichen es, nicht nur bisher papierbasierte Prozesse in Vertrieb, Marketing und Service zu digitalisieren, sondern gleichzeitig die Kundenbeziehung zu stärken, die Mitarbeitenden von zeitaufwendigen Routineaufgaben zu entlasten und durch eine einheitliche Prozesslandschaft die Unternehmenssteuerung zu verbessern. Der Fachbeitrag zeigt Handlungsfelder aus der Praxis.

Vertriebssteuerung

Wie sieht der Auftragseingang aus? Welche Kontakte sind vielversprechend? Warum werden eigentlich Projekte gewonnen bzw. verloren? Welcher Mitarbeiter bearbeitet welche Verkaufschancen und in welcher Ebene? Wie verändern sich die Kunden- und Marktanforderungen? Wer hat wann mit wem worüber gesprochen? CRM-Lösungen liefern die Antwort auf diese und viele weitere Fragen.

Basis ist eine 360-Grad-Sicht auf Kontakte und Unternehmen: Die gesamte Kommunikation und Historie – inklusive kaufmännischer Daten aus dem ERP-System – sind zentral abrufbar, wovon nicht nur Urlaubs- und Krankheitsvertretungen profitieren. Einheitliche Prozesse ermöglichen eine effiziente Steuerung und vor allem auch Auswertung aller Vertriebsaktivitäten.

Fortgeschrittene Lösungen bieten die Möglichkeit, Kontakte (Leads) systemgesteuert zu bewerten und die Wahrscheinlichkeit eines Auftragseingangs mithilfe künstlicher Intelligenz vorauszusagen.

Marketing

Marketingkampagnen setzen sich heute meist aus unterschiedlichen Elementen zusammen. CRM-Lösungen versetzen die Marketingabteilung in die Lage, Gesamtkonzepte zu erarbeiten, die Zielgruppen

ohne Streuverluste zu bestimmen und Maßnahmen auf unterschiedlichen Kanälen (Events, E-Mails, Postsendungen, Anzeigen, Social Media etc.) auszuführen. Zielgruppen müssen nicht mehr manuell zusammengestellt werden, sondern lassen sich anhand beliebiger Merkmale automatisiert definieren.

Zeitgemäße Ansätze wie Content-Marketing überzeugen durch einen hohen Automatisierungsgrad und eine optimale Ansprache der Zielgruppe. Besonders wichtig: Die Möglichkeit, abschließend die Wirksamkeit der einzelnen Elemente auszuwerten – sprich welche Maßnahme hat die meisten Reaktionen, Neukunden bzw. Umsätze generiert.

Field Service

Auch der technische Außendienst profitiert von mobilen CRM-Lösungen: Sie steuern Serviceaktivitäten (Übergabe und Inbetriebnahme, Wartung, Sicherheitskontrolle, Instandsetzung), erlauben eine digitale normkonforme (ISO, MDR) Dokumentation der Einsätze inklusive Checklisten, digitaler Unterschrift und Fotos.

Eine nahtlose Anbindung an die ERP-Branchensoftware erlaubt es, auf Knopfdruck Ersatzteile zu bestellen, die jeweilige Geräteakte einzusehen, zu aktualisieren oder Arbeitszeiten für die Rechnungsstellung komfortabel zu erfassen.

Durch die digitale Anbindung bleibt der Innendienst bei Kundenanfragen jederzeit auskunftsfähig.

Schulungsmanagement

CRM-Lösungen unterstützen Unternehmen dabei, Schulungen und Zertifizierungen von Mitarbeitenden etwa im Service zu verwalten. Damit wird sichergestellt, dass nur für das jeweilige Produkt autorisierte Techniker Reparaturen vornehmen. Weiterhin lassen sich Schulungen für Händler, Medizinprodukteberater oder auch Patienten planen und durchführen – inklusive Erstellung von Schulungszertifikaten, optional auch mit Ablaufdatum und rechtzeitiger Erinnerung an die anstehende Erneuerung.

Events

Eine Messeeinladung für alle Kunden und Interessenten in einer bestimmten Region? Ein Informationsabend nur für Stoma-Patienten? Ein Tag der offenen Tür mit mehreren Vorträgen? Oder Online-Webinare zu neuen Produkten?

Moderne CRM-Lösungen bilden die Planung, Durchführung und Auswertung von Veranstaltungen aller Art ab. Ob Teilnehmerverwaltung, Checklisten, E-Mail-Einladungen mit automatischer Erinnerung, Online-Termine mit Rednerverwaltung oder selbst die Reservierung von Hotelzimmern – alles lässt sich an

einem Ort in der CRM-Lösung übersichtlich steuern.

Besuchsberichte

Was haben wir alles besprochen? Mit einer CRM-Lösung gehört diese Frage der Vergangenheit an. Digitale Besuchsberichte und Checklisten dokumentieren nicht nur einheitlich Besuche und Patientenversorgung, sondern ermöglichen es auch, Folgeprozesse direkt anzustoßen, beispielsweise Aufgaben (mit Wiedervorlagen), Angebote oder Serviceeinsätze.

Die Kommunikation zwischen Außen- und Innendienst wird damit erheblich vereinfacht, zudem lassen sich Touren und Einsätze systemgesteuert planen – auch für turnusmäßig wiederkehrende Besuche.

Ticket-Management mit Aktivitäten

Mehr Kundenbindung durch besseren Kundenservice: Ob Telefon, Besuch vor Ort, E-Mail, Messenger-Dienste oder Online-Formular: CRM-Lösungen ermöglichen es, Anfragen im Kundenservice kanalübergreifend zu erfassen und Folgeaktivitäten (Reparatur und Rücknahme von Geräten, Schulungen oder Betreuungsbesuche) auszulösen.

Anfragen lassen sich automatisiert den entsprechenden Abteilungen zuweisen, der Kunde wird systemgesteuert über Statusänderungen informiert. Ein weiterer Vorteil: Anfragen lassen sich z. B. nach Produkt, Fehlermeldung und Bearbeitungsdauer auswerten, um die eigenen Abläufe weiter zu verbessern (CAPA).

Cross- und Up-Selling

Welche eigenen Produkte und welche Produkte von Wettbewerbern nutzt ein Kunde? Wo liegen ungenutzte Potenziale,

die eigenen Produkte zu platzieren oder höherwertigere Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen? CRM-Lösungen bieten dem Außendienst die Möglichkeit, solche Chancen zu identifizieren.

Die CRM-Lösung kennt dabei die in der ERP-Branchensoftware hinterlegte Kundenhistorie. Sonstige Leistungserbringer haben Zugriff auf Versorgungen und Verträge, Medizinproduktehersteller können beispielsweise Marktanalysen durchführen, indem systematisch die eingesetzten Produkte herstellerübergreifend erfasst werden.

Potenziale, Plattformen und Partner

Vielfach wird der Einwand vorgebracht, es wäre doch besser, alle Funktionen in einer einzigen Branchensoftware zu bündeln, anstatt mehrere Lösungen parallel zu betreiben.

Hier gilt es, drei Punkte zu beachten. Erstens würde eine solche funktionsreiche Branchensoftware schnell zu einem schwerfälligen Monolith. Zweitens muss der parallele Einsatz mehrerer Lösungen nicht zwangsläufig in Insellösungen resultieren. Ganz im Gegenteil: Technologie-Plattformen wie Microsoft Dynamics 365, wie sie Kumavision einsetzt, bieten ein Ökosystem mit ERP-Software und CRM-Anwendungen, die nahtlos zusammenspielen und auf dieselben Daten zugreifen – ganz ohne Datensilos und Medienbrüche. Wenn alle Anwendungen von einem Anbieter kommen, besteht weiterhin keine Gefahr, dass Updates Inkompatibilitäten verursachen.

Drittens ist der mobile Einsatz einer klassischen Branchensoftware oft zu komplex. Gefragt sind vielmehr schlanke Lösungen, die sich einfach bedienen lassen – auch auf Smartphone und Tablet.



Foto: Kumavision

Wolfgang Renner.

Damit steigen allerdings auch die Anforderungen an den Software-Partner, der eine Vielzahl von Anwendungen abdecken muss, was gerade kleinere Anbieter schnell an ihre Grenzen bringt.

Auf die Branche abgestimmt

Die oben genannten Beispiele zeigen deutlich: „Branchenneutrale“ CRM-Lösungen stoßen hier schnell an ihre Grenzen. Um kostspielige und zeitaufwendige Erweiterungen zu vermeiden, empfehlen sich CRM-Branchenlösungen wie sie z. B. Kumavision anbietet: Sie bringen nicht nur Best-Practice-Prozesse für die Branche mit, sondern berücksichtigen auch die regulatorischen Anforderungen und bieten die für den Einsatz beim Kunden bspw. in Kliniken erforderliche Fähigkeit, auch ohne Internetverbindung (offline) eingesetzt zu werden.



Plattformen wie Microsoft Dynamics 365 bieten ein Ökosystem mit unterschiedlichen ERP- und CRM-Anwendungen, die nahtlos zusammenspielen und auf dieselben Daten zugreifen – ganz ohne Datensilos und Medienbrüche. Foto: Kumavision

Weiter denken

CRM-Lösungen bilden für die Branche einen zentralen Baustein in der Digitalisierungsstrategie. Sie eröffnen Unternehmen neue Handlungsspielräume, um Wettbewerbsfähigkeit, Kundenbindung

und Unternehmenssteuerung nachhaltig zu verbessern.

Wenn künftig von Branchensoftware die Rede ist, sollten daher auch immer CRM-Lösungen mitgedacht werden. Dies gilt insbesondere auch für die Auswahl

einer neuen Business-Software, bei der das gesamte Portfolio des Anbieters bewertet werden sollte, um technologische wie strategische Sackgassen zu vermeiden. <

KUMAVISION

Ihr starker Partner

KUMAVISION AG
Tel. +49 7544 966-200
kontakt@kumavision.com
www.kumavision.com

- ✓ **Kontinuität: 25 Jahre ERP- und CRM-Erfahrung**
- ✓ **Best Practice: Erfahrung aus 2.000+ Projekten**
- ✓ **Kompetenz: 850 Mitarbeiter**
- ✓ **Nähe: Zahlreiche Standorte in D-A-CH und IT**
- ✓ **Innovationskraft: Zahlreiche Auszeichnungen**
- ✓ **Zukunftssicher: Führender Microsoft-Partner**
- ✓ **Compliance: Zertifiziertes Qualitätsmanagement**