

In diesen Branchen ist der Kunde noch König

Kategorie: [Organisation und Service](#)

Datum: 29. Juni 2018

Wie wird die strategische Bedeutung von CRM und der Grad der Kundenzentrierung eingeschätzt? Wo besteht bei der täglichen Arbeit mit den Kunden aktuell Verbesserungsbedarf? Diese und andere Fragen wurden in der Studie „Erwartungen an eine CRM-Lösung von morgen“ fast 200 Entscheidern aus Unternehmen in sechs verschiedenen Branchen gestellt. Die Befragung macht deutlich, dass das Thema Kundenbeziehungsmanagement nicht nur den Vertrieb und das Marketing betrifft: Über alle Abteilungen hinweg messen knapp 53 Prozent der Befragten CRM große oder sogar sehr große strategische Bedeutung bei. Bedeutende Abweichungen zwischen den Branchen zeigen sich in Bezug auf den unterschiedlichen Grad der Kundenzentrierung, die Auswahlkriterien für einen CRM-Anbieter und die Einschätzung von Trendthemen wie Künstliche Intelligenz (KI), Collaboration und Messenger sowie Sprachsteuerung.

Einschätzung der Kundenzentrierung

Bei der Antwort auf die Frage „Wie kundenzentriert schätzen Sie ihr Unternehmen ein?“ sicherte sich die Logistikbranche einen soliden Spitzenplatz. Schlusslicht ist der öffentliche Sektor:

1. Transport, Logistik und Verkehr (8,08)
2. Life-Science, Chemisch-pharmazeutische Industrie (7,97)
3. Elektrotechnische Güter, IT-Industrie & Software-Anbieter (7,94)
4. Bau- und Handwerksgewerbe (7,64)
5. Metallherstellende und -verarbeitende Industrie, Maschinen- und Anlagenbau (7,5)
6. Öffentliche Verwaltung, Gebietskörperschaften, Sozialversicherung (7,41)

Die meisten Teilnehmer (77 Prozent) schätzen die Bedeutung von CRM hoch ein und verstehen es in Verbindung mit anderen Leistungen und Funktionen als Teil eines strategische Gesamtkonzepts: Branchenübergreifend wird es auf etwa die gleiche Ebene wie die Customer Experience oder die Optimierung des Service Managements gestellt.

CRM-Systeme als Verbesserung des Kundenkontakts

Bei der Informationsweitergabe zwischen den Abteilungen sehen sich das Bau- und Handwerksgewerbe sowie die Logistikbranche im Hintertreffen. Mehr als jeder zweite Befragte dieser beiden Branchen stimmt der Aussage zu, dass sein Unternehmen sein Potential nicht voll entfalten kann, weil zwischen den Abteilungen wichtige Informationen verloren gehen. Auch wenn es darum geht, ob das eingesetzte CRM die tatsächlichen Prozesse des Unternehmens adäquat abbildet, sehen sich Bau- und Logistik-Branche mit großem Abstand zu den übrigen Branchen am schlechtesten aufgestellt. Verbesserungsbedarf gibt es zudem bei der Zufriedenheit der Nutzer mit dem eigenen CRM-System und seiner Funktionsweise. Am unzufriedensten sind die Mitarbeiter der Branchen:

1. Elektrotechnische Güter, IT-Industrie & Software-Anbieter (24 Prozent)
2. Öffentliche Verwaltung, Gebietskörperschaften, Sozialversicherung (21 Prozent)
3. Transport, Logistik und Verkehr (17 Prozent)

Stimmen der Aussage „Die Mitarbeiter sind mit der CRM-Lösung und ihrer Funktionsweise zufrieden“ nicht zu. Den größten Verbesserungsbedarf sehen die Mitarbeiter bei der abteilungsübergreifenden

Kommunikation und der adäquaten Prozessabbildung.

Bewertung von Trends wie KI oder Sprachsteuerung

Bei der Frage, wie wichtig die Bedeutung von KI, Collaboration und Messengern sowie Sprachsteuerung für das Unternehmen eingeschätzt wird, räumen die Branchen Life-Science, Chemisch-pharmazeutische Industrie sowie Transport, Logistik & Verkehr höchste Priorität ein. Der öffentliche Sektor sowie die Branchen elektrotechnische Güter, IT-Industrie & Software-Anbieter sprechen diesen Trendthemen eine unterdurchschnittliche Signifikanz zu.

Befragungszeitraum war der 7. bis 19. Dezember 2017. Durchgeführt wurde die Befragung von IDG Research im Auftrag der ADITO Software GmbH. Ein kostenloses Whitepaper zur Studie steht unter <http://www.adito.de/crm-studie> zur Verfügung.