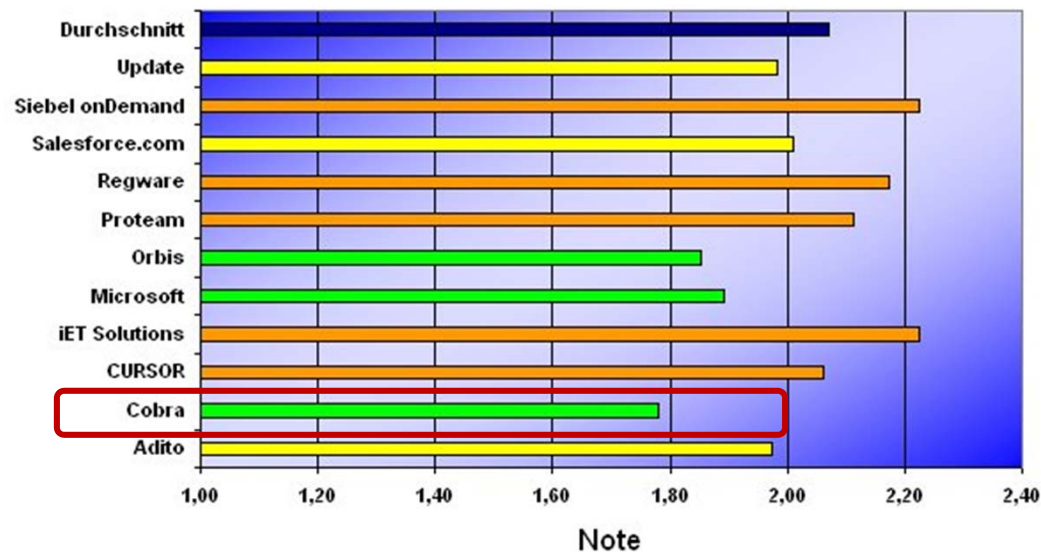


Die Nr. 1 bei professionellem Kundenmanagement mit der Bestnote „1,75“



schwetz consulting
customer relationship management
www.schwetz.de

HCG
HEWSON GROUP
European Leaders in CRM
Information and Analysis

Naujoks & Collegen
Beratung und Marktforschung

Fazit der Hewson Group

Zu den Stärken von cobra gehören:

- die einfache Benutzerführung und das intuitive Handling
- das attraktive Preis-Leistungsverhältnis
- die langjährige Erfahrung als Anbieter professioneller Software für das Kunden-Beziehungsmanagement
- das grafische Workflow-Tool
- die innovative Weiterentwicklung der Software aufgrund ständiger Marktbeobachtung

CRM was ist das?

- Customer Relationship Management, kurz CRM (dt. Kundenbeziehungsmanagement) oder Kundenpflege, bezeichnet die konsequente Ausrichtung einer Unternehmung auf seine Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungs-Prozesse. Die dazu gehörende Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen ist ein wichtiger Baustein und ermöglicht ein vertieftes Beziehungsmarketing. In vielen Branchen sind Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden langfristig ausgerichtet. Mittels CRM werden diese Kundenbeziehungen gepflegt, was sich maßgeblich auf den Unternehmenserfolg auswirken kann.
- Kundenansprachen und Kundenbindungen nehmen einen immer höheren Stellenwert ein, da die Gewinnung von Neukunden bis zu fünf Mal teurer sein kann als die Kundenbindung. Daher werden bei vielen Unternehmen sämtliche Daten von Kunden und alle mit ihnen abgewickelten Transaktionen in Datenbanken gespeichert. Diese Daten können integriert und aufbereitet werden, um im Unternehmen an jeder Stelle in der passenden Zusammenstellung zur Verfügung zu stehen. Die Daten und Transaktionen werden immer im Kontext zu Prozessen eines Unternehmens gesehen.
- CRM unterstützt die Kommunikation im Kundenprozess mit verlässlichen Zahlen, Daten, Fakten, um die Aufmerksamkeit in Beziehungen mit einem hohen Kundenwert zu konzentrieren und Schwachstellen im Dialog mit dem Kunden zu identifizieren. So gibt CRM-Software z. B. eine Struktur vor, um einen standardisierten Arbeitsvorgang zu gewährleisten. Trotzdem orientiert sich nicht der Prozess an der Software, sondern die Software sollte sich an den Prozessen orientieren.
- CRM ist ein ganzheitlicher Ansatz zur Unternehmensführung. Er integriert und optimiert abteilungsübergreifend alle kundenbezogenen Prozesse in Marketing, Vertrieb, Kundendienst sowie Forschung & Entwicklung. Dies geschieht auf der Grundlage einer Datenbank mit einer entsprechenden Software zur Marktbearbeitung und anhand eines vorher definierten Verkaufsprozesses. Zielsetzung von CRM ist dabei die Schaffung von Mehrwerten auf Kunden- und Lieferantenseite im Rahmen von Geschäftsbeziehungen.

Arbeiten mit cobra CRM – und Spaß und Effizienz steigen!

- Natürlich ist cobra CRM eine hochprofessionelle Lösung für Kundenbeziehungs-Management. Über 15.000 Kunden mit über 150.000 Verwendern setzen alleine in Deutschland auf cobra und möchten auf „ihr cobra“ nicht mehr verzichten.
- Aber was heißt das im Detail für den jeweiligen Anwender? Und warum sind cobra Verwender ihrem Programm treu und nehmen „ihr cobra“ mit, auch wenn sie den Arbeitgeber wechseln?
- Die Mund-zu-Mund Propaganda durch diese treuen cobra Anwender ist unsere größte Quelle für Neukunden.



„Die Investition in cobra hat sich für uns ganz schnell amortisiert. Auch die Zusammenarbeit mit cobra läuft vorbildlich. Der Support ist 1a, und eine zerschossene Datenbank hat cobra uns in nur drei Stunden wiederhergestellt.“

Döhlemann. Training & Beratung
Daniela Abendroth, Prokuristin

Arbeiten mit cobra CRM – die Vorteile:

Nun, die 150.000 Anwender von cobra haben essentielle Vorteile in der täglichen Arbeit und damit hat auch das Unternehmen, in dem sie arbeiten, schlagkräftige Vorteile gegenüber Wettbewerbern, die sich nicht mit cobra organisieren.

- Der Nutzen beim Einsatz von cobra CRM wird sofort bei Verwendung klar. Anwender arbeiten intuitiv mit cobra und haben schlagartig eine völlige Transparenz über alle Aktivitäten im Kundenkontakt.
- Wichtig dabei ist die Telefonie: auf Mausklick werden Gesprächspartner angewählt, Telefon-Notizen werden einfach und schnell eingegeben und stehen sofort allen Kollegen zur Verfügung.



„Zu jedem Kunden hat jeder Nutzer nun die komplette Historie inklusive aller projektbezogener Dokumente und Auftragsinformationen über cobra verfügbar. Eine nie dagewesene Kundenbindung ist das Resultat.“

*I.S.T. GmbH
Dipl.-Ing. Jörg Vogt,
Geschäftsführer und Gründer*

Arbeiten mit cobra CRM – die Vorteile:

- E-Mails, genauso wie ausgehende Briefe, Mailings usw., werden mit cobra der jeweiligen Adresse zugeordnet. Das führt dazu, dass alle Kundenkontakte jederzeit einsehbar sind, was zu einer absolut neuen Effizienz bei der Arbeit führt.
- Ab einer bestimmten Kundenzahl wird es schwierig, diese zielgerichtet zu bearbeiten. cobra findet über Stichwörter und die geniale Recherche-Funktion punktgenau die Kunden, die einem bestimmten Kriterium entsprechen (z.B. für ein Mailing). Zielgruppengenaues Marketing wird hiermit zum Kinderspiel.



Arbeiten mit cobra CRM – Vorteile für alle:

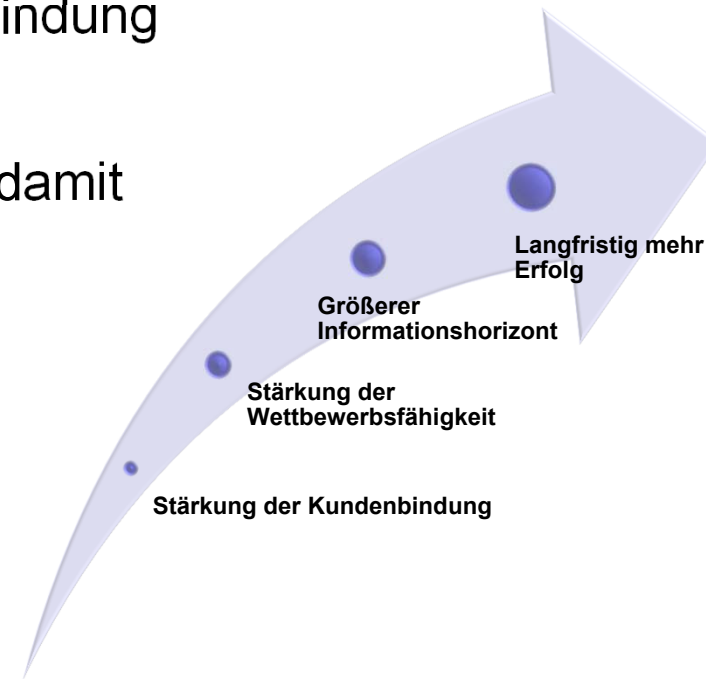
- Schaffung einer gemeinsamen Daten-, Informations- und Kommunikationsbasis
- Wissen über Kunden und Interessenten wird systematisch gesammelt und allen im Unternehmen zur Verfügung gestellt
- Jeder im Unternehmen kann den Kunden optimal betreuen
- Mehr Effizienz durch einheitliche Plattform für Geschäftsprozesse und Kommunikation
- Bessere Entscheidungsgrundlagen durch Informationen aus cobra CRM-System



Arbeiten mit cobra CRM, das Ergebnis:

- Permanente Stärkung der Kundenbindung
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit
- Größerer Informationshorizont und damit

▶ **mehr Erfolg!**



Ohne cobra CRM keine Effizienz

- Mehrere Adresdatenbanken
 - ▶ Dubletten, unterschiedliche Adresstände, falsche Ansprechpartner
- Mangelnde Informationen im Team
 - ▶ keine schnelle und kompetente Beratung, keine Transparenz
- Daten sind nicht selektierbar
- Workflows/Prozesse nicht einheitlich definiert
- Kundenanfragen werden nicht nachbearbeitet
- Auswertungen sind kompliziert, können nur von Fachleuten erstellt werden

Mit cobra alle Infos im Blick

- Adress- und Kommunikationsdaten
- Kundenklassifizierung
- Vertriebsinformationen
- Marketing und Veranstaltungen
- Kontakthistorie mit Dokumenten
- Stichwörter
- Bemerkungen
- Zusatzdaten
- Termine und Aufgaben

The screenshot displays the 'cobra CRM PLUS 2010' interface. The main window shows a customer profile for 'Altenkirchen EDV GmbH'. The profile is divided into several sections: 'Adresse', 'Kommunikation', 'Kundenpass', 'Privat', and 'Betreuung'. The 'Kommunikation' section includes contact details like phone, fax, and email. The 'Kundenpass' section shows customer classification and product preferences. The 'Privat' section includes personal data like birth date and address. The 'Betreuung' section shows the assigned salesperson and start date. A 'Kontakte' table at the bottom lists recent interactions with dates, names, and descriptions. A 'Bemerkung' field on the right contains a note about a move and a recommendation. The interface also features a menu bar, a toolbar, and a status bar at the bottom.

Art	DatumErfasst	PersonErfasst	Bemerkung
📄	22.03.2010	Bernd	Besprechung im Café Lindenstraße. Haben ein gemeinsame...
📄	18.02.2010	Bernd	Persönliche Einladung zur Messe. Habe nochmals auf unsere...
📄	16.02.2010	Bernd	Präsentation vereinbart
📄	09.02.2010	Astrid	Terminvereinbarung
📄	07.02.2010	Bernd	Brief zum Jubiläum
📄	03.02.2010	Astrid	Anruf wegen der Präsentation
📄	29.01.2010	Bernd	Angebot
📄	25.01.2010	Gunnar	Treffen auf der Messe
📄	24.01.2010	Bernd	Serienmail mit Einladung zum Messebesuch.
📄	09.01.2010	Gunnar	Service-Nachfrage
📄	19.12.2009	Astrid	Weihnachtsbrief
📄	26.09.2009	Bernd	Angebot zu Vertriebs-Projekt: Altenkirchen EDV
📄	17.07.2009	Petra	Newsletter August
📄	28.12.2008	Petra	Mailing
📄	14.04.2008	Bernd	Einladung Fachmesse
📄	26.02.2008	Bernd	Newsletter März
📄	15.06.2007	Gunnar	Telefon-Support
📄	15.05.2007	Bernd	Einladung Fachmesse

Kundeninformationen im Mittelpunkt



CRM-System als
gemeinsame Daten-,
Informations- und
Kommunikationsplattform

Warum CRM?

- Kundenorientierung im ganzen Unternehmen
- Bessere Qualität der Kundendaten
- Alle Informationen über Kunden auf Knopfdruck
- Verbesserung der internen Kommunikation
- Höhere Kundenzufriedenheit & Kundenbindung
- Mehr Zeit für aktive Kundenbetreuung
- Umsatzsteigerungen

▶ **Mehr Erfolg durch professionelles CRM**

Nutzen im Vertrieb



- Umfangreiche Informationen zur Kontakthistorie
- Informationen zu Kundenanfragen und offenen Angeboten
- Informationen zu Vorlieben, Preis- und Lieferkonditionen
- Ad-hoc Information über Kaufverhalten
- Informationen zu Service-Fällen

Ihr Ansprechpartner

- Bei Rückfragen stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung - zögern Sie nicht uns anzusprechen!

cateno
GmbH & Co. KG

Bahnhofstraße 14
D-64658 Fürth
Tel. 0 6253 23 98 -0
Fax 0 6253 23 98 -23
info@cateno.de
www.catenode

Sie haben Fragen – sprechen Sie uns an!

CATENODE®
IT FÜR MULTI-CHANNEL-SELLING