

Checkliste zur CRM-Auswahl

Checkliste: Funktionen





Inhaltsverzeichnis

3	Einführung
4	Empfohlener Zeitplan
5	CRM-Kernfunktionen
6	Weitere Funktionen
7	Plattformanforderungen
8	Sicherheit, Preise und Anbieter



Einführung

Ein erstklassiges CRM-System, das Ihr ganzes Unternehmen zusammenhält, ist der Schlüssel für eine hervorragende Customer Experience. Wenn Sie sich verschiedene Lösungen genauer anschauen, werden Sie wichtige Unterschiede in Bezug auf die angebotenen Funktionen feststellen.

Diese Checkliste hilft Ihnen, die richtigen Fragen zu stellen, um Ihre Auswahl einzuschränken und die richtige Entscheidung zu treffen.



Empfohlener Zeitplan



1. Planung der Architektur

Bei der Auswahl der richtigen Lösung sollten sich die Teams nach der Code-Basis, nach Erweiterungen und nach Anpassungsmöglichkeiten erkundigen. Denn diese Faktoren wirken sich auf das Entwicklungspotenzial und auch auf die damit verbundenen Kosten aus.



5. Ausrichtung von Vertrieb und Marketing

Richten Sie Vertrieb und Marketing auf die vereinbarte Definition von qualifizierten Leads aus. Wenn diese Definitionen feststehen, kann das CRM-System mit Hilfe von automatischem Lead Scoring und Tracking sicherstellen, dass keine Leads mehr verlorengehen.



2. Abbildung der Geschäftsprozesse

Neben der Identifizierung der wichtigsten Prozesse, die das CRM-System verwalten wird, sollte die CRM-Implementierung auch als eine Möglichkeit genutzt werden, Prozesse zu bereinigen, die bisher schlecht liefen. Zwar kann eine CRM-Lösung helfen, kundenorientierte Prozesse durchgängig zu optimieren, aber sie kann bestehende unzulängliche Prozesse nicht von selbst in Ordnung bringen.



6. Definition der User Experience

Arbeiten Sie mit Abteilungsleitern und Mitarbeitern an vorderster Front zusammen, um zu erfahren, welche Informationen, Hinweise und Funktionen sie in ihrer jeweiligen Rolle benötigen. Ein CRM-System kann beliebig viele Funktionen und Daten über Vertriebs- und Servicefunktionen hinweg integrieren, weshalb das Projektteam darauf achten sollte, die Nutzer nicht zu überladen.



3. Abbildung der Customer Journey

Wichtiger Teil der Planung ist die Definition der optimalen Customer Experience. Mit Hilfe einer präzisen Darstellung der Customer Journey werden Schwachstellen und Potenziale sofort sichtbar. So können Sie bestehende Abläufe neu überarbeiten und ggf. neue Workflows hinzufügen.



7. Anwendungen und Datenquellen bestimmen

Finden Sie heraus, welche Anwendungen und Datenquellen benötigt werden, damit die Benutzer produktiv arbeiten können und die Workflows optimal funktionieren. Denken Sie daran, dass die Integration von Funktionen, die über die Kernfunktionen eines CRM hinausgehen (wie etwa CPQ-Tools oder Vertragsmanagement), mehr als vier Mal den ROI der Kernfunktionen einbringen kann.



4. Erfolgsklassierte Priorisierung

Arbeiten Sie mit den Abteilungsleitern zusammen, um in jeder Phase Potenziale für Umsatz- und Produktivitätssteigerungen zu entwickeln. Sobald diese Potenziale identifiziert sind, analysieren Sie deren ROI-Potenzial, vergleichen Sie diese und priorisieren Sie die CRM-Erweiterung entsprechend.

CRM-Kernfunktionen

Vertriebsautomatisierung

- Welche integrierten Funktionen bietet diese Lösung für die Beschleunigung von Verkaufsabschlüssen?
- Füllt die Lösung Datensätze und Formulare automatisch aus?
- Kann das System die Richtigkeit und Zuverlässigkeit der Kontaktdaten sicherstellen?
- Wie steigert die Lösung die Vertriebsproduktivität? Kann das System die Bereitstellung von Informationen über Unternehmen und Influencer in seinen Dashboards automatisieren?

Lead Management

- Verfügt die Lösung über Funktionen zur Automatisierung von Lead-Generierung und Qualifizierung?
- Welche Funktionen für Lead Nurturing sind vorhanden?

Case Management und Self-Service

- Bietet die Lösung den Mitarbeitern des Kunden-Supports einen umfassenden Datensatz, der auch Daten aus dem Vertrieb enthält?
- Automatisiert die Lösung Anruf- und E-Mail-Routing, um die Priorisierung zu unterstützen und Wartezeiten zu reduzieren?



Weitere Funktionen

Workflow und Automatisierung

- Automatisiert die Lösung Workflows?
- Bietet die Lösung eine automatisierte Anrufprotokollierung?
- Welche Fähigkeiten sind für die Anpassung von Workflows erforderlich?
- Unterstützt die Automatisierung die gesamte Customer Journey, von der Akquise bis zur Advocacy?

Integration (Anwendungen und Datenquellen)

- Wie kann die Lösung mit Anwendungen und Datenquellen integriert werden?
- Welche Integrationsmöglichkeiten sind verfügbar?

Benutzerfreundlichkeit / UX

- Ist die Standard-Bedienungsoberfläche benutzerfreundlich?
- Wie gut sind Desktop- und mobile Anwendung aneinander gekoppelt?
- Welcher Aufwand ist mit der Anpassung einer Schnittstelle verbunden?
- Beinhaltet die Lösung auch Offline-Mobile-Funktionalität?

Relationship Intelligence

- Wird die Lösung dazu beitragen, die Vorbereitungszeit für Anrufe zu verkürzen, indem sie den Mitarbeitern alle benötigten Informationen zu Kundenkontakten und sozialen Netzwerken einfach anhand eines Namens und einer E-Mail liefert?
- Wird die Lösung es ermöglichen, weniger Zeit für Recherche und Datenpflege aufzuwenden, sodass mehr Zeit für das Kennenlernen der Kunden eingesetzt werden kann?



Plattform Anforderungen

Anpassungs- und Erweiterungsplattform

- Wie ist die Plattform im Hinblick auf Erweiterbarkeit und Anpassung optimiert?

Code-Basis / Quellcodezugriff

- Bietet die Lösung Zugriff auf den vollständigen Quellcode?
- Ist die Code-Basis über alle Module hinweg konsistent?
- Ist die Lösung in einer proprietären Programmiersprache geschrieben?
- Welche Expertise und Tools werden benötigt, um die Lösung anzupassen?

Hosting

- Welche Möglichkeiten gibt es für das Hosting der Anwendung? Kann gewählt werden, wo die Daten gespeichert werden?
- Ist die Nutzung von lokalem Speicher oder einer Public Cloud gebührenpflichtig? Ist die Datenmigration gebührenpflichtig?

Einzelanwender- oder mandantenfähige Software

- Bietet der Anbieter Kunden die Kontrolle über die eigene Anwendungsversion?
- Ist der Rhythmus der Software-Updates festgelegt, oder kann dies individuell gestaltet werden?



Sicherheit, Preise und Anbieter

Sicherheit und Compliance

- Können Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz erfüllt werden?
- Bietet die Lösung die benötigten Governance-Tools?
- Können mit der Lösung die regulatorischen und Compliance-Anforderungen erfüllt werden?

Preismodelle / Total Cost of Ownership (TCO)

- Was sind die Preismodelle und -stufen?
- Gibt es Aufpreise, zusätzliche Produktkosten, Serverlizenzgebühren oder Wartungskosten?
- Welche weiteren Kosten und Gebühren können möglicherweise während des Lebenszyklus der Lösung entstehen?
- Gibt es Gebühren für die Nutzung außerhalb der vorgegebenen Limits und für die Speicherung von Dateien?
- Fallen Kosten an für die Integration von Anwendungen und Datenquellen?
- Gibt es Einschränkungen bei API-Aufrufen?

Anforderungen an den Anbieter

- Stehen Online-Ressourcen wie eine Wissensdatenbank oder ein Ticket Portal zur Verfügung?
- Bietet der Anbieter gebündelte Connectors für wichtige Funktionen an?
- Wie breit/tief ist das Ökosystem?
- Ist der Anbieter Teil eines breiteren Netzes von Implementierungspartnern?





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 oder folgen Sie [@SugarCRM](https://twitter.com/SugarCRM).