AS/point
Member of ICTec Group

ÜBER SINFONIEN, ROCK UND PERFEKTES CROSSOVER

Warum das Verhältnis von CRM und ERP mit dem von Kammerorchester und Rock-Band vergleichbar ist

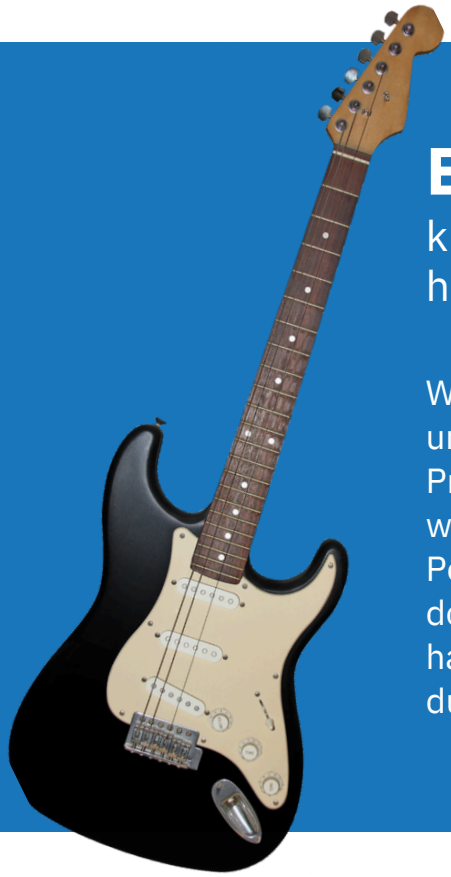


Sales Champions Strategy

VON SINFONIEN UND ROCK-HYMNEN:

Wie ERP- und CRM-Systeme gemeinsam für den perfekten Sound sorgen

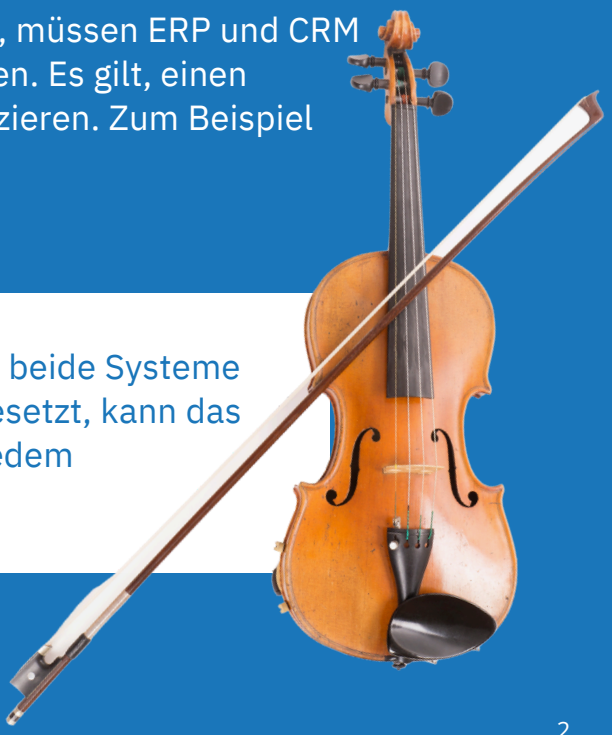
CRM- und ERP-Systeme stehen sich auf den ersten Blick ähnlich konträr gegenüber, wie ein Kammerorchester und eine Rock-Band. Beide spielen die gleichen Noten, doch jedes für ein anderes Zielpublikum. Denn auch wenn CRM-Systeme auf die gleichen Daten wie ERP-Lösungen zugreifen, so unterscheiden sich die damit zu lösenden Aufgaben und ihre Anwender deutlich.



ERP- vs. CRM-Systeme:

klare Abgrenzungsregeln sichern den harmonischen Klang in der Unternehmens-IT

Was in der Welt der U- und E-Musik für die sehr unterschiedlichen Fan-Lager von Sinfonie und Rock kein Problem darstellt, weil sie selten aufeinandertreffen, wird im Alltag der Unternehmens-IT aber zur Pflicht: Perfektes Crossover ist angesagt, müssen ERP und CRM doch hier häufig zusammenspielen. Es gilt, einen harmonischen „Sound“ zu produzieren. Zum Beispiel durch klare Abgrenzungsregeln.



Ansonsten sind Misstöne vorprogrammiert, welche beide Systeme rasch und nachhaltig beeinträchtigen. Richtig eingesetzt, kann das CRM- und ERP-Duo mit Stärken auftrumpfen, die jedem Unternehmen entscheidende Vorteile bieten.

CRM als Unternehmensphilosophie:

Warum erfolgreiche Unternehmen auf langfristige Beziehungen setzen

Bei CRM geht es zwar auch um Software – aber eben nicht nur. Wir, bei 1CTec Group GmbH, sehen es als einen Bestandteil der Unternehmens-philosophie erfolgreicher Unternehmen an, dass sie ihre Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Partnern verstehen und gestalten. Ein Themenkomplex, der virales Marketing, Customer Experience, individualisierte Produkte, neue Vermarktungs- und Service-Modelle und vieles mehr umfassen kann. Themen, die nicht auf den ersten Blick IT-Themen sind.

Und auf den zweiten Blick aber auch nicht ohne IT erfolgreich umgesetzt werden können. Erst wenn gefilterte, nach verschiedenen Kriterien sortierte Daten und Auswertungen zur Verfügung stehen, kann der Fachbereich CRM seine Wirkung entfalten.

CRM ist somit in erster Linie eine Haltung oder eine Philosophie. Sie betrifft Geschäftsleitung, Marketing, Vertrieb und (Kunden-) Service – und erst dann die IT. Dass die Unterstützung durch IT große Vorteile erzeugt, ist zwar unbestritten, aber nicht zwingend. Die Auswahl von über den IT-Tellerrand hinaus schauenden Partnern mit Blick für die angrenzenden Themen ist ein Schlüssel zu einem erfolgreichen CRM-Projekt.

ERP ist mehr als Softwareunterstützung:

Fehlende strategische Ausrichtung ist ein Hemmnis für den Erfolg

Geht es um das Thema ERP, denken viele an durch Software unterstützte Auftragsverwaltung. Die Ausrichtung auf IT ist zentral, funktional oder prozessorientiert. Es ist in kleinen und mittleren Betrieben eher selten, dass die Anwendung von ERP-Systemen bewusst auf konzeptionellen Ansätzen wie einer bestimmten Strategie der Produktionsplanung und -steuerung ausgerichtet wird.

Im Gegensatz zu größeren mittelständischen Firmen oder Konzernen gibt es einen eigenständigen, von IT losgelösten Fachbereich „ERP“ im KMU-Umfeld eher selten. Das Wissen über unterschiedliche Fertigungskonzepte oder Strategien zur Prozessoptimierung muss dann mühsam in verschiedenen Disziplinen wie Logistikmanagement, Produktionswirtschaft, Finanzen, Rechnungswesen, Marketingmanagement, Organisation, Industriebetriebslehre oder auch CRM (!) zusammengesucht werden.

WAS UNTERSCHEIDET CRM VON ERP?

Es sind nicht nur theoretische Grundlagen, die CRM und ERP unterscheiden. Die Systeme sind natürlich auch als IT-Anwendungen für unterschiedliche Aufgaben gedacht.

pio
Cloud-ready

Geht es bei CRM-Lösungen darum, die Anwender in Marketing, Verkauf und Kundenservice zu unterstützen, liegt der Fokus von ERP-Systemen bei der durchgängigen Prozesssteuerung im ganzen Unternehmen. Dass sich die Anwendungsgebiete dabei überlappen, liegt in der Natur der Sache. Daten- und Funktionsbereiche von CRM-Systemen bilden Schnittmengen mit ERP-Lösungen.

Wer also sowohl eine ERP als auch ein CRM im Einsatz hat, ist gut beraten, die entsprechenden Hoheitsgebiete zu klären und abzugrenzen.

Effizientes ERP:

Fokussierung auf Prozesse statt Kundenbeziehungen



Als einfacher Anhaltspunkt kann hierzu die benötigte Tiefe der Kundeninformationen herangezogen werden.

Das ERP stützt prozessorientiert die Bereiche Beschaffung, Vertrieb, Materialwirtschaft, Finanzen und Personal. Der Kunde oder Lieferant spielt hier nur insofern eine Rolle, wie es die Datenintegration der vor- und nachgelagerten Anwendungsbereiche erfordert. Oder – anders formuliert – nicht das vertriebsgesteuerte Beziehungsmanagement steht im Vordergrund, sondern Prozesseffizienz. Meistens „begnügt“ sich ein ERP-System daher bereits mit Kundennummer und Adresse. Weitere „Aggregatzustände“ des Kunden, z. B. als Interessent oder Teil einer potenziellen Zielgruppe, sind für ein ERP nicht von Interesse.

Wie ein Orchester braucht auch ein Unternehmen ein harmonisches Zusammenspiel seiner verschiedenen Bereiche und Prozesse, um erfolgreich zu sein. Das ERP-System kann hier als Dirigent dienen, der die verschiedenen Instrumente (Beschaffung, Vertrieb, Materialwirtschaft, Finanzen, Personal) koordiniert und zu einem stimmigen Gesamtbild zusammenfügt.

Die CRM-Melodie:

Wie eine ausgeklügelte Lösung den Ton angibt



Der Wert einer Beziehung manifestiert sich vorwiegend in der Vergangenheit. Die Entwicklung über Adresse, Lead, Interessent bis zum Kunden gilt es festzuhalten. Dazu stellt das CRM eine ausgeklügelte Kontaktverwaltung und Historie bereit. Sie sind die Basis für die Weiterbearbeitung in Marketing-Kampagnen, bei der Analyse von Verkaufschancen oder im Kundendienst.

Für den Vertrieb ist es von entscheidender Bedeutung, das Potenzial von Neukunden so früh wie möglich zu erkennen und laufend mit ihnen in Kontakt zu bleiben. Mit speziellen Funktionen und Kriterien sorgen CRM-Systeme für eine gezielte Kommunikation und versorgen den Kundenservice mit allen notwendigen Informationen für eine optimale Bearbeitung von Kundenanliegen.

Ähnlich wie ein Musiker seine Melodie sorgfältig plant und aufzeichnet, um später darauf aufzubauen, benötigt auch ein Unternehmen eine strukturierte Aufzeichnung und Verwaltung seiner Kundenbeziehungen, um sie erfolgreich zu entwickeln und zu pflegen.



BEZIEHUNGSKULTUR ALS MASSSTAB FÜR CRM-SYSTEME

Eine ganz neue Kundenerfahrung
Beantworten Sie Kundenanfragen dank eines hochproduktiven Kundenservice-Teams schneller und individuell und steigern Sie so die Zufriedenheit Ihrer Kunden.

Effizienteres Marketing
Entwerfen Sie gezieltere Kampagnen, basierend auf echten Kundendaten, und sorgen Sie so für einen höheren Ertrag Ihres Marketingaufwands.

Produktivere Mitarbeiter
Vermeiden Sie, dass Aufgaben doppelt ausgeführt werden und machen Sie Ihre Teams produktiver. Mitarbeiter, die Zugang zu miteinander vernetzten Systemen haben, investieren ihre Zeit in den Ausbau des Geschäfts statt in das Lösen von Notsituationen.

Schneller und effizienter arbeiten
Vernetzen Sie die Kommunikation zwischen unterschiedlichen Abteilungen, basierend auf einem automatisierten Workflow, über welchen alle Interaktionen mit Kunden nahtlos miteinander verknüpft werden.

Sichtbarkeit für mehr Wirtschaftlichkeit
Verschaffen Sie sich einen zentralen Überblick über all Ihre Kundenaktivitäten, um über die zentralen Informationen zu verfügen, die Sie benötigen, um fundierte Entscheidungen zu treffen und Ihr Unternehmen zum Erfolg zu führen.

Die richtigen Produkte für die richtigen Kunden
Nutzen Sie zuverlässige Kundendaten, um neue Produkte oder Dienstleistungen genau dem richtigen Zielpublikum anzubieten und Marketingstrategien zu entwickeln, die die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich lenken.

CRM (Customer Relationship Management) bietet in Zeiten der Digitalisierung zahlreiche Vorteile. Es ermöglicht Unternehmen, Kundenbeziehungen zu pflegen, Marketingstrategien zu verbessern und fundierte Entscheidungen auf Basis von Kundeninformationen zu treffen.

WANN MACHT EIN CRM SINN?

Ob der Einsatz einer dedizierten CRM-Lösung Sinn macht, ist in erster Linie keine IT-Frage, sondern hängt entscheidend von der Existenz einer CRM-Kultur im Unternehmen ab. Steht die Kundeninteraktion im Mittelpunkt des Unternehmens, ist eine CRM-Lösung unabdingbar. Denn bei dieser modernen Art der Kundenzentrierung ordnen sich Mitarbeiter, Organisation und Prozesse am Kundenwert und seiner Position im Lebenszyklus. Hier kann ein leistungsfähiges CRM-System wertvolle Unterstützung bieten:

- Bei der Erstellung von maßgeschneiderten Angeboten,
- bei der Kontaktpflege mit gezielten Informationen,
- bei der Ermittlung von validen Geschäftschancen,
- beim Aufbau und bei der Pflege von Kundenbeziehungen.



Die Dynamik und die Komplexität, welche mit der Betreuung verschiedener Zielgruppen mit unterschiedlichen Ansprüchen über einen längeren Zeitraum verbunden sind, lassen sich in der Regel mit einem ERP-System nicht bewältigen. Dem also zunächst ökonomisch sinnvoll erscheinenden Gedanken, diese Aufgaben im ERP-System mit abzubilden, sollten sie nicht nachhängen.

Eine harmonische Sinfonie der Daten

Kaum praktikabel und somit wenig sinnvoll ist der Parallelbetrieb von ERP und CRM als zwei unabhängige Insellösungen. Zu einem durchgängigen „360 Grad“ CRM-Beziehungsmanagement gehören auch klassische ERP-Daten wie:

- Zahlungskonditionen und -status
- Preislisten
- Produkte
- Aufträge
- Angebote
- Lieferbedingungen usw.



Durch die Integration von CRM- und ERP-Systemen wird erst die Basis für eine weitergehende Integration von Frontoffice- (Marketing, Außendienst, Verkauf, Service) und Backoffice- Aufgaben (Auftragsverwaltung, Materialwirtschaft oder Buchhaltung) geschaffen. Die entstehende Transparenz über den Kunden ist ein wahrer Beschleuniger mit dreifacher Wirkung: **effizientere Geschäftsprozesse, optimierte Beratungsqualität und höhere Abschlussquoten im Verkauf.**

Welches System darf beim gemeinsamen Datenhandling den Takt vorgeben?

Bei der gemeinsamen Nutzung von Daten ist es wichtig zu klären, welches das führende System ist. Je nach Datenursprung und -verwendung können gewisse Felder wie Kundennummer, Zahlungskonditionen, Kreditlimits oder Preislisten bei CRM-Kontakten beispielsweise nur angezeigt werden und für die Bearbeitung gesperrt sein, da die Verwaltung im ERP-System passiert. Der Abgleich von Adressdaten – sei dies bei der Neuerfassung oder bei der Synchronisierung mit dem jeweils anderen System – ist von grundlegender Bedeutung. Eine identische Adresse darf in beiden Systemen nur einmal vorkommen. Das klingt zwar einfach, wird in der Praxis jedoch oft durch unterschiedliche Schreibweisen (Verlag Wittich AG oder Wittich Verlag AG) oder Adressdetails (z.B. Postfach statt Straße) erschwert.



Organisatorisch muss klar definiert werden, welche Stelle mit welchem System für die Datenpflege zuständig ist. Nur so lassen sich unnötiger Aufwand und Datenmängel vermeiden. Die Datenübertragung erfolgt in der Regel über automatisierte Schnittstellen. Dies kann entweder als Batch-Verarbeitung nachts geschehen oder bei Bedarf – und meist nur für einzelne Datensätze – auf Knopfdruck durch autorisierte Anwender.



NICHT ZULETZT EINE FRAGE DES ENSEMBLES

Die Verwendung von Business Software hängt grundsätzlich immer von den individuellen Anforderungen und Möglichkeiten eines Unternehmens ab. In einem wenig wettbewerbsintensiven Umfeld kann es ausreichen, die Kontakte mit den bordeigenen Mitteln des ERP-Systems zu verwalten. Diese Möglichkeiten sind bei modernen Lösungen nicht zu unterschätzen und können durchaus genügen – besonders dann, wenn unter CRM-Funktionalität nur eine bessere Adressverwaltung verstanden wird.

Die Frage, ob es denn nun eine ERP-Gesamtlösung mit integriertem CRM oder doch jeweils das Beste aus den beiden Welten sein soll, hängt auch stark vom Budget und den Ressourcen ab, welche für die Einführung und den Betrieb zur Verfügung stehen. Ob und wie die Symbiose von ERP und CRM gelingt, hängt auch hier davon ab, ob eine integrierte Suite genutzt wird, oder ob zwei Einzelsysteme zum Einsatz kommen, welche allenfalls durch Schnittstellen verbunden sind.



WER CRM SAGT, MUSS AUCH KUNDENORIEN-TIERUNG MEINEN.

Gelegentlich wird die Beziehung zwischen CRM und ERP auch als „Beziehungskiste“ bezeichnet. Der Begriff „Beziehungskiste“ definiert sich dabei als ein „mit allerlei Schwierigkeiten verbundenes, ungeklärtes Verhältnis zwischen den Partnern einer 2-er Beziehung“. Lassen Sie es mit ERP und CRM nicht so weit kommen. Klären Sie das Verhältnis und bereinigen Sie Verständnisschwierigkeiten zwischen den beiden Systemen. Und denken Sie daran: Welche Strategie hinsichtlich ERP und CRM ein Unternehmen auch immer wählt, der Erfolg ist meistens keine Frage der Software. Entscheidend sind das Nutzungskonzept, das kulturelle Umfeld und in besonderem Maße die beteiligten Menschen – Anwender, Systempartner oder Berater.



Ganzheitlich denken heißt in der CRM- und ERP-Frage keine Chance verschenken. Wer das für sein Unternehmen will, benötigt eine integrierte Lösung aus CRM und ERP. Und um diese in einen bestehenden Betrieb perfekt zu integrieren ist ein Partner nötig, der ebenso ganzheitlich denkt und über den reinen IT-Tellerrand aus einer Perspektive des Unternehmers hinausblickt.

Autor Michael Knauff,
Dipl. Betriebswirt, Geschäftsführer

Miller Heimann Certified Sales Professional
Nutbaser Trainer

ERFAHREN SIE MEHR - DIREKT UND PERSÖNLICH

AS/point Software und
Beratungsgesellschaft mbH
Sankt-Jobser-Str. 49
52146 Würselen

Telefon: +49 2405 89242-900
E-Mail: kontakt@1ctec.de
Web: www.1ctec.de

Wir lassen Ihr Unternehmen zu einer Sinfonie erklingen. Egal, ob Rockband oder Kammerorchester.

