

Fallstudie: CRM-Finder Schweiz

Finden und gefunden werden: Wie ein neues Portal entsteht

CRM-Systeme gibt es viele. Doch welche CRM-Lösung eignet sich am besten für den Einsatz im eigenen Unternehmen? Dieses Jahr wurde eine Schweizer Onlineplattform für alle CRM-Belange lanciert. Ein neuer Business Case? Welchen Nutzen haben Teilnehmer und Benutzer?

Roger Eric Gisi

Customer Relationship Management (CRM) ist als «strategisches Werkzeug» für ein wirksames und schnelles «Time to Market» zu betrachten. Das Thema gehört somit auf die Chef-Agenda. Doch es bleibt die Frage: Wer liefert was? Wie, in welchem Umfang und mit welchen Kompetenzen? Welche Anbieter sind auf welche Branchen fokussiert und kennen die Eigenheiten des Schweizer Marktes? Das waren zentrale Fragestellungen, die zur Idee und schliesslich zum Projekt des CRM-Finders führten.

Von der Idee zum Konzept

Aus der Idee wurde schnell ein Konzept für eine neutrale, unabhängige Wissens- und Informationsplattform für den Schweizer CRM-Markt – durch die «virtuelle Trägerschaft» CRM-Expert konzipiert und von namhaften Unternehmen und Organisationen der Schweizer Wirtschaft gefördert. CRM-Finder – wie es der Name sagt – soll «finden». Dies auf einer transparenten, fachtechnisch hochstehenden und neutralen Plattform. Neutral im Sinn einer Aussensicht. CRM-Finder soll eine national bekannte CRM-Plattform mit einer 360-Grad-Sicht werden. Das waren einige der Zielvorgaben für das Projekt.

Ausgangspunkt sind die Bedürfnisse des Endkunden. Nicht die CRM-Produkte an sich, sondern die Funktionalitäten sollen im Vordergrund stehen. Spezifische Lösungen mit Sicht aufs Ganze war ein Motto, das massgebend trieb. Die Marktplattform soll helfen, das «Anliegen CRM» als Strategie zu betrachten. Und demnach CRM auch zur Chefsache zu postulieren. Daneben muss CRM-Finder das ganze Jahr eine fachtechnische Marktbearbeitung bieten und den Teilnehmenden als fokussierter, alternativer Informations- und Absatzkanal dienen. Das Portal versteht sich als sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Anlässen, Messen und Herstellerveranstaltungen.

Qualität vor Quantität

Die im Frühjahr 2010 lancierte Plattform ist vom Autor dieses Beitrags gegründet worden. Bei der Konzeption der Plattform sind Erfahrungen aus mehr als zwanzig Jahren Marktentwicklung in unterschiedlichen Branchen eingeflossen. Insbesondere wenn es um effizientes Dienstleistungsmarketing und erfolgreiche Verkaufsprozesse geht, ist diese Marktentwicklungskompetenz gefragt. Experten, Best Practice Cases, begleitende Marktkommunikation und eine breite Abstützung durch wichtige Unternehmen der

Wirtschaft machen den CRM-Finder zu einer Plattform, wo Presenting und Networking im Dienst der Sache grosse Akzeptanz erfahren. Getreu der Philosophie «Wirksamkeit als Erstes» werden ausgewählte Unternehmen und Vertreter aus Dienstleistung und Industrie in die «Plattform-Philosophie», ins Anliegen CRM und so schliesslich auf dem Portal integriert. Darauf finden sich Grundlagen, weiterführende Informationen, Experten und vielfältige Beiträge rund ums Thema CRM, alles auf Relevanz geprüft. Ein Beirat aus hochkarätigen Vertretern der CRM-Szene begleitet Konzeption, Inhalt und Entwicklung der Plattform thematisch.

Das Geschäftsmodell

Die Themenfelder CRM sind in die Marktentwicklung eingebettet. So ergibt sich ein lücken- und nahtloser Prozess von der Idee einer Marktentwicklung bis zur vollständigen nachhaltigen Realisierung. Abgebildet im CRM-Finder, macht es das Portal zu einem alternativen Informations- und Absatzkanal für alle Wirtschaftsunternehmungen. Marktkommunikation und -visibilität und eine klare Positionierung zu einer kundengerechten und nachhaltigen Marktentwicklung reflektieren die Teilnehmer von CRM-Finder. Im Bereich «CRM» steht eine Marktübersicht als

Basisinformation. Darin gelistet die Unternehmen, die mit dem Thema CRM auf dem Schweizer Markt unterwegs sind. Dazu können sich diese mit ihren Profilen, ihrer Fokussierung, den Funktionalitäten und/oder ihren Branchenkompetenzen, Lösungen und Dienstleistungen integrieren. Zusätzlich haben sie die Möglichkeit, sich als Fachpersonen mit Beiträgen im Expertenbereich und im Newsletter einzubringen. Die Investitionen für die Teilnehmer sind in verschiedenen Modulen definiert. Von einer einfachen Logopräsenz über Firmeneinträge mit oder ohne CRM-Funktionalitäten bis hin zum Hauptsponsoring. Für potenzielle Teilnehmer eine breite Palette zur Auswahl, damit sich der CRM-Finder wiederum nahtlos in deren Marktentwicklung einpassen kann.

CRM-Experten und CRM-Anbieter gestalten so die Informationsplattform. Sie bieten dem Besucher Informationen und Wissen zu verschiedensten Themen. Das gesamte Wissen ist für die User kostenlos. Sie haben auch die Möglichkeit, Kontakt zu CRM-Experten und CRM-Anbietern zu knüpfen, direkt oder über das Forum.

Beziehungsmanagement

Was im Endausbau vor allem mittels Internetplattform funktionieren soll, hat sich beim Aufbau und der Marktlanierung von CRM-Finder bereits gezeigt: das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmungen der Wirtschaft und den effektiven Anbietern von CRM. Das heisst, die Wirtschaft musste den Nutzen der Plattform erkennen, und die CRM-Anbieter ihrerseits mussten die direkte Verzahnung zwischen potenziellen Kunden direkt auf der Plattform als alternativer, neutraler Absatzkanal erkennen. Mit jedem neuen Teilnehmer vergrössert sich das Netzwerk und damit steigen auch die Möglichkeiten für ein aktives Empfehlungsmarketing. Im Dialog mit Industrieunternehmungen konnten bereits von Beginn weg erste Projekte ausgemacht und mit selektierten Anbietern verbunden werden. Affinität zum Thema und gute Erfahrungen mit Experten festigen das Vertrauen in die Fachkompetenz der Teilnehmer der Plattform.

Kundennutzen im Mittelpunkt

Disziplin und der Wille für das konsequente Kontaktieren potenzieller Interessenten war der Ausschlag für den frühen Erfolg von CRM-Finder Schweiz. Viel Eigeninitiative und Eigenleistung schonten zum Start die Kostenstruktur. Die Einbettung in ein professionelles Netzwerk namhafter Unternehmungen liess die Hürde der Akzeptanz zwar nicht einfacher, aber schneller nehmen. Dank weitsichtiger und innovativer Beiratsmitglieder genoss die Plattform schnell an Ansehen in der Branche. Die parallele Marktentwicklung, also das Angehen von Wirtschaft und eigentlichen CRM-Anbietern, war ein weiterer Schlüssel für den sich einstellenden Erfolg.

Der Nutzen des CRM-Finders sowohl für die Besucher der Plattform als auch für die Teilnehmer selber 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 direkt zu den CRM-Anbietern und -Herstellern. Also eine exzellente Basis für die Kundenpflege.

Potenzial Schweizer Markt

Listen mit Anbietern im CRM-Bereich gibt es ausreichend – eine kurze Websuche genügt. Oft finden sich dort auch Branchenspezifikationen und die Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme. Weshalb also eine weitere Plattform? Informationen und Transparenz für CRM im Schweizer Markt haben Nachholbedarf und sind für eine neutrale Markt- und Informationsplattform prädestiniert. In der Schweiz gibt es, gemessen an anderen Ländern, eine viel heterogenere Vertriebsstruktur, laufen seit Jahren verschiedene Tests grosser Anbieter, sind die Kundenbedürfnisse vielschichtiger, komplexer und vielfach auch anspruchsvoller, besonders was die Kundenpflege betrifft.

Für die Schweiz gibt es einige gute Ansätze ähnlicher Plattformen. Der differenzierende Punkt und das Neuartige von CRM-Finder

Schweiz ist die direkte Verbindung und Verknüpfung mit der Wirtschaft. So werden auf dem Fachportal Kompetenzen zu CRM aus unterschiedlichsten Bereichen vereint. Sowohl User wie Projektleiter, Anwendergruppen und Anbieter als auch interessierte Unternehmen der Schweizer Wirtschaft. Und: Es braucht neue Wege zu den Kunden respektive deren Bedürfnissen. Neue Zeiten fordern viel Innovationskraft und teils neue Lösungen und Absatzkanäle. Das gilt für die Hersteller und Integratoren von CRM-Lösungen gleichermaßen. Das alles zusammen stellt ein grosses Potenzial im Schweizer Markt dar.

Virtuelle Trägerschaft

Initiant von CRM-Finder ist Roger Eric Gisi. Er ist mit seinem Unternehmen seit bald zwanzig Jahren spezialisiert auf Marktentwicklung, Dienstleistungsmarketing, Verkaufsprozesse und auf das grosse Themenfeld Customer Relationship Management. Die Kompetenz der Plattform liegt in der «virtuellen Trägerschaft», im Zusammenspiel von Wissenschaft, Herstellern, Wirtschaft, Fachpresse und Experten begründet. Sie funktioniert als Internet mit 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 Schweizer Wirtschaft. Im Endausbau werden exklusive Vertreter aus mehr als 90 Branchen auf CRM-Finder Schweiz präsent sein. ■

Kontakt



Roger Eric Gisi
Gründer CRM-Finder.ch
Gisi Consult
Ulmenweg 1A, 8856 Tuggen
Tel. 055 445 20 22
rgisi@gisi.ch
www.gisi.ch
www.crm-finder.ch

