

Blickpunkt:KMU

Die Plattform für unternehmerisches Wissen

Suche: Einfach Erweitert

- MAGAZIN
- SCHLAGZEILEN
- Officelife
- KOLUMNEN
- WEITERBILDUNG
- VIDEOS
- BÜCHER
- VERANSTALTUNGEN

- Übersicht
- Marketing & PR
- Recht & Finanzen
- Infrastruktur
- Logistik
- Management
- IT & Kommunikation



AboService:
Blickpunkt:KMU - sechsmal
jährlich druckfrisch auf
Ihrem Schreibtisch



HR-Tipp: Jeden Montag ein
Rezept für Ihr Personal-
wesen. Aktuell: Fussball-
WM in Ihrem Unternehmen



Helpdesk: Hier erhalten Sie
unternehmerische Antworten
auf Ihre unternehmerischen
Fragen!

- Diesen Artikel drucken
- Diesen Artikel kommentieren
- Artikel via Email versenden

Finden und gefunden werden Online-Plattform für alle CRM-Belange

Mit dem CRM Finder® erhält die Schweiz eine neue Online-Plattform, die sich mit dem Customer Relationship Management befasst. Blickpunkt:KMU unterstützt das Projekt im Rahmen einer Medienpartnerschaft und hatte Gelegenheit zu einem ausführlichen Gespräch mit Roger Eric Gisi, dem Gründer und Initiator.

ANZEIGE

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer CRM-Plattform?

R. Gisi: CRM-Finder – wie es der Name sagt – soll «finden», auf einer neutralen, transparenten und fachtechnisch hochstehenden Plattform. Neutral im Sinne einer Aussensicht und nicht durch «nur» einen spezifischen Hersteller gesponsert. So ist sie also unabhängig als

Blickpunkt:KMU Newsletter

E-Mail:

[zum aktuellen Newsletter](#)

aktuelle Ausgabe

Wirtschaftskriminalität
Auf Tätersuche im eigenen Unternehmen

Ausgabe vom: 14.06.2010

Interview

Valentin K. Wepfer, Mitglied der Geschäftsleitung von GS1 Schweiz

«Transparenz in der Supply Chain ist das A & O»

[Interview jetzt lesen](#)

KMU Admin

Gründungsschalter
Firmengründung online, sicher und in allen Kantonen gültig

Betriebungsschalter
Betriebsbegehren, Betriebsauskunft und die zuständigen Ämter online

Handelsregisterauszug
beglaubigte kantonale Handelsregisterauszüge online

Strafregisterauszug
Persönlichen Strafregisterauszug online anfordern

Markenanmeldung
Marke online registrieren

Kolumne

” Sie sind verliebt - verliebt in Ihren potentiellen Kunden! ”

Chevalier de Seingalt

Ausschreibungen

Revolutionär und genial.

Gewinnen Sie einen Reinigungs-Roboter im Wert von CHF 480.-.

Schober GROUP
The Future of Targeting

Wissens- und Informations-Plattform für den Schweizer CRM-Markt zu verstehen, konzipiert durch CRM-Expert und gefördert dank kompetenten, namhaften Unternehmungen und Organisationen der Schweizer Wirtschaft.

CRM-Finder wird eine national renommierte, bekannte CRM-Plattform mit einer absoluten 360-Grad-Sicht. Wir gehen dabei stark von den Bedürfnissen des Endkunden aus. Nicht die Produkte, sondern die Funktionalitäten stehen im Vordergrund. Spezifische Lösungen mit Sicht aufs Ganze – dieses Motto treibt uns. Die Plattform soll helfen, das «Anliegen CRM» als Strategie zu betrachten. Und demnach CRM auch als Chefsache zu postulieren und zu definieren. Daneben bietet CRM-Finder das ganze Jahr eine fokussierte Marktbearbeitung sowie für die Teilnehmer einen breiten alternativen Informations- und Absatzkanal. Das Portal steht als sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Messen und Hersteller-Veranstaltungen.

Balance-Akt

Listen mit Anbietern in diesem Bereich gibt es bereits ausreichend – eine kurze Websuche genügt. Oft finden sich dort auch Branchenspezifikationen und die Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme. Weshalb also eine weitere Plattform?

R. Gisi: Richtig. Für die Schweiz gibt es einige gute Ansätze. Diese sind jeweils aus verschiedensten Interessenslagen entstanden. Wir müssen uns mit dem CRM-Finder gewaltig anstrengen, damit wir inhaltlich ans Bestehende herankommen. Das habe ich mir zu einer strategischen Aufgabe gemacht. Kompetenzen zu CRM in der Schweiz will ich auf der Plattform vereinen. Sie soll gleichzeitig sowohl Usern, wie Projektleitern und Anwendergruppen und exklusiven Unternehmungen der gesamten Schweizer Wirtschaft als Fachportal dienen. Neuartig ist sicher die Verbindung zur Wirtschaft. Und es braucht neue Wege zu den Kunden respektive Kunden-Bedürfnissen. Neue Zeiten fordern viel Innovationskraft und teils neue Lösungen und Absatzkanäle. Die vielen guten Gespräche bestätigen genau diesen Ansatz. Hin zum Kunden gehen. Das gilt sowohl für die Hersteller wie für die Integratoren von CRM-Lösungen. Die Kunst und der Balance-Akt ist: Neues und Bewährtes zu einer Lösung nach Mass schneiden.

Der Nutzen des CRM-Finders sowohl für die Besucher der Plattform wie für die Teilnehmer selbst ist, analog zu einem CRM-System, mehrschichtig und von grosser Vielfalt. Fokussierte Marktbearbeitung, direkte Zielgruppen, starkes persönliches Networking und Relationship Management; direkt zu CRM- und Marketing- Projekten, und umgekehrt zu den CRM-Anbietern und -Herstellern, sowie eine exzellente Basis für die Kundenpflege, ja sogar Feedback in Anwendung durch Verbesserungsvorschläge durch User und Entwickler zu einzelnen CRM-Programmen respektive Funktionen.

Wer genau ist die Zielgruppe von CRM-Finder?

R. Gisi: (lacht) Das ist eine der Krux der Plattform. Wir steuern damit schlussendlich alle Entscheider in Sachen Marktentwicklung und CRM an. Weil eben CRM teils immer noch in den Kinderschuhen steckt, ist der Informationsbedarf sehr hoch und das Feld der Adressaten in Unternehmungen breit gestreut. Das zielgerechte Publikum reicht von CEOs in mittleren Unternehmungen, zum IT-Leiter, den Marketing- und Verkaufslleitern, die Werbeleiter sind wichtig, die CRM-Verantwortlichen, wo es denn schon solche hat, sowie Projektleiter und die Menschen, die sich mit dem Handling der Daten befassen. Dank einer sehr guten und offenen Zusammenarbeit verschiedenster

CRM-Finder

Neutrale, unabhängige Wissens- und Informations-Plattform für den Schweizer CRM-Markt. Durch CRM-Expert konzipiert und von kompetenten, namhaften Unternehmen und Organisationen der Schweizer Wirtschaft gefördert.

Teilnehmer: Accelerom. Accentis. Ambit. Anne M. Schüller. Atelier Schweitzer. Blickpunkt: KMU. Blueways. Dexion. DirecTrade. economiesuisse. Gellius Verlag. GISI Consult. GLOBONET. Gmür & Pellanda. Hesse & Partner. ICT Kommunikation. Index. Interligne. LH company. Microsoft. ming-agentur. NLPbiz. Opacc. Outplacement50plus. P-Soft. perSens. Persönlich. Sieber & Partners. Schober. Servoy. SERVUS. SmartCRM. SuperOffice. Swiss CRM Forum. SwissEmex. Swisscom IT Services. TopCC. Touchpoints. Webgate. Wissen.org. Wortwörtli.

www.crm-finder.ch

Partner rund ums Thema CRM, passierte bereits in der ersten Phase von CRM-Finder eine tolle Fach-Community, informell. Dies sind alles Leute, die das Ziel «CRM als Strategie» aktiv unterstützen. Menschen, mit Affinität und Awareness zur Marktentwicklung, insbesondere zu spezifischen CRM-Herausforderungen.

«Haben» ist nicht alles!

Ein CRM-System hat doch beinahe jeder Betrieb entweder als Bestandteil seiner Business-Software oder als einfach zu installierende Erweiterung. Weshalb also muss man sich überhaupt so intensiv mit dem Thema beschäftigen?

Jetzt kostenlos

testen:

Überzeugen Sie sich von den Vorteilen unseres Infoservices: Anmelden, Branche wählen und los gehts! In wenigen Minuten haben Sie Zugriff auf Ihre Ausschreibungen - 2 Wochen lang kostenlos!

[Gratis Testen](#)

ANZEIGE



Top Suche

UVG Klimaschutz
Energieeffizienz bestechung
Mobilität Unternehmensziele
Lieferkette
Pensionskasse
Einsparungen ERP-Software
Revisionsrecht
Neueintragung Pandemie
Steuerreform
Mustervorlage

Meistgelesene Artikel

Recht & Finanzen

Forderungen von der Fälligkeit bis zur Verjährung



Hat mein Kunde Anspruch auf eine dreissigtägige Zahlungsfrist? Kann ich eine in Vergessenheit geratene Rechnung nach sechs Jahren noch einfordern? Muss ich auf den Rechnu... mehr...

Management

Schweizer Detailhandel zwischen Bangen und Hoffen



Die Umsätze im Schweizer Detailhandel dürften 2010 um rund 0.5 Prozent zurückgehen, wie die jährliche Detailhandelsstudie der Credit Suisse und des Beratungsunternehmens ... mehr...

Partner

Protekta
Rechtsschutz
Digilunch.ch
Ihr Hosting Partner

Top 5 URL's

- » www.e-service.admin.ch/esc
- » www.e-service.admin.ch/cre
- » e-trademark.ige.ch/importa
- » www.kmuadmin.ch/kmuapp/act
- » www.protekta.ch

RSS Feeds

R. Gisi: Schön für Hersteller und Integrations-Firmen – wenn es denn so wäre. Und «haben» ist nicht zwingend «optimal nutzen». Fragmentiert und meist als Insellösungen gibt es eine grosse Anzahl installierter Systeme. Die Nutzung von CRM geschieht in einem Prozess. Dank diesem sind Unternehmungen dann auch in der Lage, einermassen wirkungsvoll ihre Märkte zu entwickeln und darin zu wachsen. Je nach Reifegrad in den Unternehmungen, ist das Thema breit gestreut; von einer einfachen Adresskartei, meist isoliert mit möglichen Zusatzfunktionen, bis hin zur «Gläsernen Pyramide» und den nachfolgenden Prozessen wie Business Analytics. Auch in Geschäftsprozessen sind Menschen am Werk. Für jegliche Anbieter heisst das dann, mehr Wert auf Social Media und Lifestyle-Marketing zu legen.

Dann gibt es da noch die Perspektive der Technologie-Entwicklung. Schon deshalb sollte man sich intensiv und laufend mit dem Thema beschäftigen. Denken wir ans Mobile Computing, an mögliche Vorteile von CRM as a Service, an die Typologisierung der Menschen als Leistungsempfänger und damit auch an die zwingende Emotionalisierung der Marktentwicklung und des CRM im Speziellen. Und ein grosses offenes Potenzial ist die Integration aller Unternehmensprozesse respektive alle Bereiche der Leistungskette. Die Forderung nach Customer Service und Client Centric kann nicht mehr isoliert betrachtet werden.

Liegt die Schwierigkeit beim Thema CRM nicht weniger in den technischen Details und dem Wissen über verfügbare Produkte – und mehr in der internen Organisation der Unternehmen?

R. Gisi: Das Rad dreht sich. Das eine geht nicht ohne das andere. Ich gebe Ihnen Recht. Was dann mit den relevanten Informationen, zu Gunsten eines Kundennutzens, tatsächlich «produziert» wird, hängt mit der Einstellung der Menschen zusammen. Menschen und Technologie: Das Geheimnis ist das perfekte Zusammenspiel. Die persönlich fachlichen Kompetenzen sind gefragt. Es braucht dazu seitens des Managements sowie der Mitarbeiter eine Art besondere Leistungsbereitschaft. Leider sind nach wie vor enorm viele Unternehmungen auf sich selber, ihre Prozesse und ihre Darstellung fokussiert. Kunden werden vergessen, ignoriert, ihre Wünsche übergangen. Nein. Es muss weiter gehen: Was ist der Wunsch meines Kunden? Welches sind seine Motive, um mit uns zusammenzuarbeiten? Welche Resultate muss ich erzeugen, damit ich diese befriedigen kann? Wie muss ich meine Prozesse und Organisation gestalten? Das sind Kernfragen. In einer 360-Grad-Sicht auf den Menschen können Sie diese nur in einem durchdachten CRM abbilden.

Insbesondere integrieren wir dieses Wissen durch einen exzellenten Beirat aus Vertretern aller Bereiche, entlang der Leistungskette CRM. Aktuell setzt er sich aus namhaften Experten von Swiss Post, Swisscom IT-Service, internationalen CRM-Herstellern, dem Internetmarketing, der CRM Alumni Schweiz sowie aus Anwendern, Enablern und Integratoren zusammen.

«It's a people business!»

Bisweilen liest man, dass CRM eben gerade nicht die Kundenbindung fördert, sondern die Beziehung zum Kunden automatisiert und damit den menschlichen Aspekt aushebelt, der sicher bei vielen Entscheidungen eine wesentliche Rolle spielt. Ihre Meinung dazu?

R. Gisi: Absolut: Menschen kaufen bei Menschen. Mehr noch. Bei Individuen. Das macht das Ganze auch so schwierig. Unsere Multi-Options-Gesellschaft will die absoluten Wahlalternativen. Kundenbindung entsteht nur dank eines «menschlich automatisierten Prozesses», der im Hirn mit der Philosophie «Dienen» abläuft. Das heisst dann auch Kundennutzen, Dialog mit dem Menschen und somit Kundenbindung. Nur so wird markt- und kundentechnisch Nachhaltigkeit erzeugt. Wir brauchen am Ende der Wirkungskette die Absicht für Wiederkauf, für Weiterempfehlung und für die Wechselbereitschaft.

Die Kompetenz der Plattform liegt im Zusammenspiel von Wissenschaft, Herstellern, Wirtschaft, verschiedener Fachpressen, Experten und den Marktführern für CRM begründet. Sie funktioniert als Portal und wird für die registrierten Benutzer redaktionell das ganze Jahr hindurch betreut. Interessierte, Universitäten, Hochschulen und Experten können sich mit Beiträgen einbringen und kostenlos registrieren. Zusätzlich getragen wird die Plattform von der gesamten Schweizer Wirtschaft. Im Endausbau werden exklusive Branchenvertreter aus über 90 Branchen vertreten sein.

Im Interview

Neutrale, unabhängige Wissens- und Informations-Plattform für den Schweizer CRM-Markt. Durch CRM-Expert konzipiert und von kompetenten, namhaften Unternehmen und Organisationen der Schweizer Wirtschaft gefördert.
Teilnehmer: Accelerom. Accentis. Ambit. Anne M. Schüller. Atelier Schweitzer. Blickpunkt: KMU. Blueways. Dexion. DirecTrade. economiesuisse. Gellius Verlag. GSI Consult. GLOBONET. Gmür & Pellanda. Hesse & Partner. ICT Kommunikation. Index. Interligne. LH company. Microsoft. ming-agentur. NLPbiz. Opacc. Outplacement50plus. P-Soft. perSens. Persönlich. Sieber & Partners.

 RSS Marketing & PR

 RSS alle Themen

0 Kommentare:

[Diesen Artikel kommentieren](#)

Blickpunkt: KMU - Das Magazin für unternehmerisch denkende Menschen, die entscheiden!
Blickpunkt: KMU Verlag GmbH St. Jakobs-Strasse 200 4052 Basel
[RSS](#) | [Impressum](#) | [Mediadaten](#) | [Links](#) | [Aboservice](#)