

## PRESSEINFORMATION – April 2009

### CRM Best Practice Award 2009

## Wer kann am Besten mit seinen Kunden?

- Beispielhafte CRM-Lösungen gesucht
- Der wichtigste Branchenpreis
- Zwei Kategorien: CRM-Einführung und CRM-Weiterentwicklung
- Ausschreibungsunterlagen jetzt herunterladen

Eines steht fest: Wer seine Kunden am intelligentesten an sich bindet oder am effizientesten neue Kunden findet, wird im Wettbewerb die Nase vorn haben. Dabei geht es nicht nur um den klassischen Verbraucher. Moderne CRM-Strategien schließen Lieferanten, Partner und Mitarbeiter mit ein. Eine wichtige Grundlage sind dabei die Softwaresysteme, aber sie allein verhelfen der CRM-Strategie nicht zum Erfolg. Viel wichtiger sind die genaue Definition der Anforderung seitens der Unternehmen, die Einbindung und Begeisterung aller Beteiligten und die konsequente Umsetzung in allen Ebenen. Nur wenn es gelingt die Potentiale, die in den CRM-Systemen stecken, optimal auf die Unternehmen abzustimmen und umfassend zu nutzen, werden sich die Investitionen nachhaltig bezahlt machen. Genau solche Umsetzungen zeichnet der „CRM Best Practice Award“ in jedem Jahr aus. Es sind die beispielgebenden Leistungen, die Benchmarks für den Markt, die gesucht werden. Im letzten Jahr waren dies OKI-Systems Deutschland und Kuhnke Automation.



den findet, wird im Wettbewerb die Nase vorn haben. Dabei geht es nicht nur um den klassischen Verbraucher. Moderne CRM-Strategien schließen Lieferanten, Partner und Mitarbeiter mit ein. Eine wichtige Grundlage sind dabei die Softwaresysteme, aber sie allein verhelfen der CRM-Strategie nicht zum Erfolg. Viel wichtiger sind die genaue Definition der

Anforderung seitens der Unternehmen, die Einbindung und Begeisterung aller Beteiligten und die konsequente Umsetzung in allen Ebenen. Nur wenn es gelingt die Potentiale, die in den CRM-Systemen stecken, optimal auf die Unternehmen abzustimmen und umfassend zu nutzen, werden sich die Investitionen nachhaltig bezahlt machen. Genau solche Umsetzungen zeichnet der „CRM Best Practice Award“ in jedem Jahr aus. Es sind die beispielgebenden Leistungen, die Benchmarks für den Markt, die gesucht werden. Im letzten Jahr waren dies OKI-Systems Deutschland und Kuhnke Automation.

### Der Preis der Branche

Seit dem Jahre 2000 vergibt der Veranstalter der CRM-expo, asfc – atelier scherer fair consulting (Fürth), gemeinsam mit der Zeitschrift „acquisa“ aus dem Rudolf Haufe Verlag (Freiburg) den CRM Best Practice Award. Christoph Pause, Chefredakteur der Zeitschrift acquisa und Vorsitzender der Jury zum CRM Best Practice Award unterstreicht die Bedeutung des Preises für den Markt: „Die eingereichten Lösungen werden von Fachleuten aus Forschung, Wirtschaft und Marketing bewertet. Wer es in die Finalistenrunde der letzten sieben schafft, gehört zu den Besten in Deutschland. Und von diesen kann jedes Unternehmen lernen, wie man erfolgreich CRM-Strategien umsetzt.“ Die Verleihung findet traditionell am ersten Abend der CRM-expo, der Leitmesse für das Kundenbeziehungsmanagement statt (8.-9. Oktober, Halle 12,

#### Informationen:

**asfc** - atelier scherer fair consulting gmbh  
 Ralf Korb, Projektleiter CRM-expo  
 Tel.: 0911 – 97 00 58-0, E-Mail: info@asfc.de  
**acquisa** – das Magazin für Marketing und Vertrieb  
 Christoph Pause, Chefredakteur acquisa  
 Tel.: 0761 – 36 83-405, E-Mail: Christoph.Pause@haufe.de

#### Medienservice:

agentur marks  
 Marciel Riemann  
 Waldstraße 49, 90763 Fürth  
 Telefon: 0911 – 7 66 61-0, Fax: 0911 – 7 66 61-10  
 E-Mail: presse@agentur-marks.de  
 Internet: www.agentur-marks.de



atelier scherer fair consulting

**acquisa**

Das Magazin für Marketing und Vertrieb

**CRM Best Practice Award – Der Preis von acquisa und asfc – Verleihung auf der CRM-expo, 8./9. Oktober 2009, Nürnberg**

---

NürnbergMesse). Während des Tages stellen die Finalisten ihre Konzepte in der Kongressreihe „CRM@itsbest“ vor.

### **Zwei Kategorien, Ausschreibungsunterlagen im Netz**

„CRM-Einführung“ und „CRM-Weiterentwicklung“ heißen die beiden Kategorien, in denen sich Unternehmen in diesem Jahr bewerben können – allerdings nur Anwender, denn der Preis bewertet die praktische Umsetzung im Markt. Die Teilnahme ist mit keinen Gebühren verbunden. Die aktuellen Unterlagen und Bedingungen können ab sofort auf der Website der CRM-expo unter dem Punkt Award heruntergeladen werden. Hier finden sich auch weitere Informationen. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2009. Anhand der Unterlagen werden die Finalisten durch die Jury ausgewählt und anschließend zum persönlichen Vorstellungsgespräch nach Nürnberg eingeladen, ehe sie ihre Konzepte und Lösungen auf dem CRM-expo-Kongress am 8. Oktober 2009 dem Publikum vorstellen dürfen.

#### *Ansprechpartnerin für Unterlagen:*

Patrizia Pniok, asfc gmbh, Hermann-Glockner-Straße 5, 90763 Fürth

Telefon 0911 970058-78, Telefax 0911 970058-66, E-Mail [pp@asfc.de](mailto:pp@asfc.de)

Weitere Informationen zum CRM Best Practice Award und zur CRM-expo finden Sie unter [www.crm-expo.com](http://www.crm-expo.com).

#### **Informationen:**

**asfc** - atelier scherer fair consulting gmbh

Ralf Korb, Projektleiter CRM-expo

Tel.: 0911 – 97 00 58-0, E-Mail: [info@asfc.de](mailto:info@asfc.de)

**acquisa** – das Magazin für Marketing und Vertrieb

Christoph Pause, Chefredakteur acquisa

Tel.: 0761 – 36 83-405, E-Mail: [Christoph.Pause@haufe.de](mailto:Christoph.Pause@haufe.de)

#### **Medienservice:**

agentur marks

Marciel Riemann

Waldstraße 49, 90763 Fürth

Telefon: 0911 – 7 66 61-0, Fax: 0911 – 7 66 61-10

E-Mail: [presse@agentur-marks.de](mailto:presse@agentur-marks.de)

Internet: [www.agentur-marks.de](http://www.agentur-marks.de)