



Effektiverer Verkauf
und unter dem Strich
mehr Wachstum:

DIE

6

VORTEILE WENN SIE
IN CRM INVESTIEREN

Inhalt

Einführung

Warum sollten Sie in CRM investieren?

01 Effektivität durch eine zielgerichtete Vertriebsstrategie

02 Mit mehr Sicherheit und Erfolg verkaufen

03 Aufbau einer fundierten Pipeline

04 Effizienteres Onboarding und Offboarding

05 Mit kleinen Korrekturen große Wirkung erzielen

06 Mehr Wachstum mit den gleichen Ressourcen schaffen

Nächster Schritt:

Wie investieren Sie in CRM?



Klicken Sie auf das Menüsymbol und kehren Sie zum Inhaltsverzeichnis zurück



Einführung

Warum sollten Sie in CRM investieren?

Jedes Unternehmen braucht Leads. Sie sind die Grundlage für ein erfolgreiches Geschäft. Mangel an neuen Leads kann sich schnell auf Ihren Erfolg auswirken. Ohne Leads gibt es auch keine neuen Kunden.

Sicher generieren Sie bereits Leads, doch haben diese Leads die gewünschte Qualität und kann das Vertriebsteam sie kontinuierlich zu Kunden zu entwickeln? Wenn das nicht der Fall ist, kann es schnell zu Umsatzeinbußen kommen.





Eine CRM-Softwarelösung hilft Ihnen, die Vertriebsprozesse, in denen Leads zu Kunden entwickelt werden, zu steuern. CRM bietet Tools, die Ihr Vertriebsteam in die Lage versetzen in den verschiedenen Phasen des Vertriebsprozesses zielgerichtet zu agieren. Dies gewährleistet einen transparenten und berechenbaren Verlauf der eingehenden Leads.

CRM-Lösungen haben sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt. Besonders die Marketingkomponenten im Vertriebsprozess sind heute intensiv von moderner Technologie getrieben, was dazu führt, dass die Lead-Generierung zu nahezu 100 % automatisiert und digital erfolgt. Das gibt dem Vertriebsteam Freiraum, sich auf die Entwicklung der Vertriebs-Pipe zu konzentrieren und sich um den zukünftigen Kunden zu kümmern.

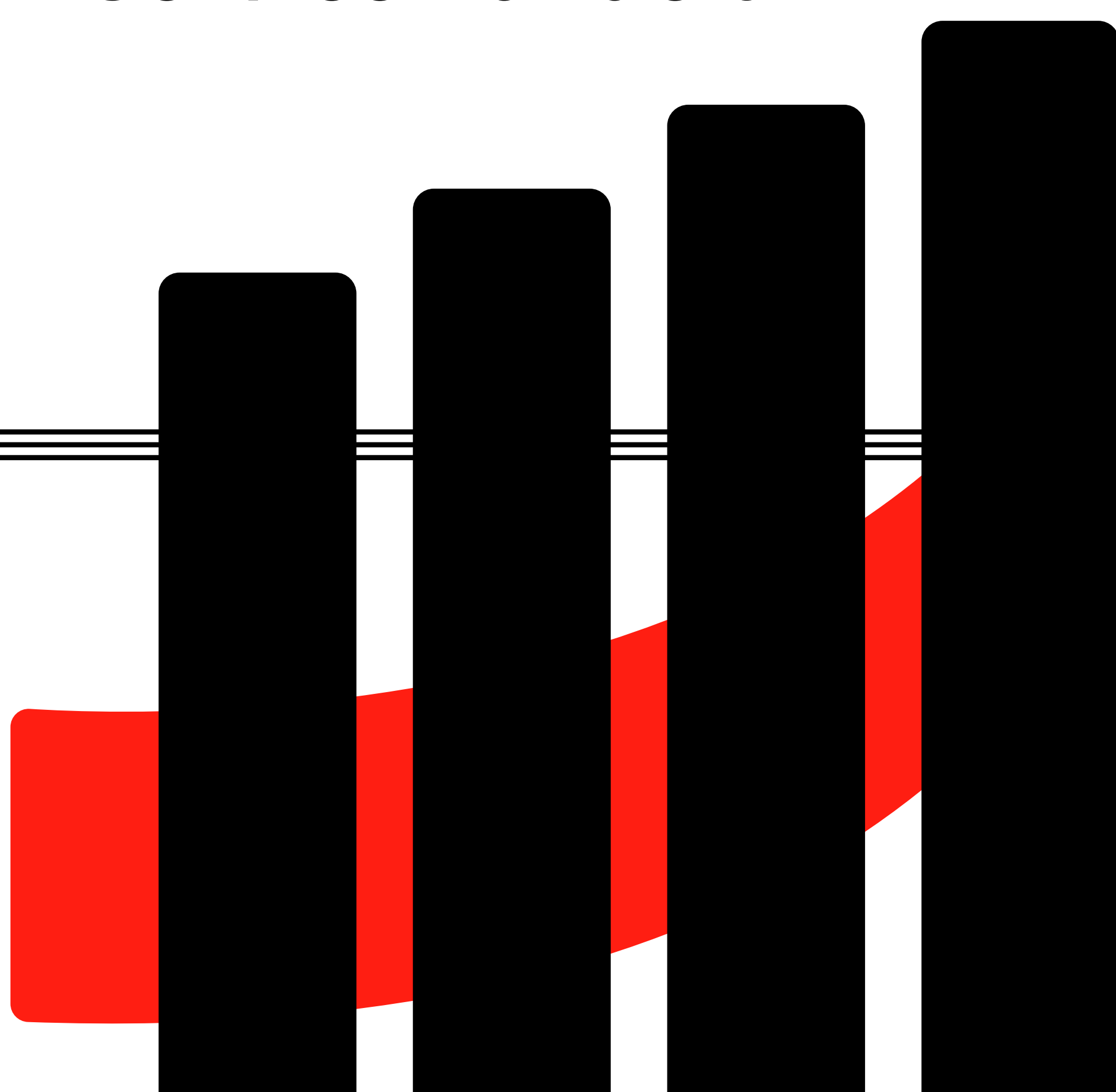
CRM ist die Fabrik, die Sie in die Lage versetzt, effizient aus Leads Kunden zu produzieren, den Umsatz und damit letztendlich den Ertrag zu steigern.

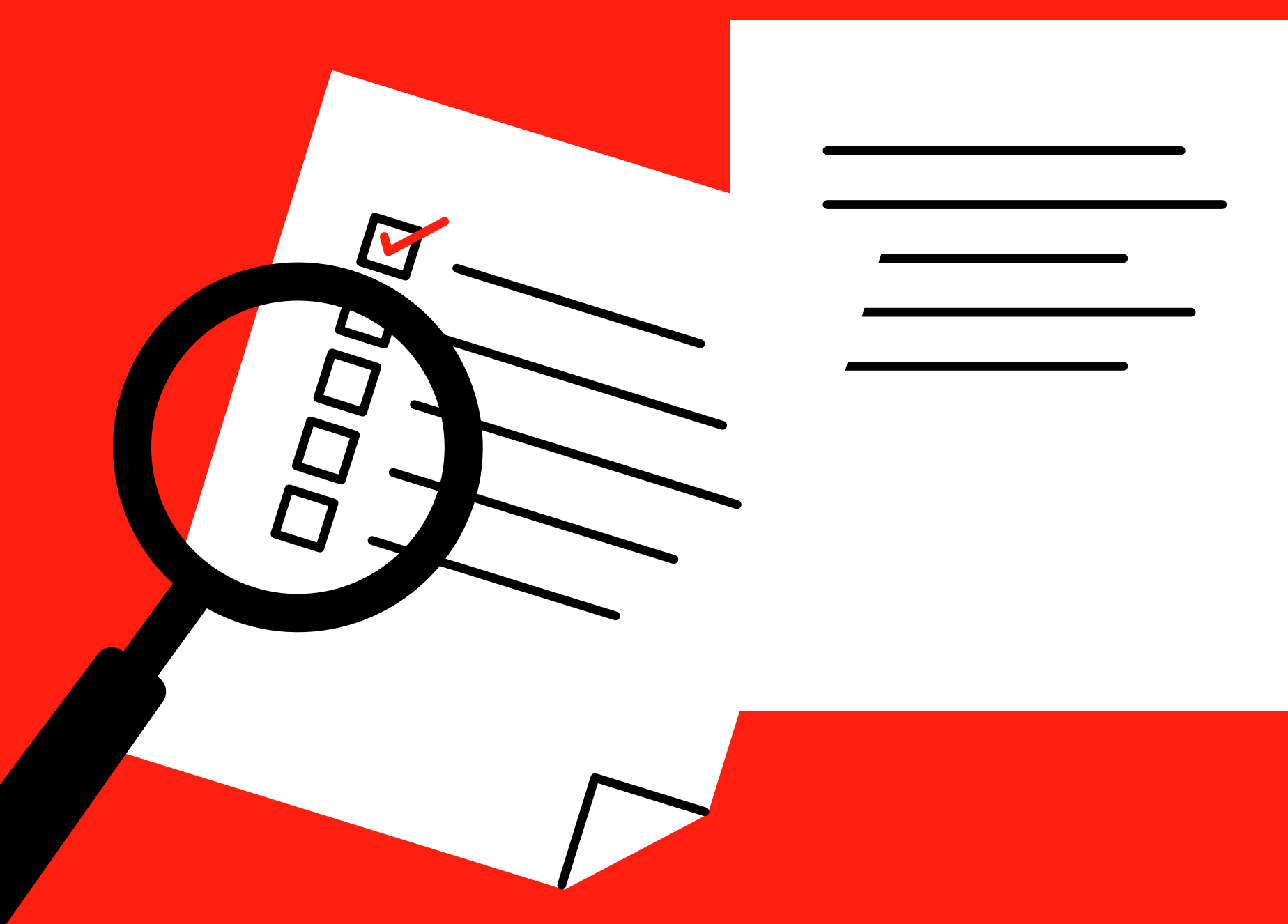
Wir haben 6 Vorteile gesammelt, die zeigen, wie ihr Vertrieb noch wirksamer werden kann und eine Investition in ein CRM-System sich lohnt.

Viel Spaß beim Lesen!



CRM steht für „Customer Relationship Management“, was übersetzt soviel wie Kundenmanagementsystem bedeutet. Das Ziel von CRM ist, Ihrem Unternehmen zu helfen, den Umsatz und die Rentabilität zu steigern, die Kundenbindung zu erhöhen und die Kosten zu senken. Eine CRM-Plattform sammelt alle Informationen über Kunden und sorgt dafür, dass alle Abteilungen immer alle Informationen zur Hand haben, egal ob es sich um den Verkauf, die Kommunikation oder den Service handelt.





01

Effektivität durch eine zielgerichtete Vertriebsstrategie

Systematisches und strukturiertes Arbeiten hilft beim Erreichen der Vertriebsziele

Oft ist es so, dass Vertriebsmitarbeiter ihr eigenes, spezielles System haben, um die Ergebnisse der Vertriebsprozesse mit Excel oder andere Hilfsmittel zu verfolgen und zu dokumentieren. Aber diese eigenen Systeme und Methoden der Vertriebsmitarbeiter können eine Reihe von Problemen verursachen.

Erstens verhindern sie Transparenz, dem Unternehmen entgehen wertvolle Erkenntnisse über die Vertriebsarbeit des Einzelnen und wichtige Informationen über Interessenten und Kunden. Eine Vertriebssteuerung ist schwer zu realisieren.



Eine CRM-Lösung sorgt für effiziente und einheitliche Arbeitsabläufe, sowohl im Vertrieb als auch in der Zusammenarbeit mit anderen Teams im Unternehmen.



Zweitens wird es viel schwieriger, Best Practices zu identifizieren, die dann dem gesamten Vertriebsteam zugutekommen können. Bei einer größeren Vertriebsmannschaft ergeben sich damit vielfach neue, gute Perspektiven, die alle erfolgreicher machen. Diese Erfahrungen müssen gesammelt und den Vertriebsmitarbeitern systematisch zugänglich gemacht werden. Damit wird die Vertriebsarbeit optimiert.

Und drittens können individuelle Systeme nicht in die moderne Marketingautomatisierung integriert werden, da jeder Vertriebsmitarbeiter seine eigene Datenverwaltung hat. Dadurch leiden Qualität und Effizienz erheblich, der Erfolg wird ausgebremst.

Heute haben Unternehmen haben ehrgeizige Wachstumsziele. Gleichzeitig mangelt es an erfolgsversprechenden Leads, wenn herkömmlich gearbeitet wird. Leads müssen heute systematisch und strukturiert erzeugt und bearbeitet werden, um hochgesteckte Ziele zu erreichen. Ein CRM-Tool ist ein unverzichtbares Teil in diesem Spiel.



**„Wenn ein
erfolgreiches
Vorgehen im Vertrieb
dazu führt, dass
aus einem Lead
ein erfolgreicher
Vertriebsdialog
geführt wird,
sollte man dieses
funktionierende
Modell festhalten
und weiter nutzen.“**

Jacques Zimmermann,
**General Manager bei
AlfaPeople Schweiz**



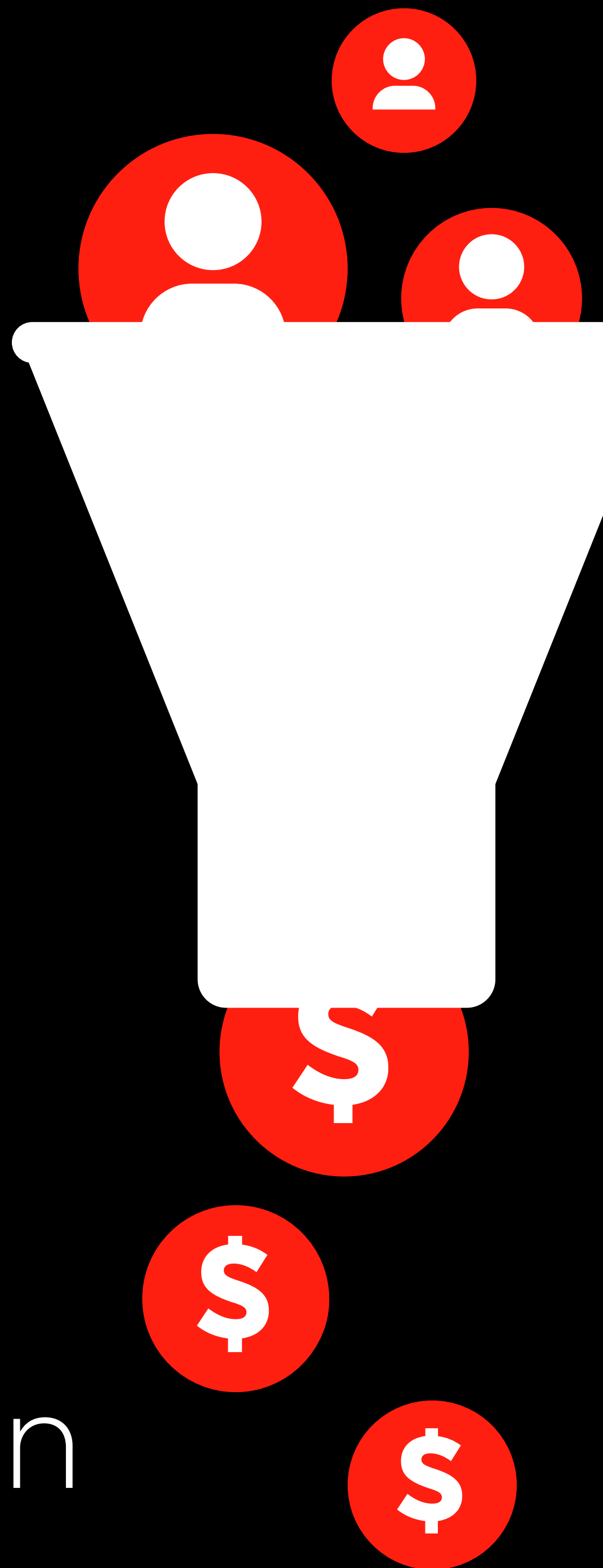
02

Mit mehr
Sicherheit und
Erfolg verkaufen

**Ein geführter Vertriebsprozess
stellt sicher, dass der Erfolg eines
Vertriebsmitarbeiters wiederholt
werden kann**

In den meisten Branchen gibt es optimale und bewährte Methoden im Verkauf. Es gibt bestimmte Fragen, die gestellt werden müssen und bestimmte Antworten, die gegeben werden. Kurzum: Ein Vertriebsprozess, der sicherstellt, dass Sie das beste Ergebnis erhalten.

Je nach Produkt gibt es oft unterschiedliche Prozesse, aber es sollte keinen Unterschied von Vertriebsmitarbeiter zu Vertriebsmitarbeiter geben.

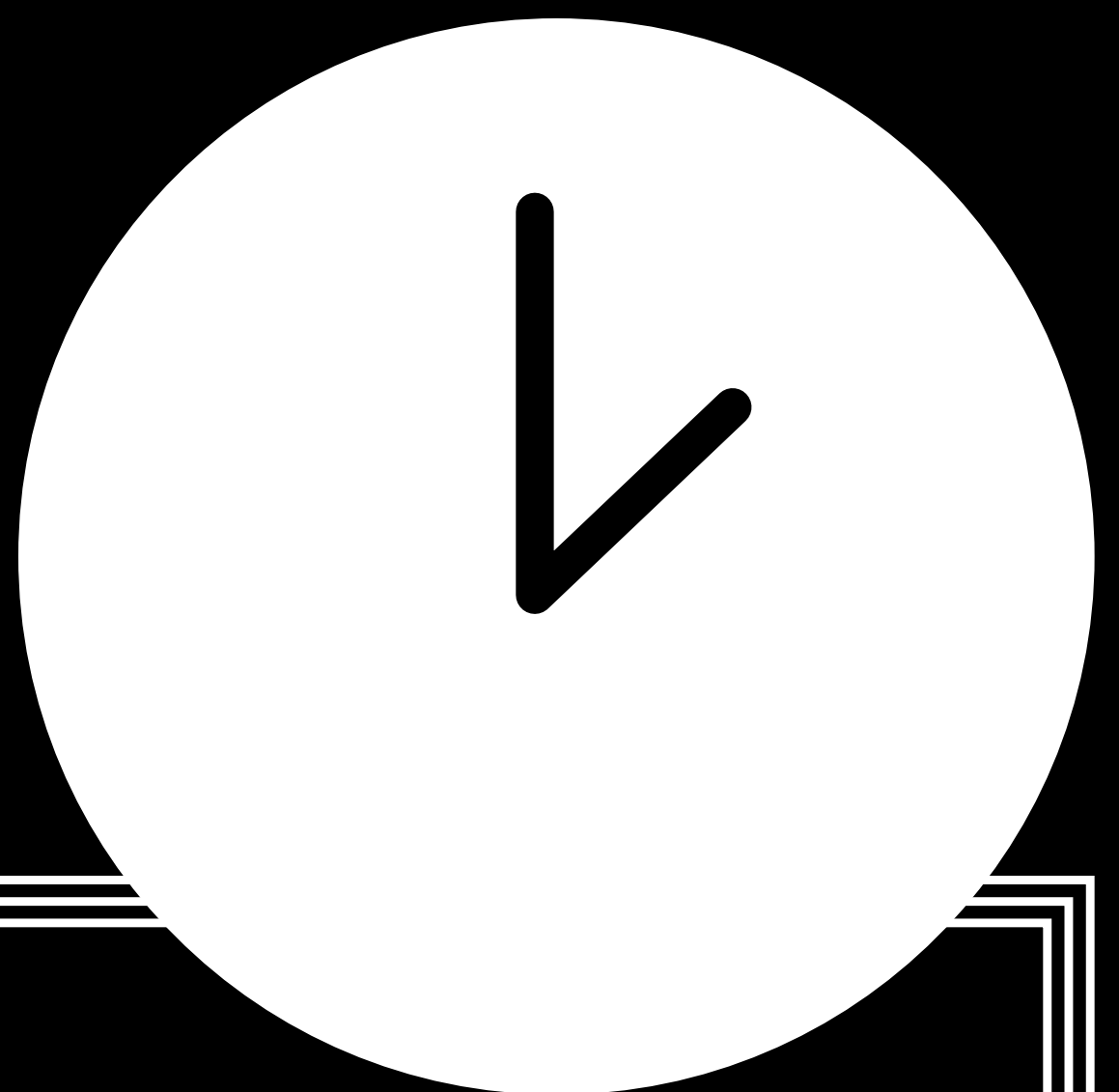


Wenn die Vertriebsmitarbeiter im Team auf unterschiedliche Weise an die Aufgabe herangehen, wird das Team als Ganzes weniger effizient sein.

Die CRM-Plattform kann Ihrem Unternehmen helfen, einen gesteuerten Vertriebsprozess zu etablieren, der sicherstellt:

- dass die Arbeit der Vertriebsmitarbeiter einfacher wird,
- dass die Vertriebsmitarbeiter immer wissen, wie der Status ist und was zu tun ist,
- dass Vertriebsprozesse automatisiert werden können und
- dass die Vertriebsmitarbeiter einen Prozess haben, der sie sicher zum Abschluss eines Geschäfts führt.

Mit anderen Worten:
Das Resultat ist ein
Vertriebsteam, das mehr
Zeit für die Kunden hat.



„Ein geführter
Vertriebsprozess
stellt sicher, dass von
Vertriebsmitarbeiter
zu Vertriebsmitarbeiter
der Erfolg wiederholt
werden kann, weil ein
strukturierter Prozess
eingehalten wird.“

Karsten Schopp,
**General Manager bei
AlfaPeople Deutschland**





Aufbau einer fundierten Pipeline

03

Auf potenzielle statt auf kalte Kontakte konzentrieren

Für ein gesundes Unternehmen ist es enorm wichtig, sich darauf verlassen zu können, dass aus den Leads in der Pipeline etwas werden kann. Andernfalls bauen Sie am Ende auf Luftschlösser, statt auf einem realistischen Fundament.

Aber wie stellen Sie sicher, dass die Leads in der Pipeline fundiert sind?



Das Wichtigste ist, dass im Vertrieb alle Daten in das CRM-System eingegeben werden. Wenn die Vertriebsmitarbeiter dies tun, erhalten Sie einen Bottom-up-Effekt, bei dem Daten helfen, die Qualität Ihrer Leads sichtbar zu machen. Auf diese Weise legen Sie den Fokus auf Leads mit Potenzial und nicht auf kalte Kontakte, die mühsam belebt werden müssen. Solange die Vertriebsmitarbeiter Informationen frühzeitig und systematisch erfassen, haben Sie immer ein CRM-System, das fundierte und verwertbare Daten enthält.

Wenn die Vertriebsmitarbeiter die CRM-Plattform konsequent nutzen, dann spiegelt Ihre Pipeline die Realität besser wider und Sie agieren im Vertrieb erfolgreich mit realistischen Fakten. Aber denken Sie daran:

Das Bild ist nicht besser als die Qualität der Daten, die im System gespeichert werden.



**„CRM hilft dabei,
sicherzustellen, dass
man sich auf das
verlassen kann, was in
der Pipeline ist, aber
das System hilft den
Vertriebsmitarbeitern
auch, daran erinnert
zu werden, was sie im
Prozess tun müssen.“**

Rüdiger Voss,
**Sales Manager bei
AlfaPeople Deutschland**





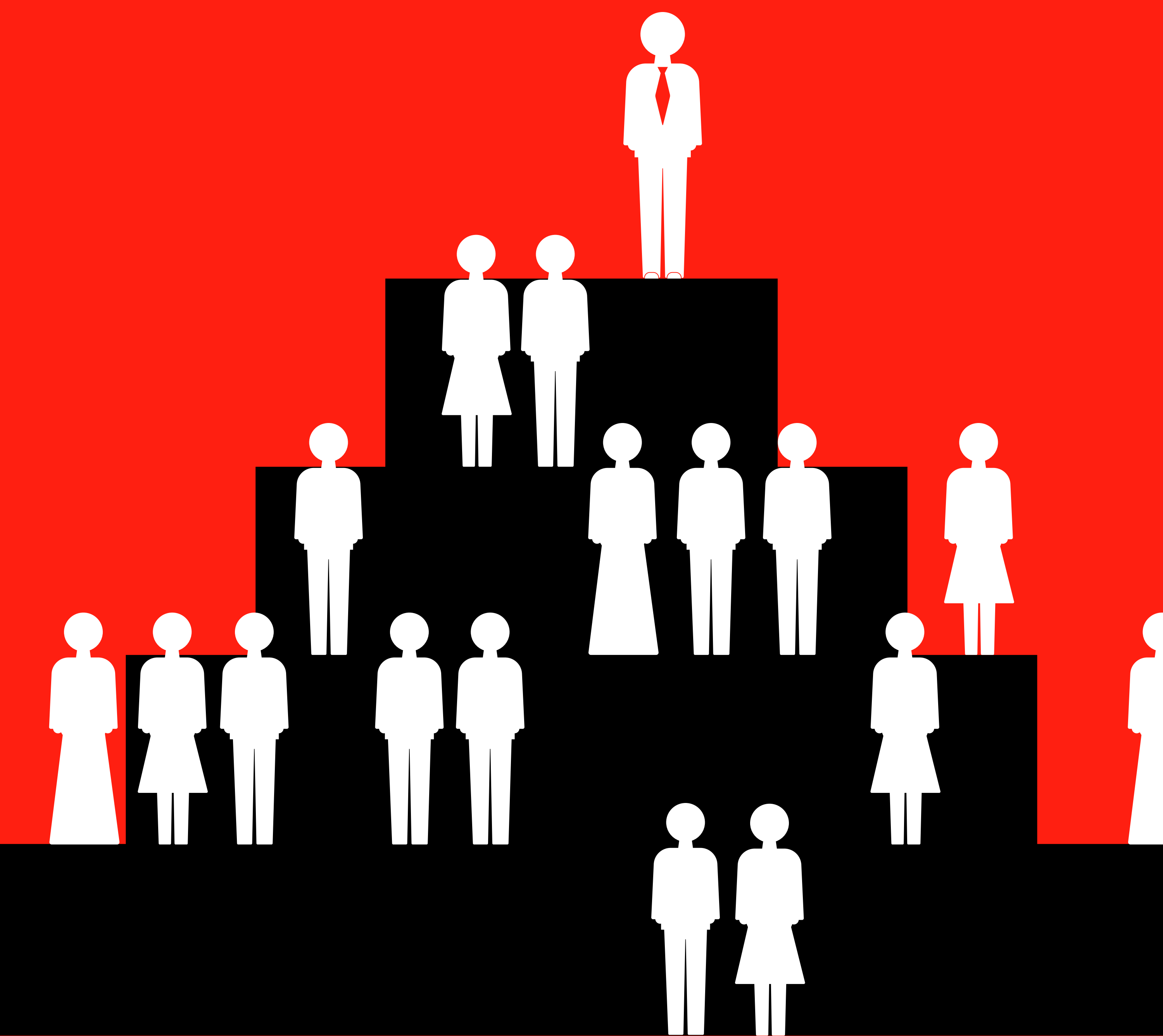
04

Effizienteres Onboarding und Offboarding

Effizienz bei Onboarding und Offboarding spart Ihnen Zeit und Geld

Jedes Mal, wenn ein neuer Vertriebsmitarbeiter eingearbeitet werden muss, erfordert dies Zeit. Sowohl für den neuen Kollegen als auch für die mit der Schulung beauftragte Person. Je länger es dauert, desto mehr macht es sich direkt in den Verkaufszahlen bemerkbar.





Wenn der Vertriebsmitarbeiter, der den neuen Kollegen einarbeitet, keine Informationen und kein System hat, von dem er lernen kann, wird das Onboarding wenig effektiv sein. Gleichzeitig dauert es länger, bis der neue Vertriebsmitarbeiter ein zufriedenstellendes Umsatzniveau erreicht.

Eine CRM-Lösung hilft, ein solides und professionelles Onboarding neuer Kollegen zu gewährleisten. Der neue Vertriebsmitarbeiter profitiert vom CRM-Tool, das ihn sicher und transparent durch den Vertriebsprozess führt. So ein gut strukturiertes System erleichtert es auch dem Kollegen, der die Einarbeitung begleitet.



Eine CRM-Plattform macht Sie auch deutlich weniger verwundbar, wenn ein Vertriebsmitarbeiter einen anderen Job findet und Ihr Unternehmen verlässt. Wenn der Vertriebsmitarbeiter die CRM-Plattform intensiv genutzt hat, ist das Risiko, dass viel Wissen über Kunden und Interessenten verschwindet, viel geringer. Es ist nämlich so, dass alle Daten und Informationen über Kunden und Leads im System gesammelt und gespeichert sind. Dies ermöglicht einen Offboarding-Prozess ohne Verluste. Neue Vertriebsmitarbeiter oder die verbleibenden Kollegen können die laufenden Vertriebsaktivitäten schnell und reibungslos übernehmen

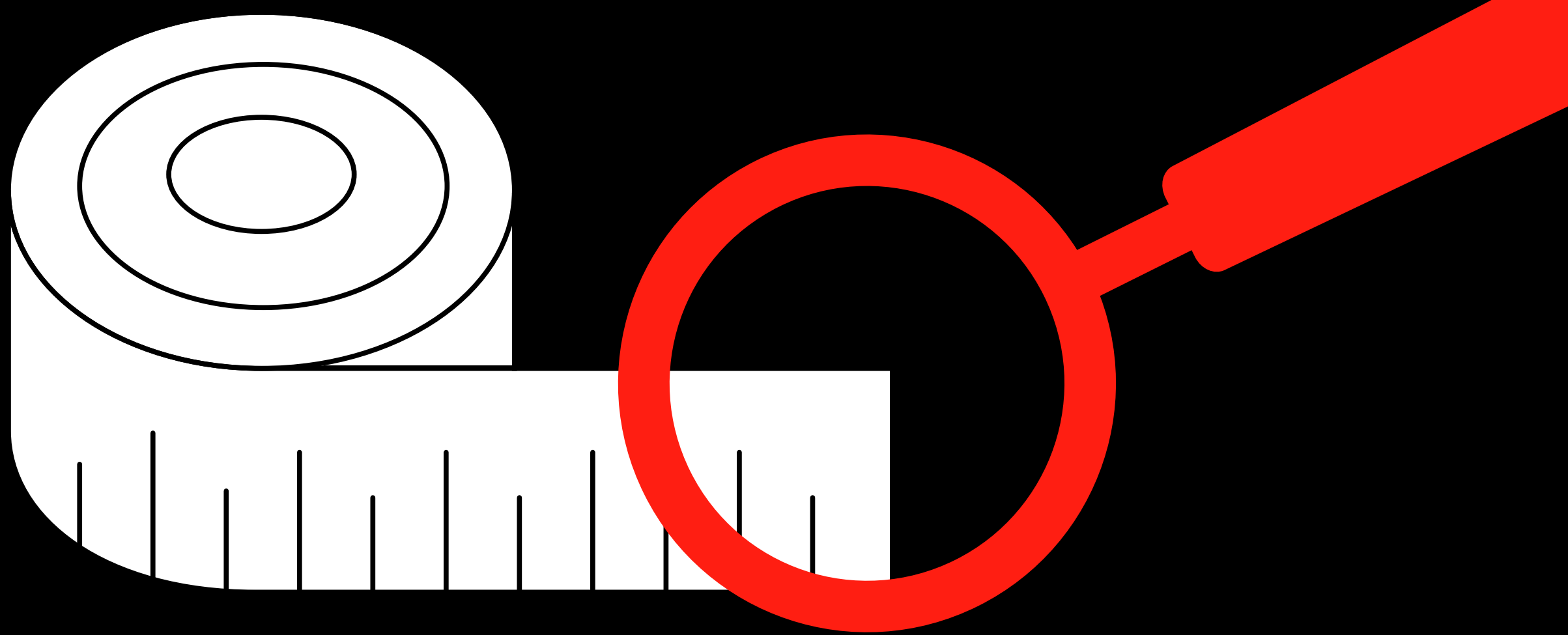
Die Verwendung von CRM als Teil des Onboarding-Prozesses macht die Schulung neuer Vertriebsmitarbeiter viel einfacher und weniger zeitaufwändig.



„Onboarding und Offboarding mit CRM ist sehr effektiv. Sie sparen Zeit und Geld, indem Sie eine Reihe von Onboarding-Prozessen automatisieren, und Sie vermeiden Verluste, weil das Wissen im System und nicht beim einzelnen Vertriebsmitarbeiter liegt.“

Jacques Zimmermann,
**General Manager bei
AlfaPeople Schweiz**





Mit kleinen
Kurskorrekturen
große Wirkung
erzielen

Legen Sie die Aufmerksamkeit auf die kleinen Korrekturen

05

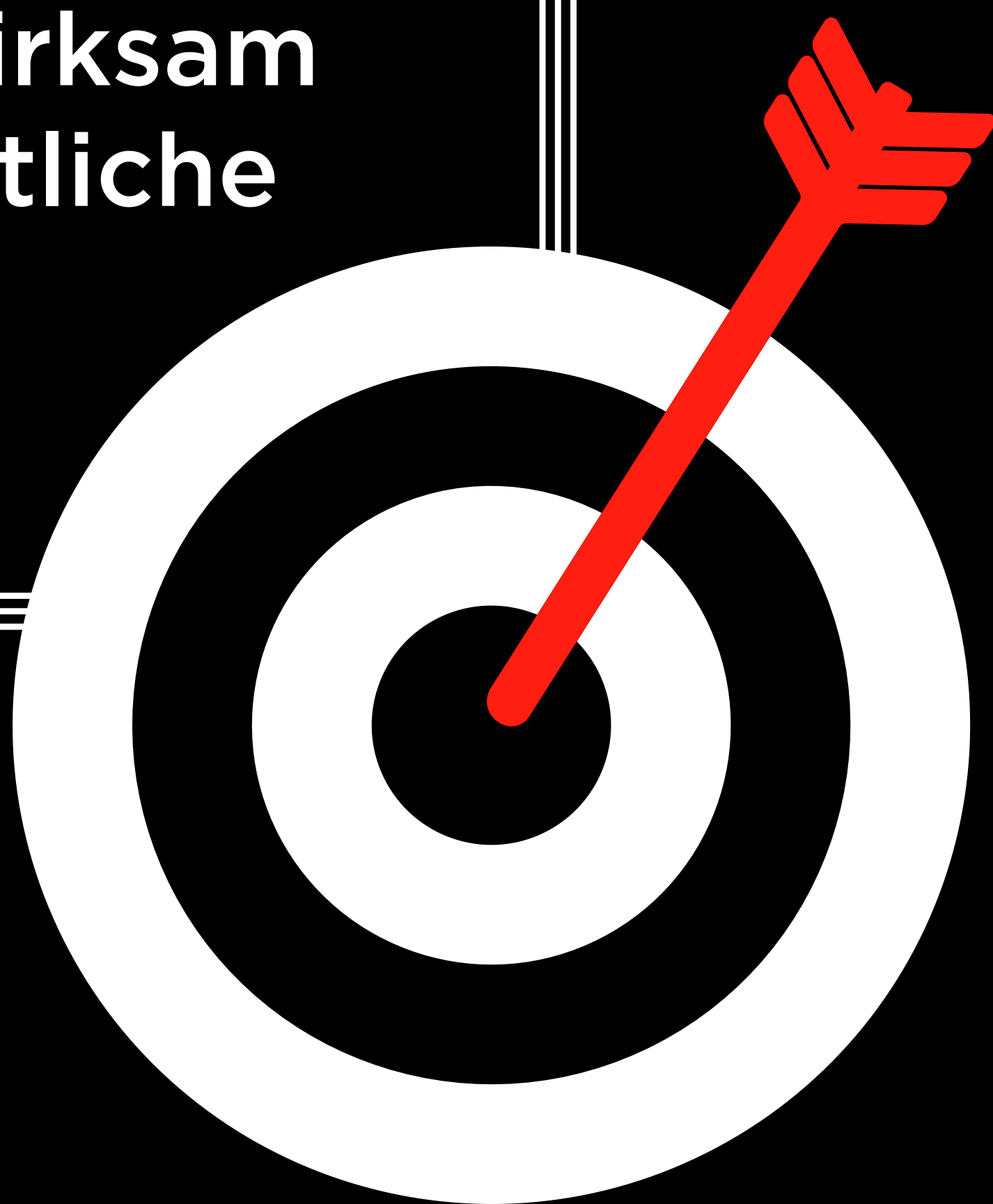
Im hektischen Vertriebsalltag wird es manchmal schwierig, den Überblick zu behalten und es kann dem Unternehmen schnell ein Geschäft verloren gehen.

Die Vorstellung, die Stellen zu identifizieren, die auf den Vertriebsprozess Einfluss haben und möglicherweise stören, mit einfachen Einstellungen zu beheben ist mit einem CRM-System realisierbar. Und das ohne großen Aufwand.

Oft sind es kleine Einstellungen, die eine große Wirkung haben und Ihre Verkaufssperformance wirklich steigern können. Überlegen Sie, wie viele Möglichkeiten es für kleine Prozessverbesserungen gibt. Und denken Sie an das Potenzial. Es ist groß.



CRM stellt Überblick und nötiges Wissen bereit, so dass die Vertriebsprozesse optimiert werden und Sie sich wirksam auf das Wesentliche konzentrieren können.



Mit der Einführung einer CRM-Lösung können Sie zum Beispiel ...

- ... administrative Prozesse automatisieren, mit denen Ihr Vertriebsteam sonst 100 Stunden und mehr pro Woche verbringen würde. Und plötzlich haben Sie 100 zusätzliche Stunden für den Verkauf.
- ... erkennen, wo ein Vertriebsmitarbeiter mit einer Opportunity erfolgreich ist. Wenn Sie das sichtbar wird, können Sie dieses Wissen an das ganze Vertriebsteams weitergeben, das dann ebenfalls noch erfolgreicher sein kann. Und wenn mehr Menschen Erfolg haben, werden auch mehr Menschen das tun wollen, was gut funktioniert.



„Es ist überraschend, wie wenig manchmal korrigiert werden muss. Beim Golf entscheiden ein paar Grad darüber, ob man im Rough oder auf dem Fairway landet. Im Vertrieb führt man Prozesse ein, von denen die Daten aus dem CRM zeigen, dass sie funktionieren.“

René Reinli,
**Business Transformation Manager
bei AlfaPeople Schweiz**





Mehr Wachstum mit den gleichen Ressourcen schaffen

06

Heben Sie die Produktivität auf ein ganz neues Niveau

Soll Ihr Unternehmen wachsen? Dann stellen Sie mehr Vertriebsmitarbeiter ein, lautet eine gängige Antwort. Aber nein, das ist nicht immer erforderlich.

Mit der Implementierung von CRM in Ihrem Unternehmen können Sie mit gesteuerten und automatisierten Vertriebsprozessen arbeiten, die die Effizienz und Produktivität auf eine ganz neue Ebene heben. Wie?



CRM verbessert die Fähigkeit des Vertriebsteams, erfolgreich zu sein, was letztendlich den Erfolg des Unternehmens steigert.



Die Daten im der CRM-System liefern Erkenntnis- nisse über die Art, wie Vertriebsmitarbeiter zu ihren Erfolgen gelangen. Auf diese Weise können Sie sich besser darauf konzentrieren, sowohl zu optimieren, was funktioniert, als auch zu verbessern, was nicht funktioniert. Der Erfolg eines Vertriebsmitarbeiters kann dann auf Ihr gesamtes Vertriebsteam übertragen werden, und Sie können mit demselben Budget viel mehr Erfolg haben. Und das trägt zum Wachstum bei.

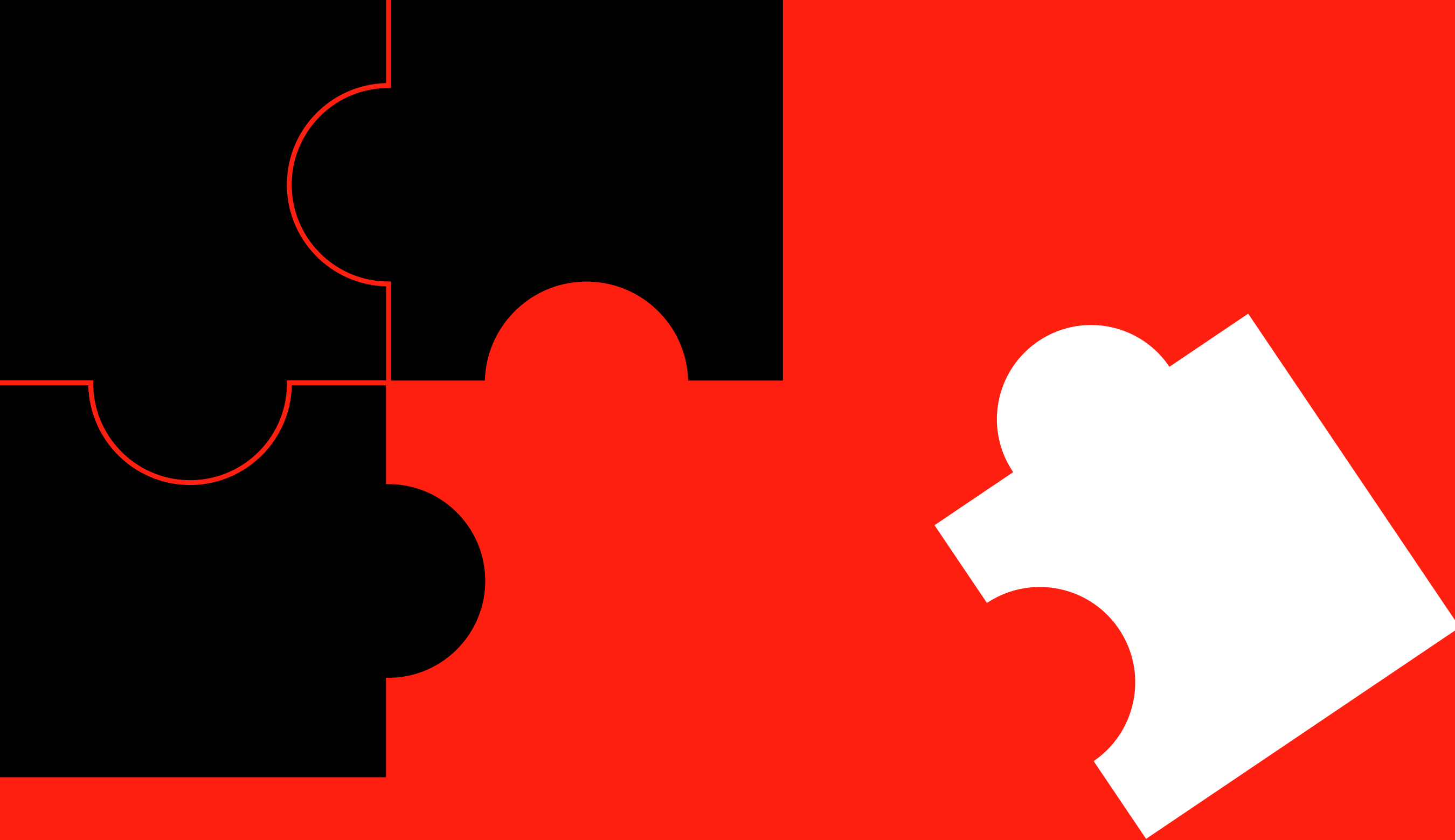
Eine CRM-Lösung wirkt sich auch direkt auf die Produktivität und Effizienz aus, da die Vertriebsmitarbeiter mehr Zeit mit den Kunden verbringen können als mit anderen Dingen. Und Vertriebsmitarbeiter, die mit den Tools, mit denen sie arbeiten, zufrieden sind, wechseln seltener den Job, was sonst selbst den am besten abgestimmten Wachstumsplan ausbremsen könnte.



„Dieselbe Mannschaft ist einfach besser in der Lage, ihre Arbeit gut und richtig zu machen. Und man braucht keine 200 Vertriebsmitarbeiter, sondern nur 100, die es richtig machen.“

Karsten Schopp,
**General Manager bei
AlfaPeople Deutschland**





Nächster Schritt: Wie investieren Sie in CRM?

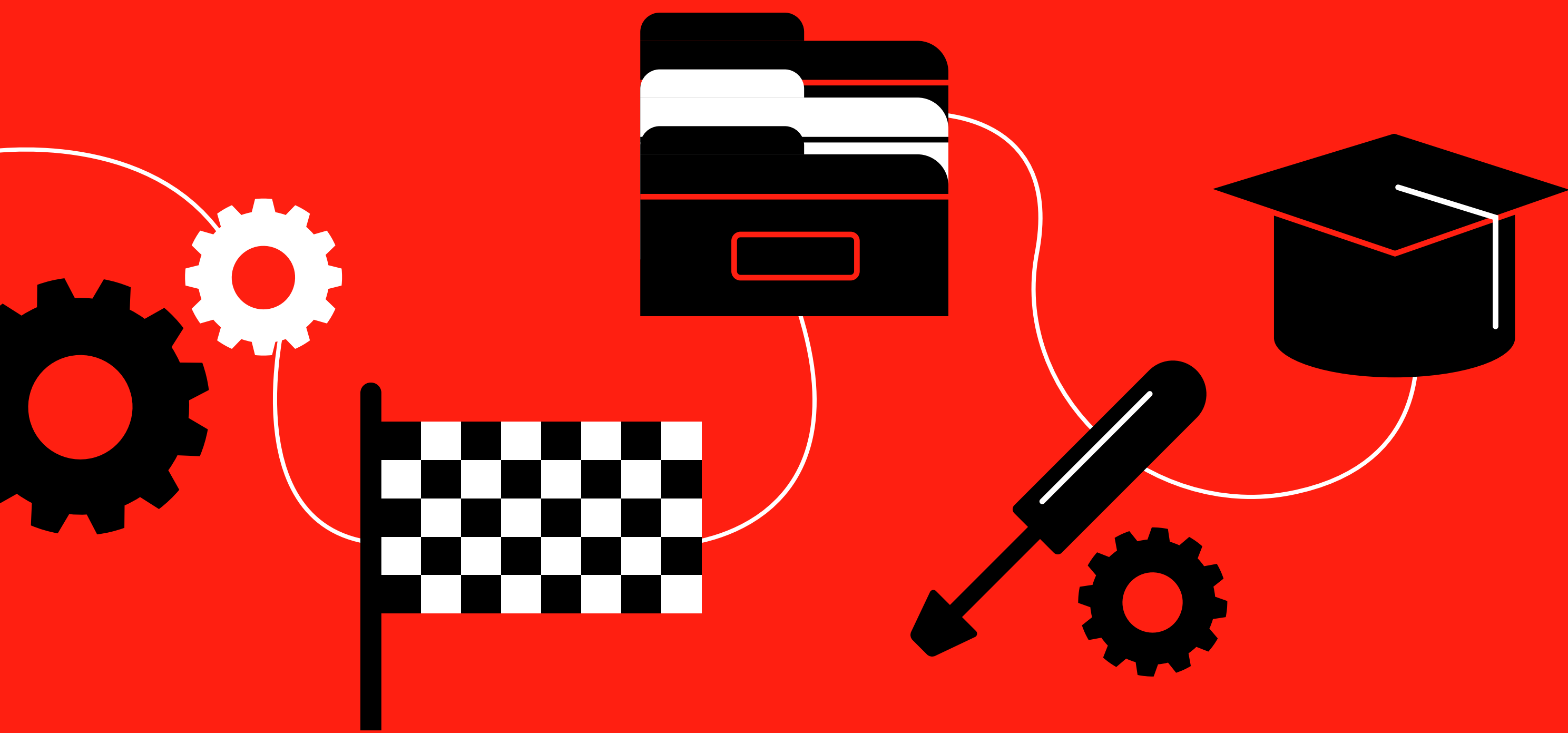
Erfolgreich in CRM investieren

Für die meisten Unternehmen ist die Anschaffung eines CRM-Systems eine große Investition. Und wenn man nicht über das Wissen und die Erfahrung verfügt, die Technologie zu implementieren und gezielt zu nutzen, kann man am Ende mit einer teuren Lösung dastehen, deren Potenzial man nicht voll ausschöpft.

Die Implementierung einer CRM-Lösung in Ihrem Unternehmen kann zu einem effizienteren Vertrieb und einem höheren Erfolg führen, aber es erfordert Know-how, damit das gelingt. Oft investieren Unternehmen in eine große Plattform, verfügen aber nicht über das interne Wissen, um den vollen Nutzen aus den neuen Möglichkeiten zu ziehen. Wie vermeiden Sie es, in diese Situation zu geraten?

Zuallererst ist es wichtig, die richtigen Informationen zu sammeln, bevor Sie sich für ein





CRM-System entscheiden. Gerade diesem Prozess ist die Idee gut, Fachwissen und Expertise an Bord zu holen. Dieses finden Sie bei einem Beratungsunternehmen wie AlfaPeople.

AlfaPeople verfügt über die Kenntnisse, die sicherzustellen, dass Ihr Unternehmen so ausgestattet wird, dass es den Nutzen einer großen Technologieinvestition wie einer CRM-Plattform voll ausschöpfen kann. AlfaPeople hat Experten, die die Technologie und deren Möglichkeiten verstehen. Sie kennen aber auch die Marktentwicklungen und können eine Roadmap erstellen, anhand der die CRM-Lösung Schritt für Schritt in Ihrem Unternehmen umgesetzt werden kann.

Insbesondere können Berater Ihnen helfen, Ihre Geschäftsprozesse in das System zu übernehmen, damit Leads aus dem Marketing zu einem Vertriebs Erfolg und letztendlich zu einem Kunden werden. Sie können dabei helfen, Überblick über Ihre Daten zu schaffen und alles sinnvoll miteinander zu verbinden. Mit anderen Worten: Die Zusammenarbeit mit einem AlfaPeople kann Ihre Chancen auf eine erfolgreiche Implementierung von CRM in Ihrem Unternehmen erhöhen.





AlfaPeople hilft Unternehmen bei der Entwicklung der Nutzung und Anpassung von Business-Technologien, der Identifizierung, dem Aufbau und der Unterstützung einzigartiger Geschäftsprozesse mit kundenspezifischen Microsoft Dynamics 365 Journeys. AlfaPeople ist seit mehr als 10 Jahren ein führendes Unternehmen im Bereich Microsoft Dynamics und hat mittlerweile Niederlassungen in 14 Ländern. Mit mehr als 550 Mitarbeitern kann AlfaPeople den Service und die Expertise bieten, die Sie benötigen, wenn Sie in eine breite Palette von Microsoft Business-Lösungen investieren – von Dynamics Finance & Operations (AX) und Dynamics CRM bis hin zu Social Engagement und Power Platform.





[Mehr erfahren](#)