

PRESSEINFORMATION – Oktober 2011

CRM Best Practice Award 2011 vergeben

BRITA und Porsche die Gewinner

- Der wichtigste Branchenpreis auf der CRM-expo vergeben
- Kundenzentrierte CRM-Lösung
- Marktforschung, CEM und CRM im Gleichklang
- Sonderpreise Social CRM, CRM-Innovation und Internationales CRM

Gestern Abend war es soweit: Im Rahmen der „Awardnight“ wurde auf der Leitmesse für das



Kundenbeziehungsmanagement, der CRM-expo in Nürnberg, der diesjährige CRM Best Practice Award vergeben. Er zeichnet seit dem Jahre 2000 jährlich die innovativsten und smartesten CRM-Lösungen aus und gilt als der wichtigste Preis der Branche. In diesem Jahr wurden zusätzlich drei Sonderpreise vergeben.

CRM-Einführung

In die Endrunde des CRM Best Practice Award 2011 haben es in diesem Jahr in der Kategorie CRM Einführung der Trinkwasseroptimierer und Erfinder des Tischwasserfilters, die BRITA GmbH, der Mercedes-Benz Verkaufs- und Servicepartner, die Robert Kunzmann GmbH & Co. KG, und die T-Systems International GmbH, Anbieter innovativer ICT-Lösungen, geschafft. Den ersten Preis überreichte Laudator und CRM Best Practice Award-Jurymitglied Prof. Dr. Peter Winkelmann von der Fachhochschule Landshut, Schwerpunkt Marketing, Vertrieb, insbesondere Vertriebssteuerung, an die BRITA GmbH aus Taunusstein. Der Spezialist für Trinkwasseroptimierung beschäftigt ca. 1000 Mitarbeiter und wendet sich seit Anfang des vergangenen Jahres erstmals direkt an Endkunden. Ein sensibles Terrain, denn im indirekten Vertrieb wie bei BRITA spielen Händler eine wichtige Rolle. So wurde der Trinkwasseroptimierer insbesondere auch für die Umsetzung einer kundenzentrierten CRM-Lösung unter Einbindung der Händler gelobt. Die CRM-Lösung bündelt alle Informationen aus Produktmarketing, Markenkommunikation, Rechtsabteilung, Logistik, Qualitätswesen, Finanzen und Controlling. Diese werden über ein „Data Mart“ für das Kampagnenmanagement zur Verfügung gestellt. Auf den zweiten und dritten Platz kamen das Autohaus Kunzmann und der ICT-Lösungsanbieter T-Systems.

CRM-Weiterentwicklung

A+B Solutions GmbH, der führende Anbieter für Lösungen zur Erfassung und Steuerung der Produktion, der Schalungstechniker und österreichische Bauzulieferer, die doka GmbH, und die Porsche Aktiengesellschaft waren die Finalisten der Kategorie CRM-Weiterentwicklung. Hier übergab Georg Blum, Jurymitglied des CRM Best Practice Award und Inhaber von 1A Relations, Siegerurkunde und Trophäe an die Porsche Aktiengesellschaft. Die Autobauer aus Stuttgart punkteten mit einer perfekten Verknüpfung von Marktforschung, Customer Experience Management und CRM. So schöpft Porsche alle Potenziale des ganzheitlichen Kundenmanagements komplett aus – CRM für den Hersteller, seine Händler und Kunden. Der zweite Platz ging an Doka, der dritte an A+B Solutions.

Informationen:

asfc - atelier scherer fair consulting gmbh
Ralf Korb, Projektleiter CRM-expo
Tel.: +49 (0)911 9700580, E-Mail: info@asfc.de
acquisa – Der direkte Weg zum Kunden
Christoph Pause, Chefredakteur acquisa
Tel.: +49 (0)761 3683-405, E-Mail: Christoph.Pause@haufe.de

Medienservice:

< zu hoeren > agentur für kommunikation
Marciel Riemann
Hauptstraße 64, 91054 Erlangen
Telefon: +49 (0)9131 9208630, Fax:+49 (0)9131 9208640
E-Mail: presse@agentur-zu hoeren.de
Internet: www.agentur-zu hoeren.de

Die Sonderpreise

Den Sonderpreis CRM-Innovation, überreicht von Jurymitglied Marion Dalmy, Abteilungsleiterin Direktmarketing Deutsche Postbank AG, bekam der technische Großhandel Jesse. Das Unternehmen aus Seesen beliefert Geschäftskunden aus einem Sortiment von über 50.000 Artikeln. Unter dem Motto „Retten Sie das Wissen über Ihre Kunden!“ wurden erstmals alle Informationen über die Kunden – E-Mails mit Nebenabsprachen, Telefonnotizen oder etwa Anmerkungen zur Angebotsanbahnung – mit in das CRM aufgenommen. Aber ohne lästiges Protokollieren per Laptop während eines Verkaufsgesprächs, sondern über einen digitalen Stift, der per Bluetooth und Blackberry mit dem CRM-System gekoppelt ist.

Den CRM Best Practice Award 2011 für Internationales CRM ging an Arvato Distribution. Übergeben wurde der Preis von Christoph Pause, Juryvorsitzender und Chefredakteur der Zeitschrift acquisa. Das Projekt: Die Implementierung von sechs Partnerprogrammen für ein amerikanisches IT-Unternehmen. Überzeugt hat die Jury zum einen die Tatsache, dass über drei Kontinente eine einheitliche B-t-B-Kundenbindung geschaffen wurde. Zum anderen war die Jury von der Art und Weise begeistert, wie dieses komplexe CRM-Projekt durchgeführt wird. Der Erfolg: Die Kundenzufriedenheit stieg von 57 auf 87 Prozent!

Den letzten Preis des Abends übergab Martin Bayer, leitender Redakteur der Computerwoche. Er zeichnete die Robert Bosch Gruppe als Social-CRM-Pionier aus. Die Integration der Social-Media-Daten insbesondere aus Facebook in das CRM und die daraus abgeleiteten Maßnahmen und Möglichkeiten sind ein Vorbild für die Branche.

Der CRM Best Practice Award wird vom Veranstalter der CRM-expo, asfc – atelier scherer fair consulting (Fürth), gemeinsam mit der Zeitschrift „acquisa“ aus dem Verlag Haufe-Lexware GmbH & Co. KG (Freiburg) jedes Jahr auf der CRM-expo vergeben.

Weitere Informationen: www.crm-expo.com

Informationen:

asfc - atelier scherer fair consulting gmbh
Ralf Korb, Projektleiter CRM-expo
Tel.: +49 (0)911 9700580, E-Mail: info@asfc.de
acquisa – Der direkte Weg zum Kunden
Christoph Pause, Chefredakteur acquisa
Tel.: +49 (0)761 3683-405, E-Mail: Christoph.Pause@haufe.de

Medienservice:

< zu hoeren > agentur für kommunikation
Marciel Riemann
Hauptstraße 64, 91054 Erlangen
Telefon: +49 (0)9131 9208630, Fax: +49 (0)9131 9208640
E-Mail: presse@agentur-zu hoeren.de
Internet: www.agentur-zu hoeren.de