

Presseinformation | Oktober 2012

CRM-expo – Die Leitmesse für CRM | 10.- 11. Oktober 2012 | Messe Essen | www.crm-expo.com

CRM-expo 2012

Strategien, Datenschutz und Best-Practices im Mittelpunkt

- **Kongressprogramm erneut gut angenommen**
- **xRM, Datenschutz, Vernetzung**
- **CRM Best Practice Award 2012 vergeben**
- **Nächster CRM-Pflichttermin: crm-expo@CeBIT (5. bis 9. März 2013)**

Vier Foren, über 100 Vorträge, knapp 140 Aussteller – die diesjährige CRM-expo in der Messe Essen hat erneut für zwei Tage (10. und 11. Oktober 2012) das Thema Kundenbeziehungsmanagement in den Mittelpunkt gerückt. Welche Strategien sind erfolgreich, was hat sich in der Praxis bewährt, wie sieht die Zukunft aus? Diese Fragen beantworteten die Experten und Referenten im Kongress der CRM-expo. Rund 2.450 Besucher nutzten das Angebot. Im Mittelpunkt standen strategische Themen und erfolgreiche Praxisbeispiele. Besondere Highlights waren Leitfäden für nachhaltige CRM-Konzepte, die Software-Auswahl und die Megatrends Vernetzung und Emergenz. xRM ist hier das Stichwort. Dabei zeigt sich, dass Social Media inzwischen ein Kanal von vielen ist. Unternehmen nutzen mehr und mehr z.B. Facebook, Twitter oder XING auf vielfältige und sehr unterschiedliche Weise, setzen Blogs oder Themenseiten ein, um die verschiedenen User- und Zielgruppen zu erreichen. Es wird aber auch klar: Datenschutz ist und bleibt gerade durch die Nutzung der unterschiedlichen Quellen und Kanäle das Top-Thema im CRM. Hier sind automatisierte Abläufe und Konzepte gefragt, die sensibel und datenschutzkonform auf die jeweilige Gesetzeslage und -veränderungen eingehen.

Erfolgreiche Umsetzungen gezeigt

Einmal mehr bot die Reihe „CRM @ its best“ mit den Finalisten des CRM Best Practice Award 2012 viele praktische Anregungen für CRM-Verantwortliche in den Unternehmen. Der Verlag Augsburgs Allgemeine, Alfred Kärcher und die Kassenärztliche Vereinigung Hessen, Kuka Roboter, Klaiber Sonnen- und Wetterschutztechnik, Netcologne und Zeit + Gewinn erläuterten im Kongress ihre unterschiedlichen Ausgangslagen, Umsetzungen und Strategien. Prof. Dr. Peter Winkelmann, Studienschwerpunkt Marketing und Vertrieb, insbesondere Vertriebssteuerung an der Fachhochschule Landshut, über die diesjährige CRM-expo und den CRM Best Practice Award: „Kärcher, Kuka, KSB – große Namen und weite Wege zur Umsetzung von CRM. Nicht die großen Innovationen sind es, die die CRM-expo 2012 und den CRM Best Practice Award überstrahlen, sondern die enormen Anstrengungen die Top-Firmen unternehmen, um hunderte von Niederlassungen weltweit, tausende von Vertriebspartner und hunderttausende von Kunden in den „One View“ (wie bei Kärcher) zu nehmen. Dieser Trend zur weltweiten Daten- und Prozessintegration sticht in diesem Jahr heraus.“

Neue Perspektiven und Chancen

Ein anderer Trend, so Prof. Dr. Winkelmann „steht vielleicht erst am Anfang: xRM ist das Symbol, dass CRM Anwendern mehr Chancenräume eröffnet als ‚nur‘ auf Kundenfang zu gehen.

Informationen zur CRM-expo:

Ralf Korb – Projektleitung CRM-expo
asfc - atelier scherer fair consulting GmbH
90763 Fürth, Hermann-Glockner-Straße 5
Tel.: +49 911 970058-0, Fax: +49 911 970058-66
E-Mail: info@asfc.de, www.crm-expo.com

Medienservice CRM-expo:

Marciel Riemann
< zuhoeren > agentur für kommunikation gmbh
91054 Erlangen, Hauptstraße 64
Tel.: +49 9131 920 86 30, Fax: +49 9131 920 86 40
E-Mail: presse@agentur-zuhoeren.de

Presseinformation | Oktober 2012

CRM-expo – Die Leitmesse für CRM | 10.- 11. Oktober 2012 | Messe Essen | www.crm-expo.com

Eindrucksvoll zeigt das der CRM Best Practice Finalist ‚Kassenärztliche Vereinigung Hessen (KVH)‘. Jede Art von kaufmännischen und nichtkaufmännischen Beziehungen lassen sich heute attraktiv und kostengünstig im CRM pflegen und verbessern. Dabei stellt sich Social CRM nicht als eigene, neue Welt dar. Die auf der CRM-expo in diesem Jahr gezeigten Systeme haben enorme Fortschritte gemacht, Social Media-Daten sinnvoll, effizient und datenschutzkonform in die entsprechenden Marketing- und Servicekanäle zu geben und dort weiterzuverarbeiten. Auf ein noch immer unterschätztes Aufgabengebiet von CRM werfen die Finalisten Zeit + Gewinn oder Klaiber ihre Scheinwerfer: Die Suche nach und die Priorisierung und Weiterentwicklung von Vertriebspartnern.“ Sein Resümee: „You never walk alone. Auch im CRM. Wertetransfer und damit Entwicklung der Partner ist angesagt. Der Trend geht zu vollständig integrierten CRM-Welten, in der Lieferanten, Vertriebspartner und Kunden praktisch mit dem gleichen Klick ansprechbar sind.“

CRM Best Practice Award 2012 verliehen

Es ist bereits Tradition, dass am Abend des ersten Messetages der CRM-expo der CRM Best Practice Award verliehen wird. So auch in diesem Jahr. Jurymitglied Frank Naujoks, Director Research & Market Intelligence, i2s GmbH, und Laudator für die Kategorie CRM-Einführung: „Das Besondere bei allen drei Projekten war die frühzeitige Einbindung aller Mitarbeiter. So konnten sie von Anfang mitgenommen werden und haben das Projekt frühzeitig gestützt und mitgetragen.“ Sieger in dieser Kategorie wurde der Verlag Augsburgischer Allgemeine, zweiter die Alfred Kärcher GmbH, dritter die Kassenärztliche Vereinigung Hessen. „Die Augsburgischer Allgemeine hat es durch den iPad-Einsatz geschafft die Mitarbeiter über die Technik für das Projekt zu begeistern“, unterstreicht Naujoks. „Positiver Nebeneffekt: Mitarbeiter können jetzt direkt beim Kunden Kampagnen präsentieren. Durch die kurzen Wege und Prozesse konnten signifikante Umsatzsteigerungen verbucht werden. CRM rechnet sich also.“ So ist das Konzept der Augsburgischer Allgemeinen das CRM-System als zentrales Element aller Verkaufsaktivitäten einzuführen voll und ganz aufgegangen.

Neue Anforderungen, neue Systeme

Auch in der Kategorie CRM-Weiterentwicklung war die Qualität der Einreichungen durchweg hoch. Oftmals zeigt sich, dass die CRM-Systeme der Unternehmen den sich schnell verändernden Marktbedingungen nicht mehr ausreichend gewachsen waren. So lancierte Netcologne mit „Columbus“ ein Großprojekt, um schnell und flexibel zu bleiben, denn das Vorgängersystem, seit dem Jahre 2000 im Einsatz, wurde den Ansprüchen nicht mehr gerecht. „Die goldenen Jahre sind auch in der Telekommunikation vorbei, aber mit Columbus konnte Netcologne seine CRM-Prozesse weiter deutlich verbessern“, so Laudator Dr. Christian Huldi, Geschäftsführer der dr.huldi.management.ch ag und Mitglied der Jury des CRM Best Practice Award. Netcologne wurde mit dem dritten Preis belohnt. Auf den zweiten Platz kam die Klaiber Sonnenschutz- und Witterschutztechnik GmbH. Das Premium-Partner-Konzept als CRM-Ansatz überzeugte die Jury. Der Bekanntheitsgrad wurde damit von Top 10 auf Top 5 gesteigert, der Umsatz um 20 % erhöht. Bei der Kuka Roboter GmbH, dem Sieger in dieser Kategorie, wurde mit der CRM-

Informationen zur CRM-expo:

Ralf Korb – Projektleitung CRM-expo
asfc - atelier scherer fair consulting GmbH
90763 Fürth, Hermann-Glockner-Straße 5
Tel.: +49 911 970058-0, Fax: +49 911 970058-66
E-Mail: info@asfc.de, www.crm-expo.com

Medienservice CRM-expo:

Marciel Riemann
< zuhoeren > agentur für kommunikation gmbh
91054 Erlangen, Hauptstraße 64
Tel.: +49 9131 920 86 30, Fax: +49 9131 920 86 40
E-Mail: presse@agentur-zuhoeren.de

Presseinformation | Oktober 2012

CRM-expo – Die Leitmesse für CRM | 10.- 11. Oktober 2012 | Messe Essen | www.crm-expo.com

Weiterentwicklung begonnen eine weltweite, zentrale und integrierte Lead-Management-Plattform aufzubauen. Dr. Huldi: „Die Zusammenführung und Einbindung aller relevanten Kommunikationskanäle wie Corporate Websites, Microsites, Newsletter, externes Call Center, Messen sowie Lettershops und die Einbindung von Data Quality-Services ist einzigartig und war für die Jury am Ende entscheidend, Kuka den ersten Preis zu übergeben.“

Sonderpreis an Immobilienfinanzierer

Der Sonderpreis der Jury ging an das Unternehmen Zeit + Gewinn. Seit Ausbruch der Finanzkrise ist das Image von Finanzdienstleistern schwer beschädigt. Das gilt nicht zuletzt auch für die Immobilienfinanzierer, wobei gerade dort Vertrauen besonders wichtig ist. Schließlich geht es für die Kunden in der Regel um die größte Investition ihres Lebens. Zeit + Gewinn setzt mit ihrem CRM-System Maßstäbe. „Kaum eine Kundenbeziehung ist intensiver und dauert länger als die zwischen Hausfinanzierer und Kunde, der das Haus kauft“, erläutert Christoph Pause, Vorsitzender der Jury des CRM Best Practice Awards und Chefredakteur der Acquisa der Haufe-Lexware GmbH & Co. KG. „Zeit + Gewinn hat es geschafft durch ein ausgeklügeltes CRM-System eine Win-Win-Win-Situation zu schaffen, die Hauskäufern, Zeit + Gewinn und beteiligten Partnern hilft eine transparente und vertrauensvolle Beziehung aufzubauen.“ Außer dem CRM-System gibt es bei Zeit + Gewinn heute kein anderes Ablagesystem mehr. Alle Unterlagen, die nötig sind, sind im CRM-System. Darauf haben alle beteiligten Partner Zugriff. „So weiß jeder immer ganz genau, wovon die Rede ist. Das Gesamtkonzept war für uns als Jury in diesem doch brisanten Markt ausgesprochen innovativ.“ Es handelt sich um ein Partner-Relationship-Management, welches alle Stakeholder im Blick hat. Das ist singulär und preiswürdig. (*Details zum Preis und zu den Preisträgern im Pressebereich der CRM-expo (Meldung zu den Finalisten) und unter dem Punkt Award auf der Homepage www.crm-expo.com*).

CRM das ganze Jahr: CRM-expo@CeBIT 2013

Unter dem Motto „CRM-expo@CeBIT“ wird es auch 2013 eine CRM-Sonderschau (Gemeinschaftsstand, Fachforum und Expertenlounge) auf der CeBIT geben (5. bis 9. März 2013) ehe im Herbst die CRM-expo die neuesten Trends und Best-Practices für CRM präsentiert.

Weitere Informationen zur CRM-expo und zur CRM-expo@CeBIT unter www.crm-expo.com.

Informationen zur CRM-expo:

Ralf Korb – Projektleitung CRM-expo
asfc - atelier scherer fair consulting GmbH
90763 Fürth, Hermann-Glockner-Straße 5
Tel.: +49 911 970058-0, Fax: +49 911 970058-66
E-Mail: info@asfc.de, www.crm-expo.com

Medienservice CRM-expo:

Marciel Riemann
< zuhoeren > agentur für kommunikation gmbh
91054 Erlangen, Hauptstraße 64
Tel.: +49 9131 920 86 30, Fax: +49 9131 920 86 40
E-Mail: presse@agentur-zuhoeren.de