

Faxantwort**Fax: +49 241 47705-199**

- Ja, ich bin an dem Beratungsprojekt CRM-Systeme interessiert.

Zudem bitte ich um weitere Informationen zu den folgenden Beratungsangeboten:

- Potenzialanalyse des Kundenmanagements
- Kundennetzwerkmanagement
- Check der Kundenorientierung
- Aufbau einer professionellen Kunden-Community

Das FIR an der RWTH Aachen

befasst sich mit zentralen Fragen des Managements und der Organisation moderner Unternehmen. Dabei kann das Institut auf mehr als 50 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Steigerung von Wachstum und Beschäftigung zurückblicken. In Forschungs- und Beratungsprojekten werden kontinuierlich innovative Konzepte und IT-Lösungen entwickelt, mit denen Unternehmen die aktuellen Herausforderungen ihrer betrieblichen Praxis lösen.

Unsere Kompetenz im Kundenmanagement

Wir lösen Herausforderungen unserer Kunden in Aufbau und Optimierung ihres Customer Relationship Management. Unsere Kompetenzen im CRM bündeln wir, um kundenindividuell auch schwierige Probleme erfolgreich anzugehen. Die Basis für unsere Arbeit bieten vielfach erprobte Methoden und Standards. Der Kunde mit seinen besonderen Belangen steht dabei stets im Vordergrund. Gemeinsam mit dem Kunden werden die Ergebnisse erarbeitet und die Umsetzung unterstützt. Dadurch wird wertvolles Wissen aller beteiligten Mitarbeiter aufgenommen und nachhaltige Erfolge gesichert.

Ihr Ansprechpartner

Dr.-Ing. Gerhard Gudergan
Pontdriesch 14/16, D-52062 Aachen

Telefon: +49 241 47705-202

E-Mail: Gerhard.Gudergan@fir.rwth-aachen.de

Internet: www.fir.rwth-aachen.de

**CRM-Systeme**

Auswahl und Bewertung von Customer Relationship Management-Systemen

Name, Vorname

Unternehmen/Institution

Telefon

Telefax

E-Mail

Straße/Postfach

PLZ, Ort

- # 1
- ## Organisationsanalyse
- 1.1 Aufnahme der Ist-Organisation/ Ist-Prozesse
 - 1.2 Ermittlung der Schwachstellen
 - 1.3 Aufnahme des Leistungsportfolios

- # 2
- ## Vorauswahl
- 2.1 Analyse des Marktangebotes
 - 2.2 Ermittlung und Gewichtung der Anforderungen
 - 2.3 Evaluierung der Anforderungserfüllung

- # 3
- ## Endauswahl
- 3.1 Erstellung von Testfahrplänen
 - 3.2 Durchführung von Systemtests
 - 3.3 Abschließende Bewertung der CRM-Systeme

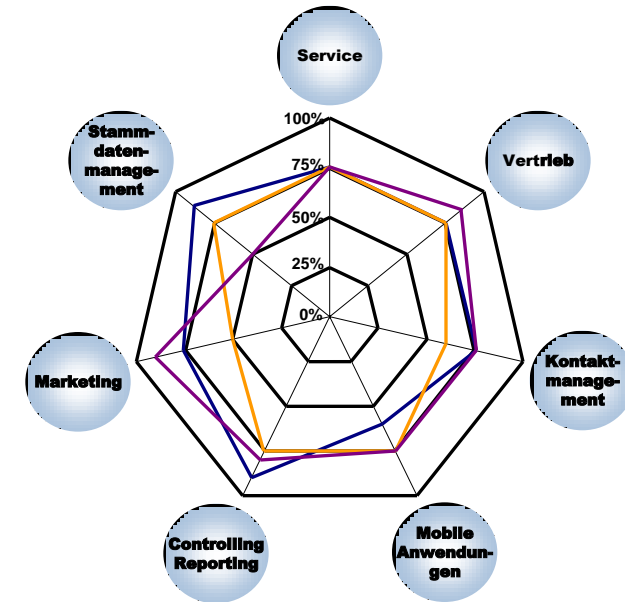


Zielsetzung

Der Erfolg Ihres Unternehmens wird entscheidend durch die Effizienz und Zusammenarbeit von Marketing, Vertrieb und insbesondere auch dem Service geprägt. Aufgrund zunehmender dynamischer Marktänderungen ist es notwendig, diese systematisch mit IT-Systemen zu unterstützen und zu verbinden. Das am FIR entwickelte Aachener **3PhasenKonzept** bietet dazu eine vielfach bewährte Methodik zur Auswahl von CRM-Systemen. Dabei wird die Neutralität, die insbesondere bei Marktuntersuchungen und der Systemauswahl entscheidend ist, durch die Unabhängigkeit, die nur ein Forschungsinstitut leisten kann, sichergestellt.



Mittels des **3PhasenKonzeptes** wird die Organisationsform Ihrer Marketing-, Service- und Vertriebsabteilung und die Struktur der in ihr ablaufenden Prozesse ermittelt, um daraus ein Anforderungsprofil für das CRM-System abzuleiten. In der anschließenden Vorauswahl wird das Marktangebot anhand dieses Anforderungsprofils analysiert und eine kleine Gruppe von Anwendungssystemen identifiziert. Die Systemanbieter werden in der Folge zu einer individuell ausgelegten Vorstellung ihrer Systeme in Form einer Live-Präsentation eingeladen.



Erfüllungsgrad der Anwendersysteme

Ergebnisse für ihr Unternehmen

- Auf Basis eines äußerst umfangreichen, in Zusammenarbeit mit Experten entwickelten Kriterienkatalogs, der an die Situation und Anforderungen Ihres Unternehmens angepasst werden kann, erfolgt eine neutrale Auswahl des für Ihre Anforderungen optimalen Systems.
- Die Auswahl berücksichtigt alle Besonderheiten Ihres Marketings, Vertriebs und Services.
- Durch die Vorauswahl und die spätere Referenzanbieterpräsentation wird eine möglichst zeit- und ressourcenschonende Vorgehensweise garantiert.