



# Leitfaden zur CRM-Einführung





# Einführung

Dieser Leitfaden unterstützt Sie dabei Ihre CRM-Nutzer von den Vorteilen zu überzeugen, sowie die Umstellung und die Akzeptanz zu erleichtern. Dazu haben wir Ihnen wirksame Adoptions- und Akzeptanzstrategien zusammengestellt, damit die Implementierung Ihres modernen CRM die Erwartungen erfüllt.

# Der Leitfaden

Viele Unternehmen sind dabei, ihre CRM-Systeme oder -Technologien zu überholen oder zu ersetzen. Wie immer, wenn eine Neuerung bevorsteht, kann dies eine Herausforderung darstellen, vor allem wenn Anwender nicht ausreichend auf die Umstellung vorbereitet sind. Um diesen Herausforderungen entgegenzuwirken haben wir uns mit den wichtigsten Fragen beschäftigt, die die Benutzerakzeptanz beeinflussen. Die nachfolgenden Szenarien sollen Sie dabei unterstützen, diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.

#	SZENARIO	PROBLEM	ZIEL
1	Nutzen kommunizieren	Benutzer erkennen das volle Potenzial des CRM nicht	Vorteile des CRM erklären und aufzeigen, welche Erleichterungen es mit sich bringt
2	Anreiz für Benutzer setzen	Mangelnde Motivation, das neue CRM zu nutzen	Erfolgreiche Nutzung anerkennen und belohnen
3	Interne PowerUser	Akzeptanz wird intern zu wenig getrieben weil es keinen internen PowerUser gibt	Spezialisten mit überdurchschnittlichen Systemkenntnissen identifizieren, die es verstehen, andere zu motivieren
4	Change Management	Nutzer sind unzufrieden mit der Produktfunktionalität	Den Nutzern zeigen, wie sie von der CRM-Investition profitieren
5	Zufriedene Nutzer	Die Nutzer sind mit dem neuen CRM zufrieden – was jetzt?	Nutzer zufrieden halten, damit sie weiterhin motiviert und engagiert bleiben

## Szenario 1

# Mehrwert vermitteln

## ZIEL

Vorteile des CRM erklären und aufzeigen, welche Erleichterungen es mit sich bringt



Es gibt gewisse Situationen, in denen Nutzer möglicherweise nicht einsehen, warum sie ein neues CRM verwenden sollten:

- Ungenügend definierte Geschäftsprozesse
- Unklarheit über kurz- und langfristige Ziele
- Nutzer fragen sich „Was habe ich davon?“
- Schwer zu bedienende Benutzeroberfläche

Um diese Herausforderungen zu lösen, berufen Sie ein Meeting mit den Nutzern ein, in dem Sie ihnen den Mehrwert des CRM-Systems aufzeigen.

- Wiederholen Sie die strategische Vision hinter der CRM-Implementierung. Stellen Sie sicher, dass die Nutzer die Gründe für die Entscheidungen verstehen.
- Bewerten Sie die Art und Weise, wie das CRM derzeit genutzt wird, und geben Sie Tipps und Anregungen, um dessen Nutzung zu erweitern.
- Heben Sie die Vorteile des CRM hervor, etwa die Erleichterung von Routine-Aufgaben und die Nutzung von Automatisierung, wodurch die Übersicht über Informationen, die für die einzelnen Nutzer wichtig sind, verbessert wird. Gestalten Sie das Training interessant und relevant.
- Profitieren Sie von den Tools und Ressourcen des CRM-Anbieters. Schulungen sind entscheidend für eine erfolgreiche Implementierung und stärken das Vertrauen der Nutzer in die Softwareauswahl.
- Finden Sie den richtigen Schulungsleiter – jemanden, der sowohl über den Mehrwert als auch über die praktische Anwendung spricht.
- Verwenden Sie konkrete Anwendungsfälle und Beispiele, um zu zeigen, wie das neue System hilft, Geschäftsziele auf einfache Weise zu erreichen
- Halten Sie es einfach und unkompliziert! Führen Sie die Funktionen schrittweise ein. Beginnen Sie mit denen, die den Nutzern sofort einen spürbaren Mehrwert bringen.
- Betonen Sie den individuellen Mehrwert für jeden Nutzer. Erwägen Sie eine interne Marketingkampagne, damit die Nutzer den Vorteil und Mehrwert verstehen, der ihnen aus dem Einsatz des neuen CRM erwächst.

## Szenario 2

# Anreiz für Benutzer setzen

## ZIEL

Erfolgreiche Nutzung der Plattform anerkennen und belohnen

## Nutzen Sie die positive Verstärkung zu Ihrem Vorteil:

- Belohnungen anbieten, z.B. in der Form kleiner Geschenkgutscheine für absolvierte Aufgaben. Diese können helfen, die Akzeptanz zu stärken.
- Integrieren Sie eine spielerische Komponente mit Wettbewerbscharakter zur Förderung der Software Adoption und Akzeptanz.
- Menschen werden durch Anerkennung motivierter und erbringen bessere Leistungen.
- Beziehen Sie die CRM-Nutzung in die monatlichen oder vierteljährlichen Zielvorgaben der Mitarbeiter mit ein. Halten Sie es einfach: Unterteilen Sie die Einführung bis zum erfolgreichen Abschluss in kleine Abschnitte. Halten Sie es einfach mit einem progressiven Weg zur vollen Adoption des Systems.



## Szenario 3

# Interne Power-User

## ZIEL

Power-User mit überdurchschnittlichen Systemkenntnissen identifizieren, die es verstehen, andere zu motivieren

## Interne Power-User zu identifizieren und verstärken ist ein kritischer Schritt in der Benutzerakzeptanz:

- Nutzer, die den Wert des CRM erkennen und ihn erfolgreich einsetzen, sind am ehesten bereit, ihre positiven Erfahrungen mit anderen zu teilen. Bringen Sie diese Nutzer dazu, starke CRM-Champions zu werden.
- Identifizieren Sie Power-User mit folgenden Merkmalen:
  - Positive Einstellung, werden durch Veränderung motiviert
  - Genießen das Vertrauen der Teamkollegen
  - Empfehlen den Teamkollegen die CRM-Nutzung
  - Erkennen Schwachstellen und Fehler, die helfen, die Leistungsfähigkeit des CRM zu verbessern
  - Verfügen über überdurchschnittliche Kenntnisse und zeigen kreative Möglichkeiten auf, den täglichen Gebrauch des CRM zu verbessern
- Benutzer, die den Wert des CRM erkennen und es erfolgreich anwenden, teilen eher ihre Erfahrungen und beeinflussen andere.
- Die Power-User geben Einblick in gut aufgenommene Trainingsmethoden und können spezifische Anwendungsfälle für ihr Team aufzeigen.
- Rhythmen, die für die Nutzeradoption eingerichtet wurden, können von Profi-Usern als Fürsprecher und nicht als Durchsetzer verstärkt werden.



## Szenario 4

# Change Management

## ZIEL

Den Nutzern zeigen, wie sie von der CRM Investition profitieren



## Häufige Gründe, warum Nutzer sich gegen Änderungen sträuben:

- Unzureichende Benutzerschulung und interne Kommunikation
- Fehlende Einbindung im Entscheidungsprozess
- Produktfunktionalität entspricht nicht den Erwartungen
- Fehlende interne Power-User, die sich für eine positive Umsetzung stark machen

**Change Management ist eine Herausforderung und erfordert Geduld. Folgende Empfehlungen werden Ihnen dabei helfen, sich auf Widerstand entsprechend zu vorbereiten:**

- Binden Sie die Nutzer frühzeitig ein. Bitten Sie um kontinuierliches Feedback
- Setzen Sie die Implementierung in Form eines Projekts um. Entwickeln Sie einen Projektplan für die schrittweise Umsetzung mit angemessenen Meilensteinen bis hin zu einem festlichen Launch
- Passen Sie die Trainingsmaterialien an und binden Sie während der Einführung spielerische Komponenten ein, um Spaß und positive Anreize zu fördern
- Veranstalten Sie Meetings, um Feedback von den Nutzern entgegenzunehmen und dieses dem CRM-Anbieter für Verbesserungen weiterzuleiten
- Binden Sie die Führungskräfte mit ein, um eine erfolgreiche Einführung zu gewährleisten

## Szenario 5

# Zufriedene Nutzer

## ZIEL

**Nutzer zufrieden halten, damit sie weiterhin motiviert und engagiert bleiben**

**Eine kontinuierliche Interaktion mit den Anwendern über die erste CRM-Adoption hinaus ist besonders wichtig:**

- Bedenken Sie, dass die Systemadoption über die ersten 90 Tage hinaus geht. Die anfängliche Akzeptanz ist entscheidend, aber genauso wichtig ist die kontinuierliche weitere Nutzung
- Überwachen Sie die Akzeptanz und Nutzung, indem Sie die richtigen Kennzahlen wie Benutzer-Logins und regelmäßig genutzte Funktionen verfolgen
- Bewerten Sie weiterhin die Produktfunktionalität und Benutzerfreundlichkeit, um sicherzustellen, dass das CRM die konkreten Anforderungen Ihres Unternehmens auch wirklich erfüllt
- Auch wenn die Akzeptanz hoch ist, kann sich dies im Laufe der Zeit wieder ändern. Versuchen Sie, proaktiv zu sein, indem Sie sich kontinuierlich weiterbilden und die Feedbackschleifen offen halten
- Sprechen Sie Ihren ausdrücklichen Dank und Ihre Anerkennung für die Fortschritte bei der CRM-Adoption aus.
- Setzen Sie ein « Power-User » Programm auf, um die Nutzer für Ihre hohe Nutzung und effiziente Nutzung zu belohnen





# Schlussfolgerung

Konsequentes Engagement ist wichtig, um sicherzustellen, dass Ihre Nutzer zufrieden bleiben und das CRM zu ihrem vollen Vorteil nutzen. Arbeiten Sie mit Ihrem CRM-Anbieter zusammen, um im Voraus Ziele zu definieren, und legen Sie gemeinsam einen Plan zur Akzeptanzförderung fest, um die Software erfolgreich auf alle Nutzer einzuführen. Tools und Ressourcen sind unerlässlich, um Ihre Nutzer zu schulen und ihnen zu helfen, mit der Veränderung richtig umzugehen.



# Überlassen Sie die Arbeit der Plattform

Erfahren Sie, was SugarCRM in Ihrem Unternehmen bewirken kann.  
Eine bessere Lösung ist nur einen Klick entfernt.

ZUR DEMO

## Über SugarCRM

Mit SugarCRM erhalten Marketing-, Vertriebs- und Serviceteams endlich ein klares Bild jedes einzelnen Kunden. Auf diese Weise erreichen Unternehmen neue Leistungsspitzen und können konkrete Vorhersagen treffen. Sugar ist die CRM-Plattform, die Schwieriges einfach macht.

Tausende von Unternehmen in über 120 Ländern verlassen sich auf Sugar, um High-Definition-CX zu erreichen, indem sie die Arbeit der Plattform überlassen. Das im Silicon Valley ansässige Unternehmen Sugar wird von Accel-KKR unterstützt.

Um mehr zu erfahren, besuchen Sie [www.sugarcrm.com/de](http://www.sugarcrm.com/de) oder folgen Sie [@SugarCRM](https://twitter.com/SugarCRM).