

Pflichtenheft für CRM Workshops

Dieses Pflichtenheft dient zur Einführung einer CRM Lösung

Kunde

Hersteller

Inhalt

CRM Einführung	4
Systemvoraussetzungen	4
Mindestvoraussetzungen des Client	4
Key User mit administrativen Aufgaben	4
Außendienst	5
Außendienstmitarbeiter	5
Kundensicht	5
Zugang	6
Neukundenakquisition	7
Qualifizierung von Leads	7
Besuchsberichte	8
Terminsynchronisation	10
Vertriebsdokumente	10
Firmen	11
Datenfelder:	11
Branchen	11
Sicherheitsdatenblätter	12
A-B-C Analyse von Kundendaten	12
Kontakte	13
Datenfelder:	13
Verkaufschancen	13
Automatische Wiedervorlagen aus Verkaufschancen	13
Anpassung Berichtswesen aus Verkaufschancen	14
Artikel	14
Datenfelder:	14
Aufträge und Bestätigungen	15
Serien Mails / E-Mail Vorlagen	15
Workflows	16

Automatische Telefonaktivität	16
Beobachtung und Analyse der Kundenaktivitäten	16
Einrichtung und Benutzerbereitstellung	16
Anpassungsarbeiten	16
Schulung	17

CRM Einführung

Die Firma xyz vertreibt Produkt an Unternehmen (B2B).

Primäres Ziel ist es, doppelte Datenhaltung zu vermeiden und die Administration in der Zentrale zu entlasten. Die Vertriebsmitarbeiter sollen über die zentrale Datenhaltung alle benötigten Informationen einsehen können. Über Besuchsberichte kann der Vertrieb unterstützend gesteuert werden.

Hierzu wird die Unternehmenssoftware Microsoft Dynamics CRM verwendet. Diese Unternehmensanwendung, mit der Firmen in beliebiger Größe die Interaktion mit Kunden verfolgen und handhaben sowie darüber berichten können. Die Software kann die Firma xyz bei der Automatisierung und Rationalisierung von verschiedenen betrieblichen Tätigkeiten unterstützen.

Microsoft Dynamics CRM ist eine webgestützte Anwendung, die auf der Technologieplattform .NET Framework von Microsoft aufbaut.

Systemvoraussetzungen

Mindestvoraussetzungen des Client

- Microsoft Windows 7
- Microsoft Internetexplorer 7 oder eine neuere Version
- Microsoft Office 2010

Key User mit administrativen Aufgaben

Benutzername	E-Mail Adresse
a	
b	
c	

Alle Key – User erhalten administrative Rechte. D.h. alle oben genannten Benutzer können Änderungen am CRM System vornehmen.

Außendienst

Der Vertrieb erfolgt im klassischen Außendienst. Das Unternehmen beschäftigt fünf Außendienstmitarbeiter. Alle Vertriebsmitarbeiter erhalten Zugriff auf das CRM System. Für den Abruf der Daten bedarf es einer Onlineverbindung. Die Daten können Offline bereitgestellt werden, hierzu ist Microsoft Outlook ab der Microsoft Version Office 2010 erforderlich.

Außendienstmitarbeiter

Jeder Außendienstmitarbeiter ist für ein bestimmtes Gebiet zuständig. Diese Vertriebsgebiete werden im Microsoft Dynamics CRM eingestellt. Die Gebiete sind wie folgt benannt:

Die Vertreter sind in ERP bereits angelegt und den Kunden zugeordnet.

Leitregionen	Vertreternr.	Vertretername
Bene	69	
7x,8x,9x,AT,CH	102	
4x(-49),58,59	48	
54,55,56,53,66,67	54	
0x,1x,2x(-26),3x	39	
49,26	49	

Kundensicht

Jeder Vertriebsmitarbeiter darf nur seine eigenen Kunden sehen. Er darf jedoch die Anzahl von Kunden anderer Vertriebsmitarbeiter, sowie Anzahl der Neukunden und die Art des Termins, wie z.B. Demo. Hierzu muss im Dashboard ein Bericht eingestellt werden.

Zugang

Die Außendienstbenutzer werden unter folgenden Zugangsdaten angelegt

Vertretername	E-Mail Adresse

Neukundenakquisition

Das Jahresziel pro Vertreter sind 25 Neukunden im Jahr. Die Neukundenakquise erfolgt in erster Linie durch Besuche im Industriegebiet oder durch Weiterempfehlungen. Auf Call Center Aktivitäten wird weitgehend verzichtet.

Neue Adressen, d.h. „unqualifizierte Adressen“ werden über den Lead – Bereich gesteuert und zu einem späteren Zeitpunkt in die Firmendatenbank per Qualifizierung übertragen.

Qualifizierung von Leads

Bei der Qualifizierung eines Leads sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- ⇒ Was macht der Betrieb?
- ⇒ Wie groß ist der Betrieb?
- ⇒ Was wird produziert?
- ⇒ Wie sieht der Produktionsprozess aus?

Die Qualifizierung wird im Bereich Lead und Firmen als separate Datenfelder hinzugefügt.

Der Außendienstmitarbeiter wird in die Pflicht genommen, den primären Grund seines Besuches bei Alt- oder Neukunden anzugeben.

Dies können u.a. sein:

- Servicebesuch / Kontaktpflege bei Altkunden
- Introdution eines Produktes mit Angabe von Produktname und Problemlösung
- Erstbesuch bei einem Neukunden
- Andere Gründe wie (frei definierbares Feld)

Besuchsberichte

Der Besuch eines Kunden erfolgt in der Regel in einem Abstand von acht Wochen. In Ausnahmefällen auch in 12 oder 16 Wochen - Abständen. Hierzu legt sich der Vertriebsmitarbeiter ein eigenständiges Wiedervorlagesystem an, in dem er die Kunden anruft um einen neuen Termin zu vereinbaren. Die benutzen Wiedervorlagesysteme können unterschiedlich sein. Es gibt hierzu keine feste Regel. Die Besuchsberichte werden in der Zukunft durch das CRM – System erstellt. Die Geschäftsleitung hat Einsicht in sämtliche Termine des Außendienstes. Hierzu werden definierte Filter bereitgestellt.

Besuchsberichte wurden in der Vergangenheit auf sogenannte Tagesberichte per Computer erfasst, die vom Verkäufer im jeweiligen Gebiet ausgefüllt werden. Diese Tagesberichte werden an Herrn weitergeleitet und ausgewertet.

Die Original - Tagesberichte wurden Herrn Lickschat ausgehändigt.

Grundlegende Elemente des Tagesberichtes sind:

Verkäufer:
Gebiet:
Datum:

Aufsummierte Elemente des Tagesberichtes sind:

Demos:
Aufträge:
Neue Kunden:
Aufträge mehr als 1. Produkt:
Umsatz neue Kunden:
Umsatz alte Kunden:
Gesamt Verkauf:

Tagesaktuelle Elemente beinhalten:

Qualifizierte Kundeninformationen:
N/A
KB / Kaltbesuch
Produkte
Gespräch oder Demo
Verkaufte Einheiten
Umsatz pro Produkt in Euro
Anmerkungen
Anfang des Tages in Uhrzeit und Kilometern:
Ende des Tages in Uhrzeit und Kilometern:

Mitgeführte Daten

Monatsziel mit Aufträgen und Umsatz:
Was ist mein Ziel von diesem Neuprodukt.
- Sicherheitsdatenblatt
- 5-6 Qualifiziert

Ziel:

4 qualifizierte pro Tag / 20 pro Woche
Chance 25 % Auftragsquote

Die Elemente des Besuchsberichtes werden in den CRM Entität Termin integriert. Hierzu werden neue Felder angelegt. Eine Auswertungsmöglichkeit über Microsoft Excel / Pivot Tabelle wird bereitgestellt. Für die Nutzung der Auswertungsmöglichkeiten muss Microsoft Excel ab Version 2010 bereitstehen.

Terminsynchronisation

Termine werden derzeit im Google Kalender geführt. Dokumente teilweise in Google Docs ausgelagert und geteilt.

Hier fällt unsere Empfehlung auf die Anschaffung eines Microsoft Exchange Servers. Zusammen mit dem Modul Exchange Connector und Microsoft Dynamics CRM stehen die Termine dann im Terminkalender. Die Anschaffungskosten werden in einem separaten Angebot mitgeteilt.

Eventuell genügt hier auch die Standardfunktionalität. Alternativ gibt es auch hier ein zusätzlich kostenpflichtiges Gruppenkalender Addon, welches derzeit ungefähr bei 70 US \$ pro User liegt.

Termine alle User können auch über die Listenansicht in den Aktivitäten nachvollzogen werden. Dies ist im Standard bereits enthalten.

Vertriebsdokumente

Alle verwendeten Vertriebsdokumente können im CRM System Zentral bereitgestellt werden. Einzeldokumente zum Kunden werden im Firmenbereich hinzugefügt.

Firmen

Im Firmendatenbereich werden Kundendaten und qualifizierte Interessenten gesammelt. Das führende System ist hierbei das Warenwirtschaftssystem PASSTpro der Firma M•SOFT.

Die Daten werden in das Warenwirtschaftssystem eingetragen und nach Microsoft Dynamics CRM 2011 synchronisiert.

Datenfelder:

Firmenname:
Name2:
Name3:
Strasse:
Postleitzahl:
Ort:
Telefon:
Telefax:
E-Mail:
Website:
Vertreter:

Branchen

Den Firmendatenfeldern werden Branchen zugeordnet.

Im Einführungsschritt sind dies:

Chemie
Automotive
Papier und Druck
Lebensmittel
Kunststoff
Metallverarbeitung
Öffentliche Einrichtung
Kommunen
Klebstoff
Farbe - Industrie

Sicherheitsdatenblätter

Die Sicherheitsdatenblätter werden durch das CRM System als Anhang versendet. Die E-Mail samt dem Anhang werden zum Kunden gespeichert. So dient dies immer als Nachweis, dass der Kunde die Datensicherheitsblätter auch erhalten hat.

A-B-C Analyse von Kundendaten

Bereitstellung eines Dropdownfeldes in dem zum Kundendatensatz die Auswahl „A“, „B“, „C“, „D“ oder „E“ getroffen werden kann.

Automatische Klassifizierung anhand von bis zu fünf Kriterien, die für „A“, „B“, „C“, „D“ oder „E“ sprechen.

Definition:

Kategorie	Jahresumsatz vom Vorjahr
A	➤ 20.000 €
B	➤ 10.000 €
C	➤ 5.000 €
D	➤ 1.000 €
E	➤ 0 €

Die Kategorien werden über einen Workflow automatisch vergeben. Die Jahresumsatzzahl des Kunden wird von PASSTpro ermittelt und muss zum Kunden im CRM synchronisiert werden.

Hierzu wird ein Datenfeld erstellt.

Kontakte

Ein neuer Kontakt einer bestehenden oder neuen Firma wird im CRM über den Firmendatensatz angelegt. Hierbei findet die Zuordnung zum Kunden automatisch statt. Bestehende Ansprechpartner im ERP werden synchronisiert. Individuelle Kontakte können vom Verkäufer erstellt werden und müssen nicht synchronisiert werden.

Datenfelder:

Anrede
Vorname
Name
Telefon
Mail
Funktion / Position

Verkaufschancen

Im CRM besteht die Möglichkeit, Vertriebschancen intensiv zu nutzen und auszuwerten. Die Voraussetzung ist die konsequente Datenpflege dieses Datentyps.

Mögliche Klassifizierungen:

Weiterentwicklung in %	Einschätzung
25 %	Besuch
50 %	Gespräch
75 %	Live Demonstration
100 %	Verkaufsabschluss, unterzeichnen der Verträge

Automatische Wiedervorlagen aus Verkaufschancen

Aus Verkaufschancen können automatische Wiedervorlagen generiert werden. Beispiel: Bei einer offenen Verkaufschance erhält der Außendienstmitarbeiter eine Aufgabe als Wiedervorlage.

Vorteil: Es werden keine Verkaufszyklen verpasst. Der Verkäufer braucht sich nur an den Aktivitäten und deren Wiedervorlage orientieren

Anpassung Berichtswesen aus Verkaufschancen

In den Verkaufschancen gibt es bereits Berichte zur Auswertung diverser Verkaufszyklen. Diese Standardberichte sollten auf die Belange von Firma xyz angepasst werden.

Vorteile: Berichte können direkt von der Geschäftsleitung oder den Verkäufern eingesehen werden, ohne in den einzelnen Kunden zu wechseln. Die Geschäftsleitung kann eine globale Ansicht auf das ganze Unternehmen einsehen und so einen Verkaufsforgast tagesaktuell erstellen und ggf. energielosen Phasen von Vertriebsmitarbeitern „rechtzeitig“ entgegenwirken.

Artikel

Die vorhandenen Artikel (ca. 45 Stück) werden vom ERP nach Microsoft Dynamics CRM in den Bereich der Produkte synchronisiert.

Datenfelder:

Artikelname	
Artikelnummer	
Bezeichnung	

Aufgrund der unterschiedlichen Preisstruktur wird bei Übergabe kein Preis übermittelt. Dieser wird erst bei Vorgangsübergabe gezogen.

Aufträge und Bestätigungen

Die Aufträge und Bestätigungen werden vom EPR nach Microsoft Dynamics CRM synchronisiert.

Voraussetzung ist hier die Belegarteneinstellung „Bestätigung“!

Vorgangsnummer
Betreff
Gesamtbetrag
⇒ VERKNÜPFUNG zu den PRODUKTEN (Artikel)

Der Vertriebsmitarbeiter hat die Möglichkeit über die Ansicht Firma / Aufträge alle übergebenen Aufträge zu sehen. Über den Auftrag selbst sieht er alle verkauften Produkte. Also auch das zuletzt verkaufte Produkt.

Serien Mails / E-Mail Vorlagen

Zur Unterstützung des einheitlichen E-Mail Verkehrs werden verschiedene E-Mail Vorlagen für die gesamte Organisation bereitgestellt. Diese sind im Vorfeld zu definieren.

Vorteil: Enorme Zeitersparnis, da die E-Mail direkt aus dem CRM System gesendet werden kann.

Von jedem Besuch bekommt der Kunde eine E-Mail Zusammenfassung des Außendienstmitarbeiters zugesendet. Hierzu wird eine Grundvorlage erstellt. Wichtig ist, dass er Außendienstmitarbeiter die E-Mail Adresse des Hauptkontaktes der Firma erhält und diese in das CRM System unter Kontakte einträgt.

Workflows

Automatische Telefonaktivität

Sollte beim Kunden drei Monate keine Terminaktivität stattgefunden haben, erhält der zuständige Außendienstmitarbeiter eine offene Telefonaktivität in seinem Aktivitätenboard.

Beobachtung und Analyse der Kundenaktivitäten

Die Kundenhistorie wird im Eingangsformular der Firmen direkt angezeigt. So erreicht man eine schnellere Übersicht zum Kunden.

In der Selektion „Ansichten“ wird eine neue Abfrage erstellt, in der alle Kunden ohne Aktivität in den letzten sechs Monaten angezeigt werden. Zusätzlich wird dies durch einen Reportingbericht unterstützt.

Einrichtung und Benutzerbereitstellung

Die Einrichtung und Buchung der CRM Lizenzen erfolgt durch die DLICK. Hierzu wird das Onlinesystem vom Microsoft CRM Online genutzt. Die Abrechnung der Lizenzen erfolgt direkt zwischen der Firma EcoNova und Microsoft.

Anpassungsarbeiten

Die Anpassungsarbeiten finden direkt auf Ihrem Server statt. Wir benötigen einen administrativen VPN Zugang mit allen Rechten. Auf dem Server wird eine Version der Programmierumgebung Microsoft Visuell Studio installiert. Es wird eine neue Datenbank erzeugt und ein Dienst programmiert.

Schulung

Einführung in Microsoft Dynamics CRM

Erste Schritte in Microsoft Dynamics CRM

Mit Firmen und Kontakten arbeiten

Mit Aktivitäten und Notizen arbeiten

Microsoft CRM für Outlook

Vertrieb und Marketing

Mit Leads und Verkaufschancen arbeiten

Kampagnen / Marketinglisten und Schnellkamapgnen

Berichte und Analyse

Fallbeispiele

Anpassungen selbst erstellen

Kunde

Ort, den

Lieferant

Ort, den