

Customer Relationship Management

Rubrik: Lexikon

Customer Relationship Management, abgekürzt mit CRM, bezeichnet verschiedene Maßnahmen zum Management der Kundenbeziehung und ist heute Teil jeder Marketingpolitik. Mit Customer Relationship Management, zu Deutsch auch Kundenpflege genannt, wollen Unternehmen die Verbindung zu ihren Kunden nicht nur halten, sondern auch intensivieren, um sie langfristig als Stammkunden halten zu können. Zu den Aufgaben des CRM gehört eine ausführliche Dokumentation der Kundenbeziehung, ebenso wie die regelmäßig stattfindende Kundenansprache über verschiedene Methoden wie Mail, Anruf oder Brief.

Die Daten von Kunden werden in professionellen CRM-Datenbanksystemen verwaltet, ebenso wie alle Transaktionen, die in der Vergangenheit bereits abgewickelt wurden. So lassen sich alle Daten übersichtlich auf einen Blick einsehen und auswerten, um verschiedene Prozesse genauer zu analysieren. So zum Beispiel die Art des Kaufverhaltens, wie oft ein Kunde was kauft und welche Produkte individuell zu den Kundenbedürfnissen noch zusätzlich angeboten werden können. Eingebunden in das CRM sind meist verschiedene Abteilungen eines Unternehmens wie zum Beispiel Marketing, Kundendienst, Vertrieb und weitere Abteilungen. Vor allem die Verbindung mit dem Marketing ist wichtig, um konkrete CRM-Ziele ausgehend von den Marketingzielen des Unternehmens setzen zu können. Man will die Kundenorientierung verbessern, schneller reagieren und liefern, sodass Bestandskunden gehalten werden und nicht zur Konkurrenz abwandern.

Ein CRM kann aber auch dazu genutzt werden, mögliche Interessenten abzuspeichern und dann im Zuge der Neukundengewinnung anzusprechen. Mögliche Methoden zur Ansprache in der Neukundengewinnung, wie etwa Einladungen, Befragungen und Gewinnspiele, können dabei ganz einfach mit den Daten des CRM gesteuert werden, um mehr zu den Kontakten herauszufinden und genau passende Produkte anbieten zu können. Die Marketingabteilung kann die Kontakte vor allem dazu nutzen, um zum Beispiel Kundenzeitschriften, Newsletter, neue Produktinformationen und Imagekampagnen an den Kunden zu versenden.