

## ☑ Erfolgreiche CRM-Einführung bei Spediteuren im Mittelstand

(CIS 2005 / Stand: Dezember 2004)

**LOGO consult AG**  
CRM Software for Logistics

Enzianstraße 4a  
82319 Starnberg am See  
Germany

tel +49 (0) 700 / 100 55 100  
cis@logo-consult.com  
www.logo-consult.com



## **Erfolgreiche CRM-Einführung bei Spediteuren im Mittelstand**

Nachdem sich das Customer Relationship Management (CRM) in Großunternehmen weitgehend durchgesetzt hat, interessiert die Thematik zunehmend den Mittelstand. Hier gelten jedoch andere Bedingungen: Gängige Einführungsstrategien sind nicht 1:1 übertragbar. Da viele Firmen eine Gratwanderung zwischen Kunden- und Kostenorientierung meistern müssen, ist Pragmatismus angesagt: „Klein aber fein“ lautet die Devise, gerade bei der Einführung einer CRM-Lösung.

### **Neue Blickrichtung: vom Produkt zum Kunden**

CRM-Experten in Hochschulen und Unternehmensberatungen sind sich einig: Auch wenn mittelständige Spediteure und Logistik-Unternehmen über gute Kontakte zu Ihren Kunden verfügen, führt kein Weg an der systematischen Pflege von Kundenbeziehungen vorbei. Denn der zunehmende Wettbewerbsdruck, neue Kunden-Lieferanten-Beziehungen, das veränderte Kaufverhalten von Konsumenten und der Einsatz verschiedener Kommunikationskanäle zwingt die Unternehmen, mit neuen Instrumenten auf die schnellen Veränderungen des Marktes zu reagieren. Da sich Produkte und Dienstleistungen immer mehr angleichen, ist die Qualität des gesamten Leistungssystems einschließlich des Kundenservice entscheidend, um sich von den Wettbewerbern positiv abzuheben.

### **Konzentration auf Kernprozesse**

Ein etabliertes, mittelständisches Speditions-Unternehmen, das seine Kundenorientierung verbessern möchte, kann seine zentralen Geschäftsabläufe schnell mit einem CRM-System abbilden. Im Zentrum steht die Datenbasis, die über alle Kundendaten von der Adresse bis zu kundenspezifischen Merkmalen informiert. Daran schließen sich Kontakt-, Termin- und Dokumentenmanagement an. Weitere Anbindungen (zum Beispiel an Transportmanagement und Lagerbewirtschaftung) sorgen dafür, dass die Mitarbeiter unternehmensweit auf alle relevanten Kundendaten zugreifen können.

CRM-Einführungen im Mittelstand müssen innerhalb von wenigen Wochen abgeschlossen werden. Da auch hier die Regel gilt, dass sich 80 Prozent des Netzens bereits mit 20 Prozent des Aufwands erzielen lassen, sind solche Laufzeiten durchaus möglich.

## **Alle Kundendaten unter einer Benutzeroberfläche**

Wegen der geringen Arbeitsteiligkeit ist es wichtig, dass die CRM-Lösung die Leistungsmerkmale eines Groupware-Systems (Adress-, Termin und Dokumentmanagement) aufweist und gut mit mittelstandstypischen Transport Management Systemen (TMS) und Warehouse Management Systemen (WMS) zusammenarbeitet. Isoliertes CRM macht keinen Sinn. Eine Terminvereinbarung mit einem Kunden erfordert CRM- und Groupware-Funktionen; zu einer vollständigen Kundenakte gehören Angebote und Rechnungen aus der Warenwirtschaft, aber auch alle Unterlagen aus der Kundenkorrespondenz. Der Kundenbetreuer muss ohne Applikationswechsel auf alle Daten aus CRM-, Warenwirtschafts- und Groupware-System Zugriff haben, Schnittstellen alleine (wie in Großunternehmen üblich) reichen nicht aus.

## **Die Lösung**

Bei Berücksichtigung dieser Voraussetzungen ist es möglich, ein Speditions-typisches CRM-System wie CS von LOGO consult AG in weniger als zehn Wochen mit Gesamtkosten zwischen 1.300 und 2.000 Euro pro Arbeitsplatz sowie einem messbaren Nutzen hinsichtlich Kundenzufriedenheit und Ertragssteigerung erfolgreich einzuführen.