



**Fachhochschule Osnabrück**  
University of Applied Sciences

# **Kundenbeziehungs- management im Mittelstand**

**Mit Vernetzung zum Erfolg**

**Prof. Dr.-Ing. Andreas Schmidt**

Lehrgebiet Wirtschaftsinformatik

**Dipl. Wirt.-Inf. André Unger**

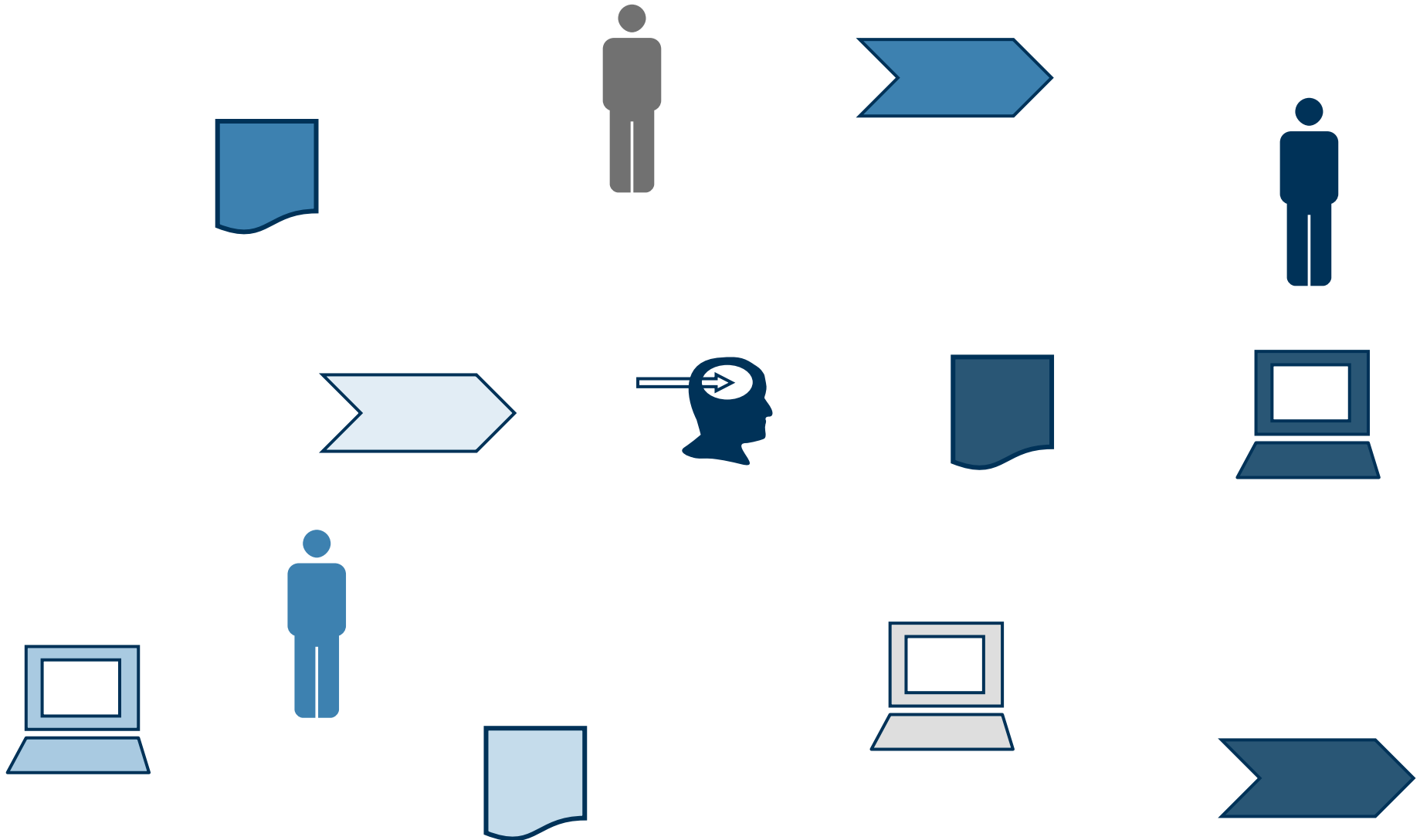
Unger, Welsow & Company GmbH

# **Qualität und Controlling**

**Mehr Erfolg im Mittelstand**

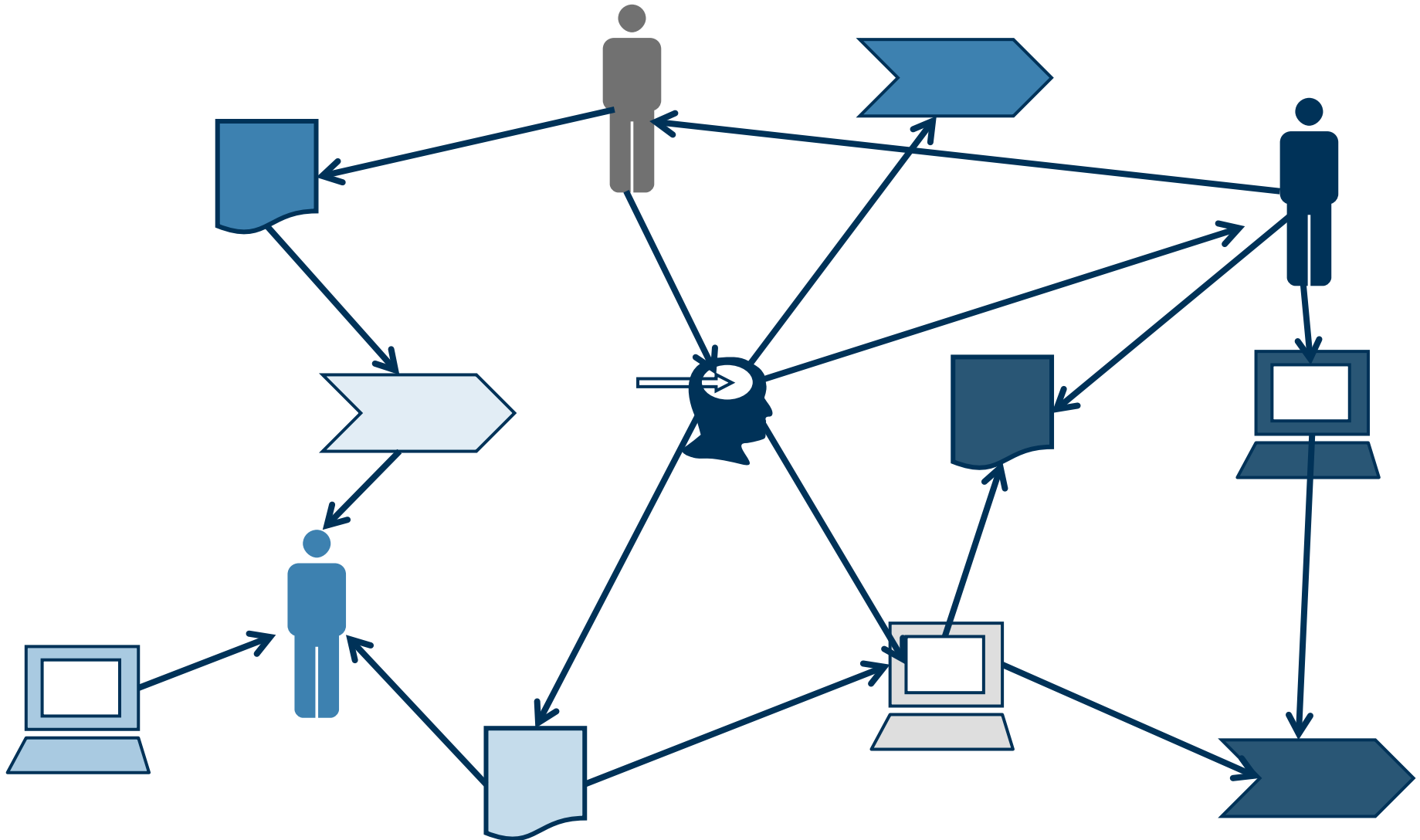
**7. Juli 2010**

**Messehallen Dortmund**



# Das Ganze ist mehr ...

... als die Summe seiner Teile (Aristoteles, 384 – 322 v. Chr.)



# Das Ganze ist mehr ...

... als die Summe seiner Teile (Aristoteles, 384 – 322 v. Chr.)





## **Prof. Dr.-Ing. Andreas Schmidt**

Fakultät für Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften  
Fachgruppe Quantitative Methoden  
Lehrgebiet Wirtschaftsinformatik

Gebäude CF  
Raum CF 0217a  
Caprivistr. 30a

49076 Osnabrück

 +49 541-969-3820

 A.Schmidt@fh-osnabrueck.de

<http://www.wiso.fh-osnabrueck.de/schmidta.html>

## ■ **Forschung und Beratung**

- ▶ Business-IT-Strategy Alignment und Governance
- ▶ Business- und IT-Organisations-/ Prozessmanagement und Optimierung
- ▶ Wissensmanagement
- ▶ Customer Relationship Management
- ▶ Enterprise Content und Collaboration Management
- ▶ Neue Technologien: Web 2.0 / 3.0, Social Networks, Wiki, Semantic Web



## **Dipl. Wirt.-Inf. André Unger**

Unger, Welsow & Company GmbH  
Stadtlanfert 7  
33106 Paderborn

 +49 5251-540780

 aunger@uw-c.de

<http://www.uw-c.de>

## ■ ... zu mir!

### 36 Jahre alt, verheiratet und einen Sohn

- ▶ Berater im Prozessmanagement- und IT-Umfeld seit 1996
- ▶ Gründung einer universitätsnahen Unternehmensberatung (1997)
- ▶ Geschäftsführer einer universitären Unternehmensberatung (2000 – 2003)
- ▶ Geschäftsführender Gesellschafter der Unger, Welsow & Company GmbH (seit 2003)
- ▶ Mein Steckenpferd:  
Prozess- und IT-Management

## ■ Netzwerk elektronischer Geschäftsverkehr

- ▶ über 100 Partner bundesweit
- ▶ intensiver Kontakt mit zahlreichen Unternehmen

## ▶ Kompetenzzentren in Deutschland



- Herausforderung Kunde
- CRM Strategieentwicklung
- CRM Prozessmanagement
- CRM IT-Management
- Vorgehenssystematik zur Einführung

# NICHT-Wissen über den Kunden

Wissen über den Kunden

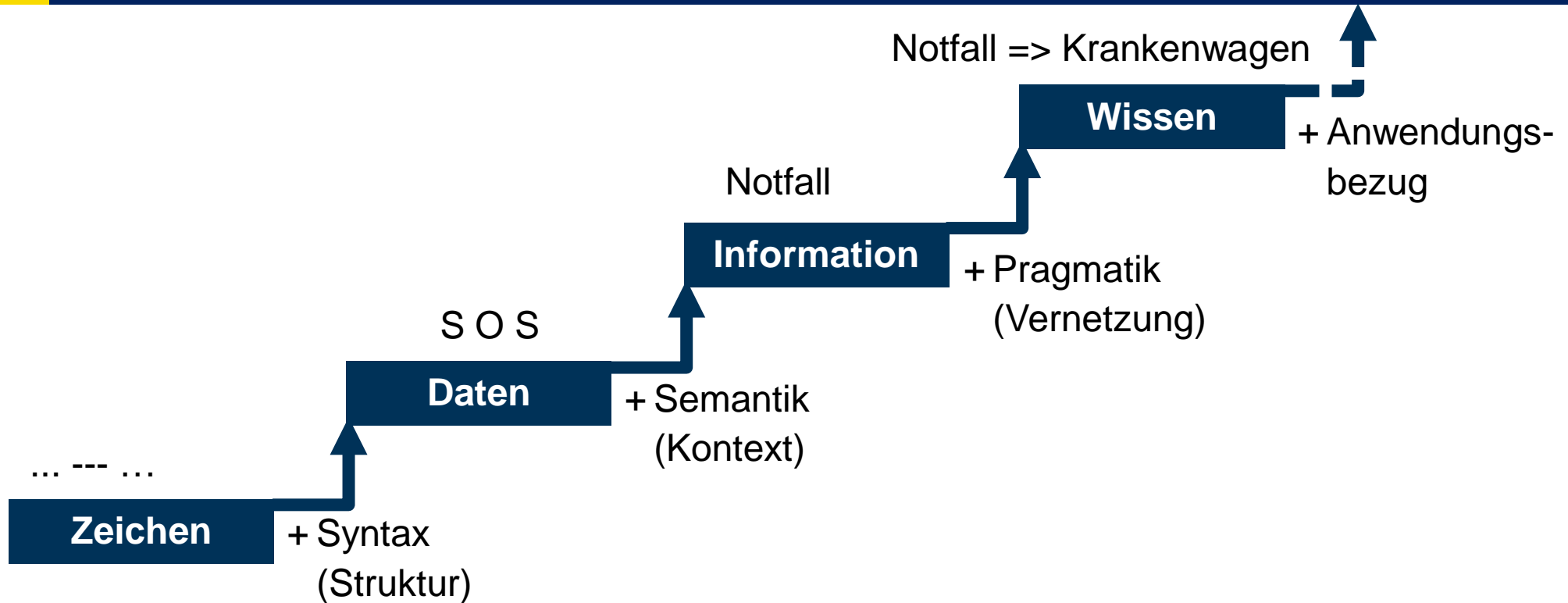


# Herausforderung: Wissens-Vernetzung und Kunde

Die Wissenstreppe: Vom Zeichen zum Wissen



Fachhochschule Osnabrück  
University of Applied Sciences



1, 2, 3,  
10, 5, 4,  
2.000, 100, 3.500

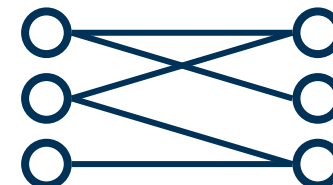
Umsatzdaten

Nr.	Stk	€
1	10	2.000
2	5	100
3	4	3.500

Welche Kundengruppe kauft welches Produkt?



Warum kauft eine Kundengruppe ein Produkt?

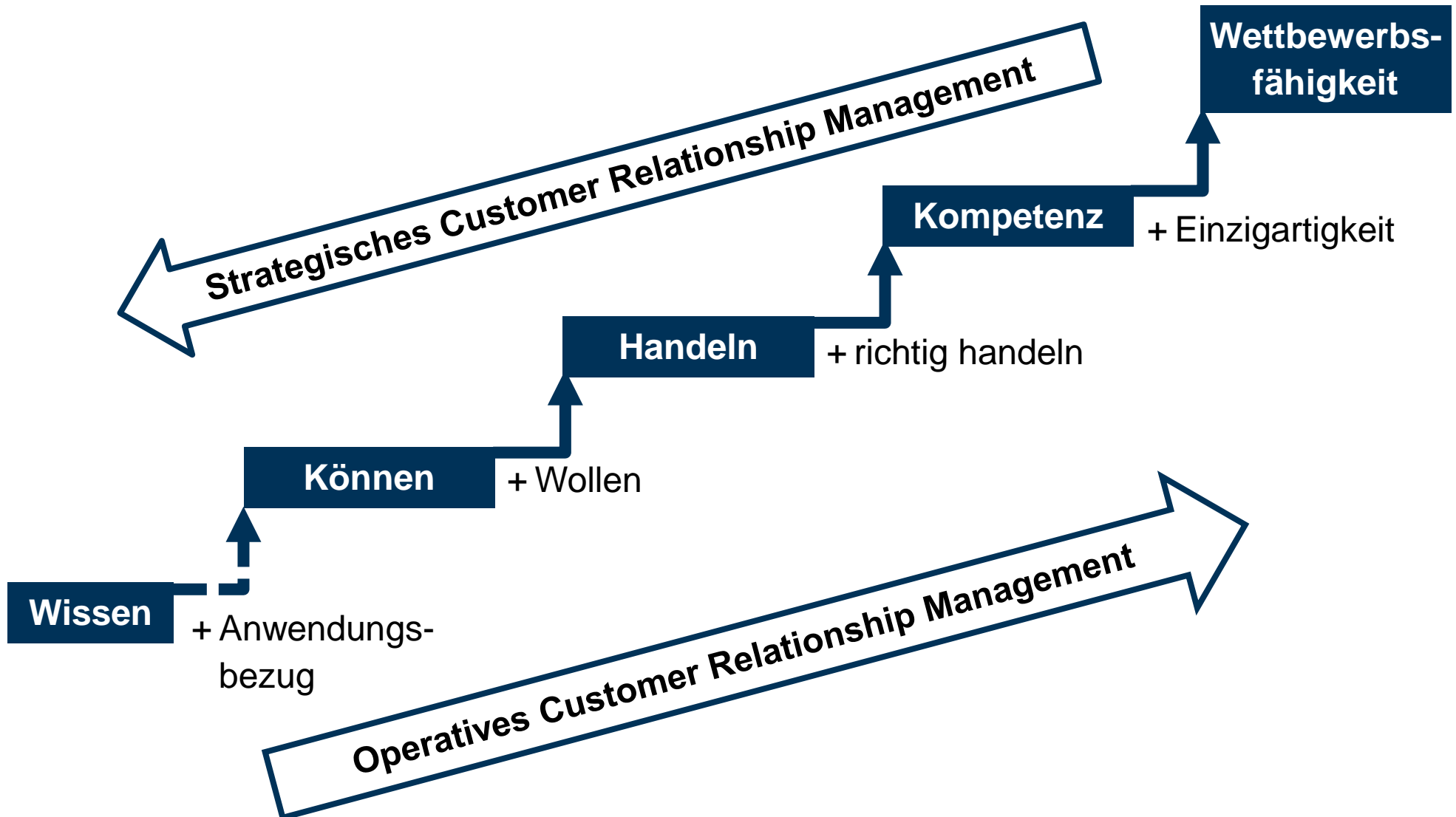


# Herausforderung: Wissens-Vernetzung und Kunde

Die Wissenstreppe: Vom Können zur Wettbewerbsfähigkeit

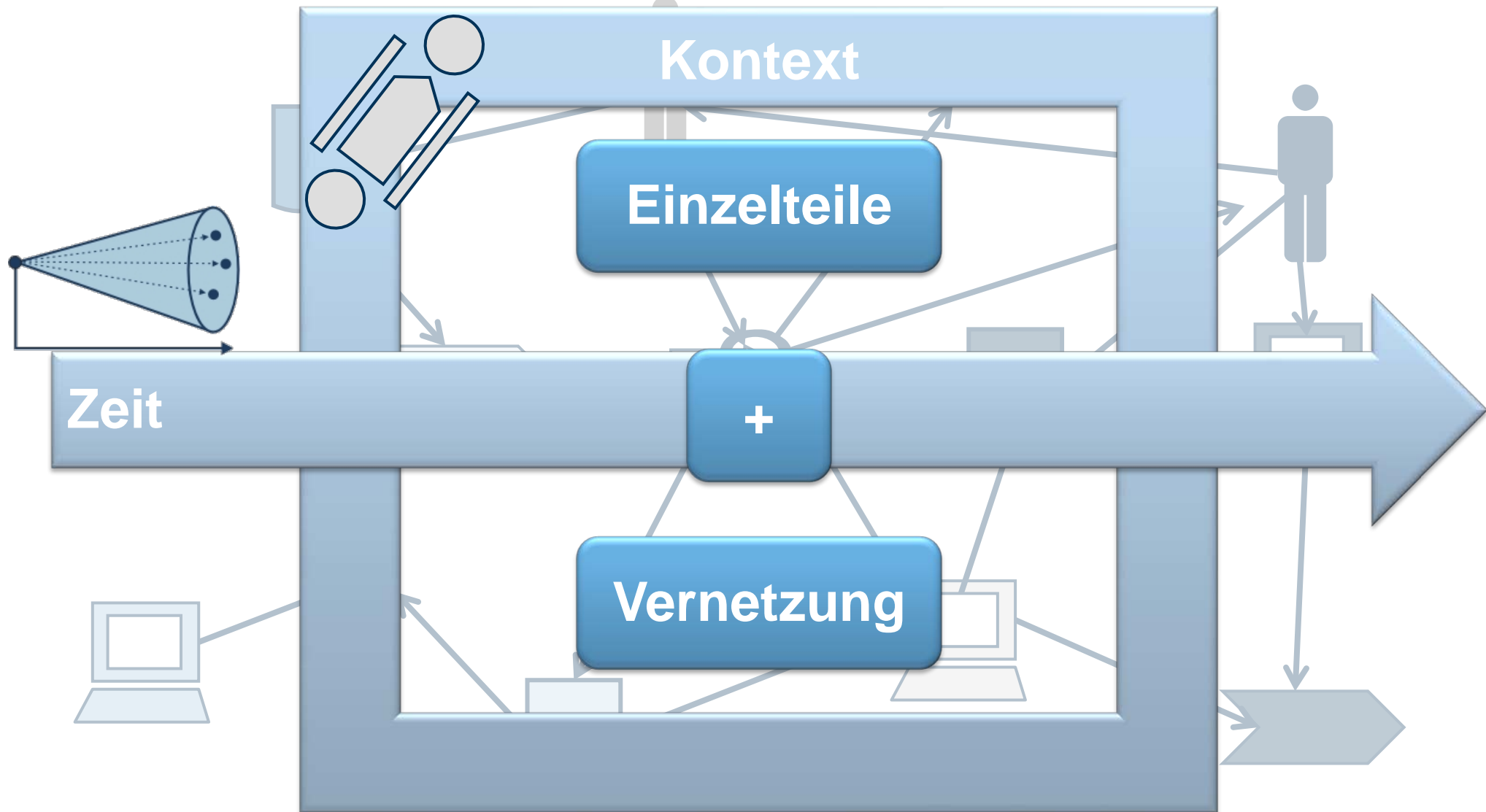


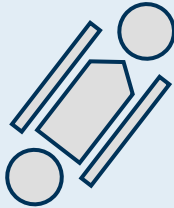
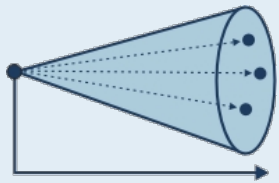
Fachhochschule Osnabrück  
University of Applied Sciences



# Das Ganze ist mehr ...

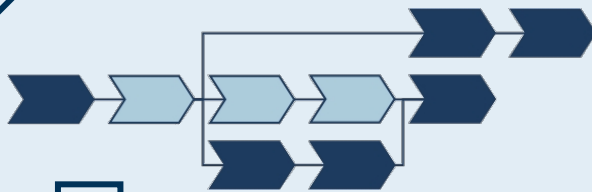
... als die Summe seiner Teile (Aristoteles, 384 – 322 v. Chr.)





### CRM-Strategieentwicklung

Kundenorientierte Unternehmensstrategie



### CRM-Prozessmanagement

Ausrichtung sämtlicher Geschäftsprozesse und Verantwortlichkeiten auf den Kunden hin



### CRM IT-Management

Einsatz integrierter Informationssysteme → CRM-Systeme zur Zusammenführung aller kundenbezogenen Informationen

**Eine erfolgreiche Einführung von CRM erfordert einen vernetzten Ansatz zur Ausbildung einer konsistenten Strategien und abgestimmten Prozessen.**

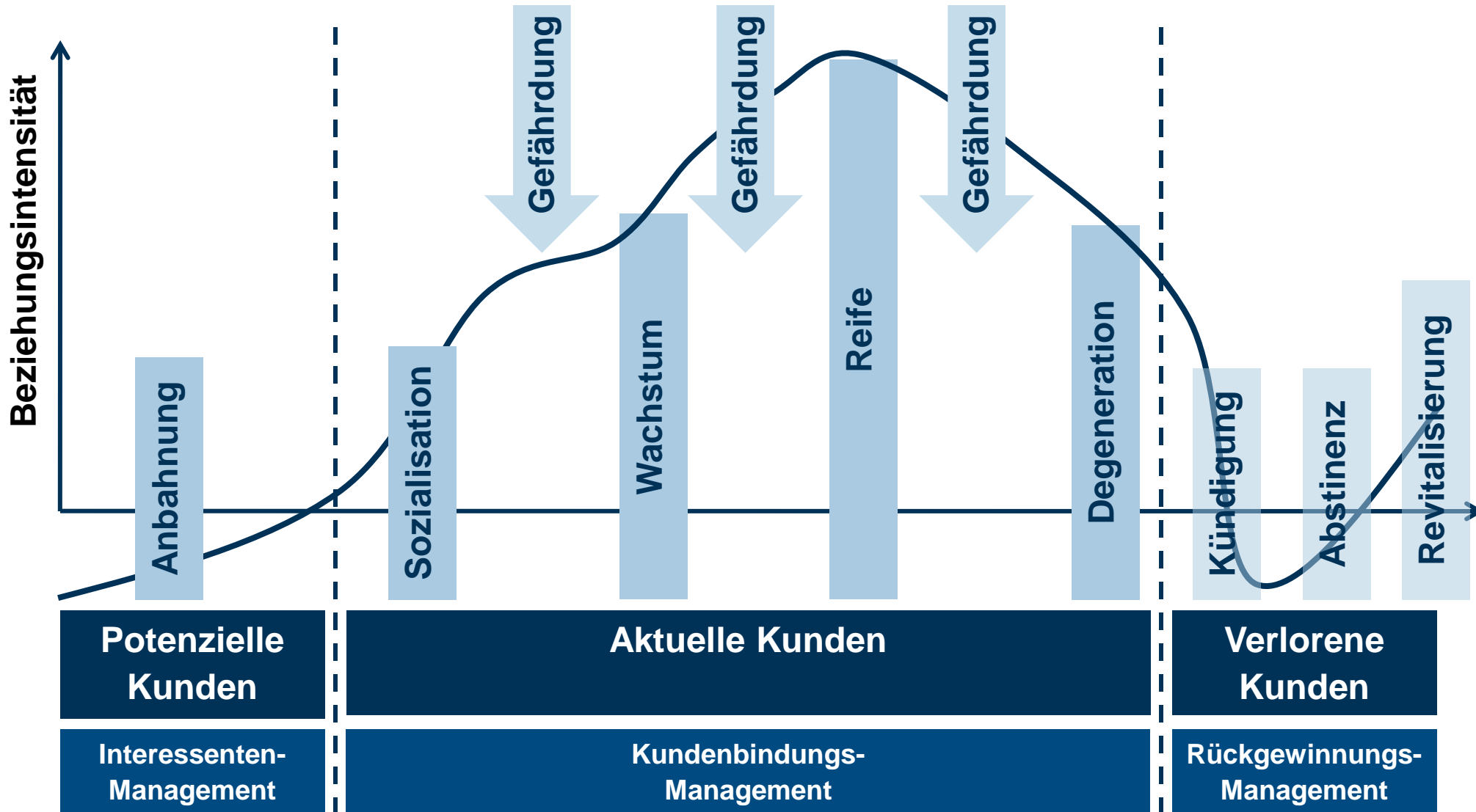
- Herausforderung Kunde

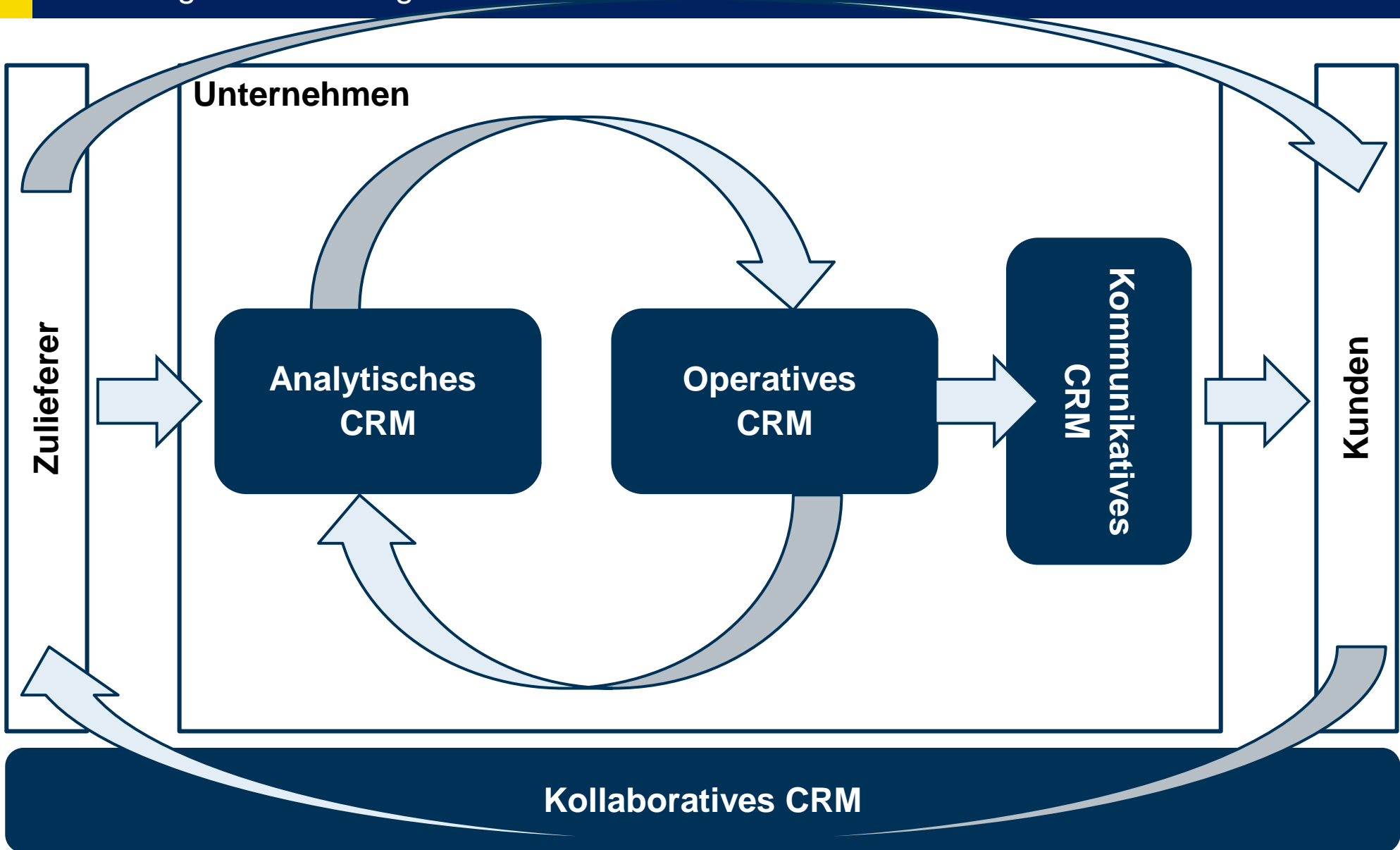
- CRM Strategieentwicklung

- CRM Prozessmanagement

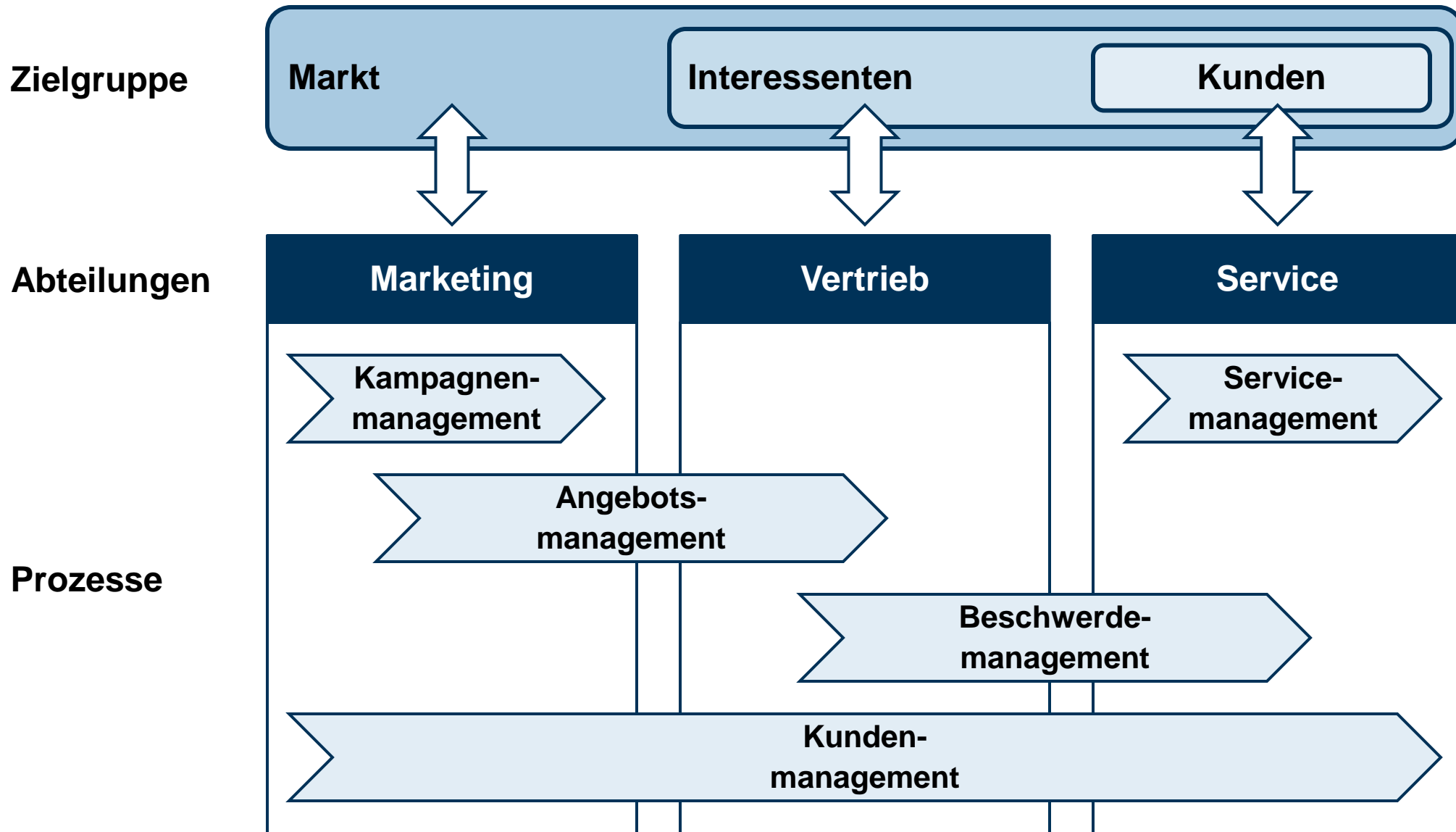
- CRM IT-Management

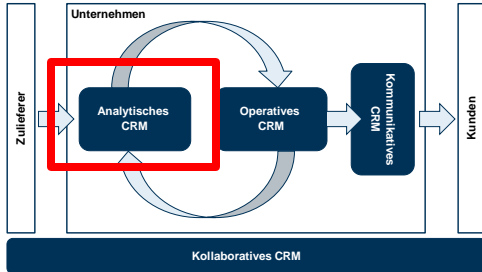
- Vorgehenssystematik zur Einführung





- Herausforderung Kunde
- CRM Strategieentwicklung
- CRM Prozessmanagement
- CRM IT-Management
- Vorgehenssystematik zur Einführung





### ■ Prozesse Analytisches CRM

Kundenscoring

Leadmanagement

Kundenprofiling

Kundensegmentierung

Feedback

Knowledgemanagement

### ■ Definition Analytisches CRM

- ▶ In Datawarehouse-Systemen zusammengeführte Kunden- und Transaktionsdaten
- ▶ Analyse dieser Daten mit Methoden der Business Intelligence, z.B. Data Mining
- ▶ Ableitung von Wissen aus den Kundendaten, z. B. Eigenschaften, Verhaltensweisen und Wertschöpfungspotenziale von Kunden

### Wissen

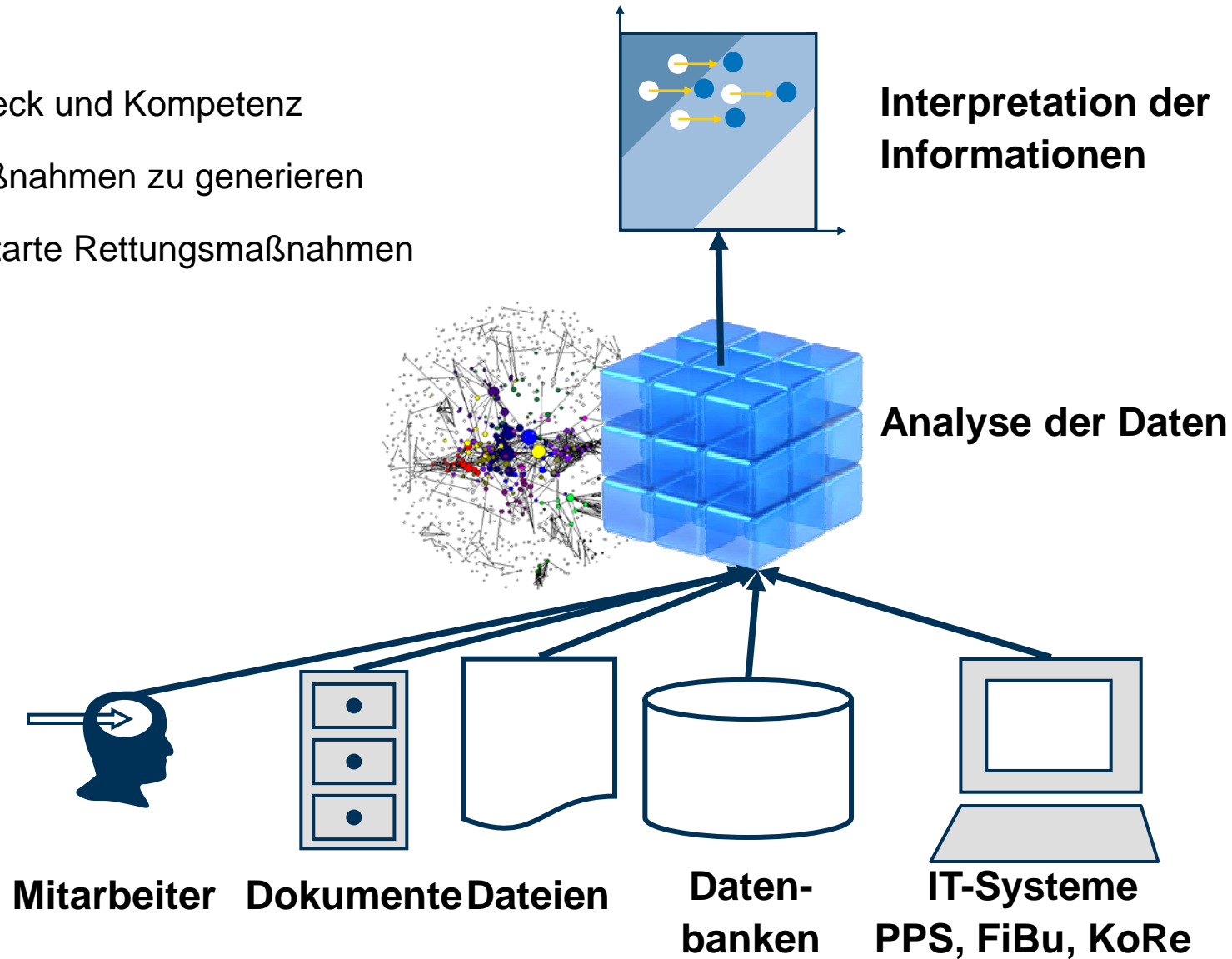
- Information + Zweck und Kompetenz
- Potenzial um Maßnahmen zu generieren
- Notfallalarm => starte Rettungsmaßnahmen

### Information

Daten + Bedeutung  
„S O S“

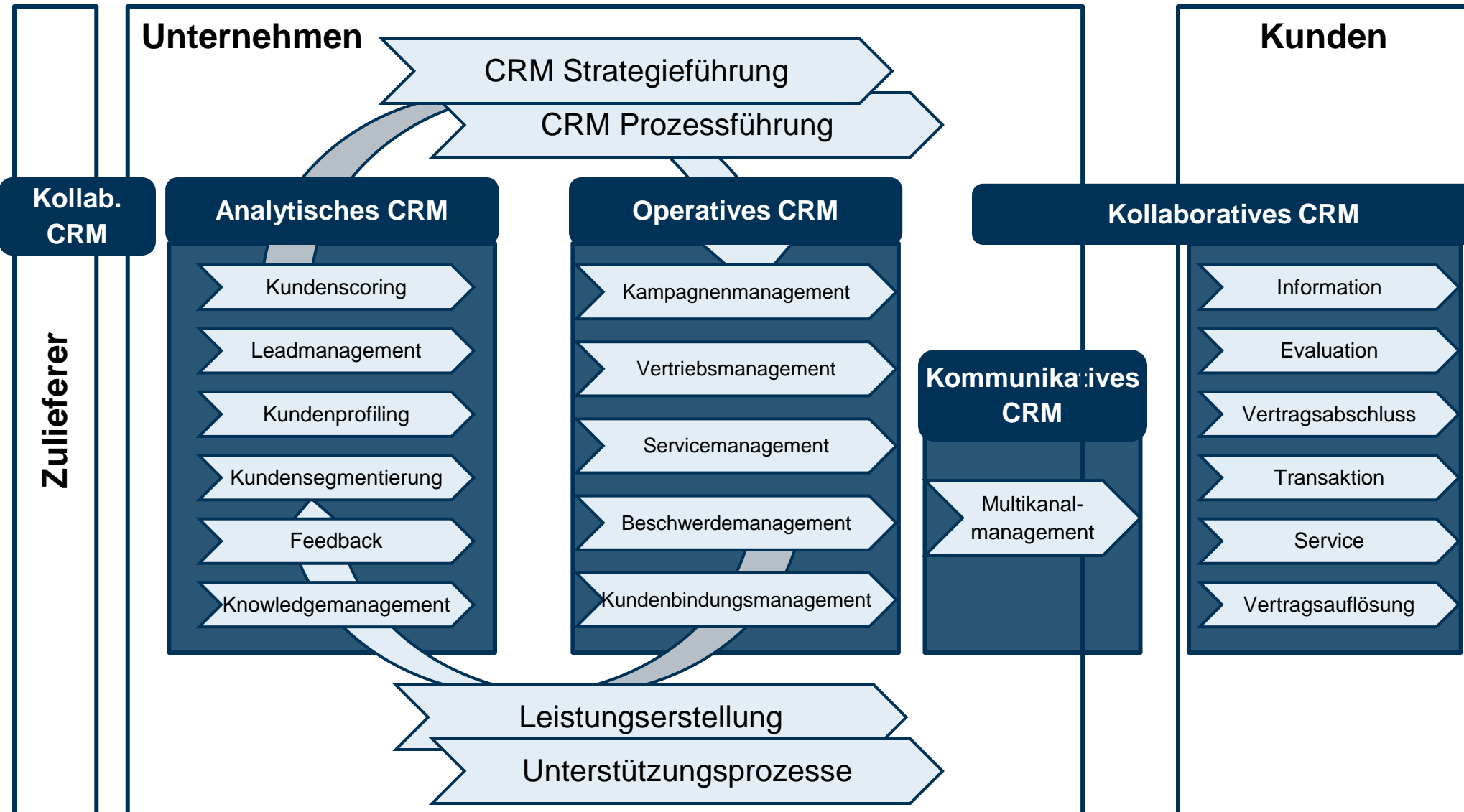
### Daten

Signale  
„... --- ...“



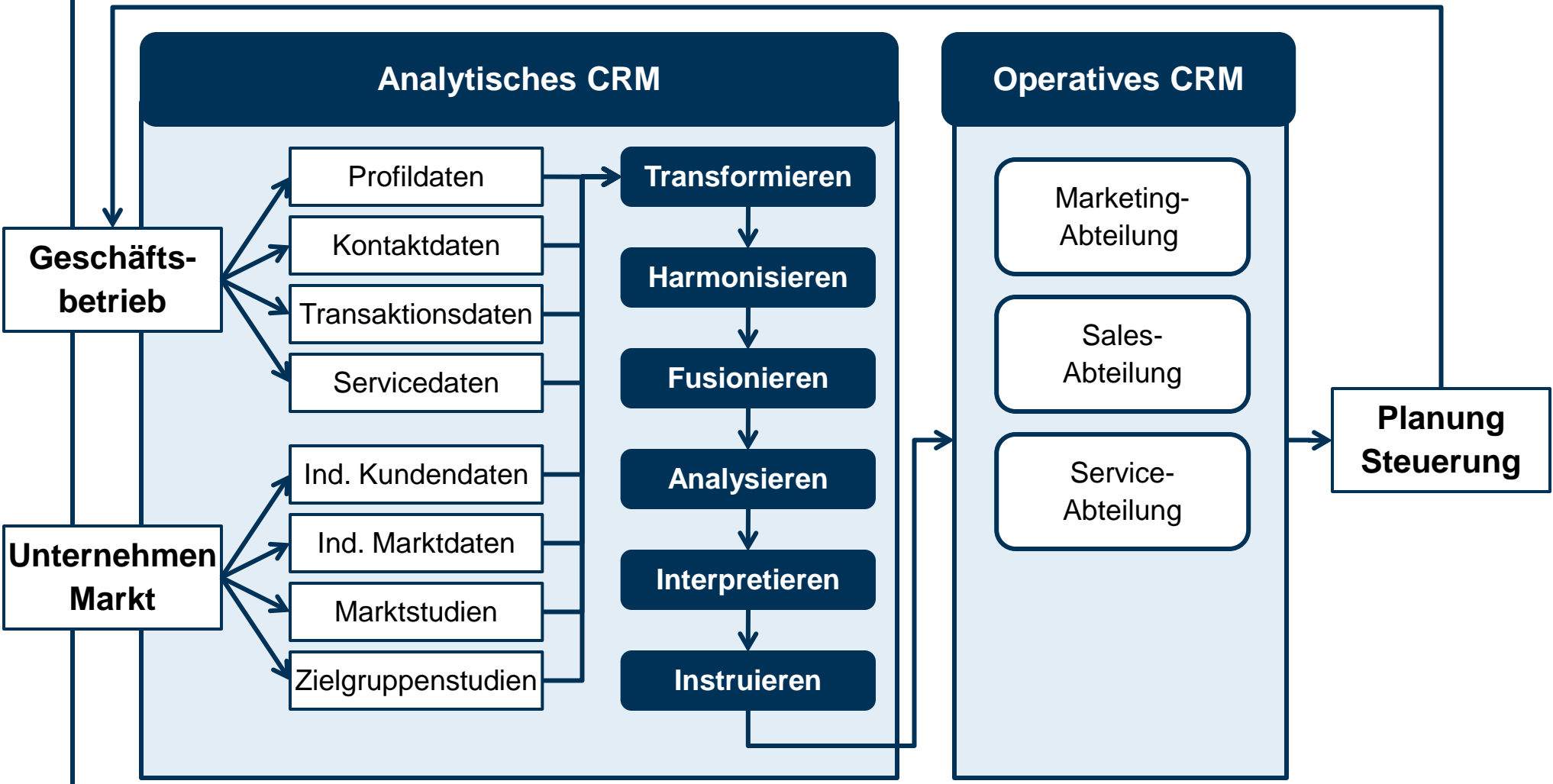
# Vernetzung der Prozesse

## CRM Gesamtprozesslandkarte



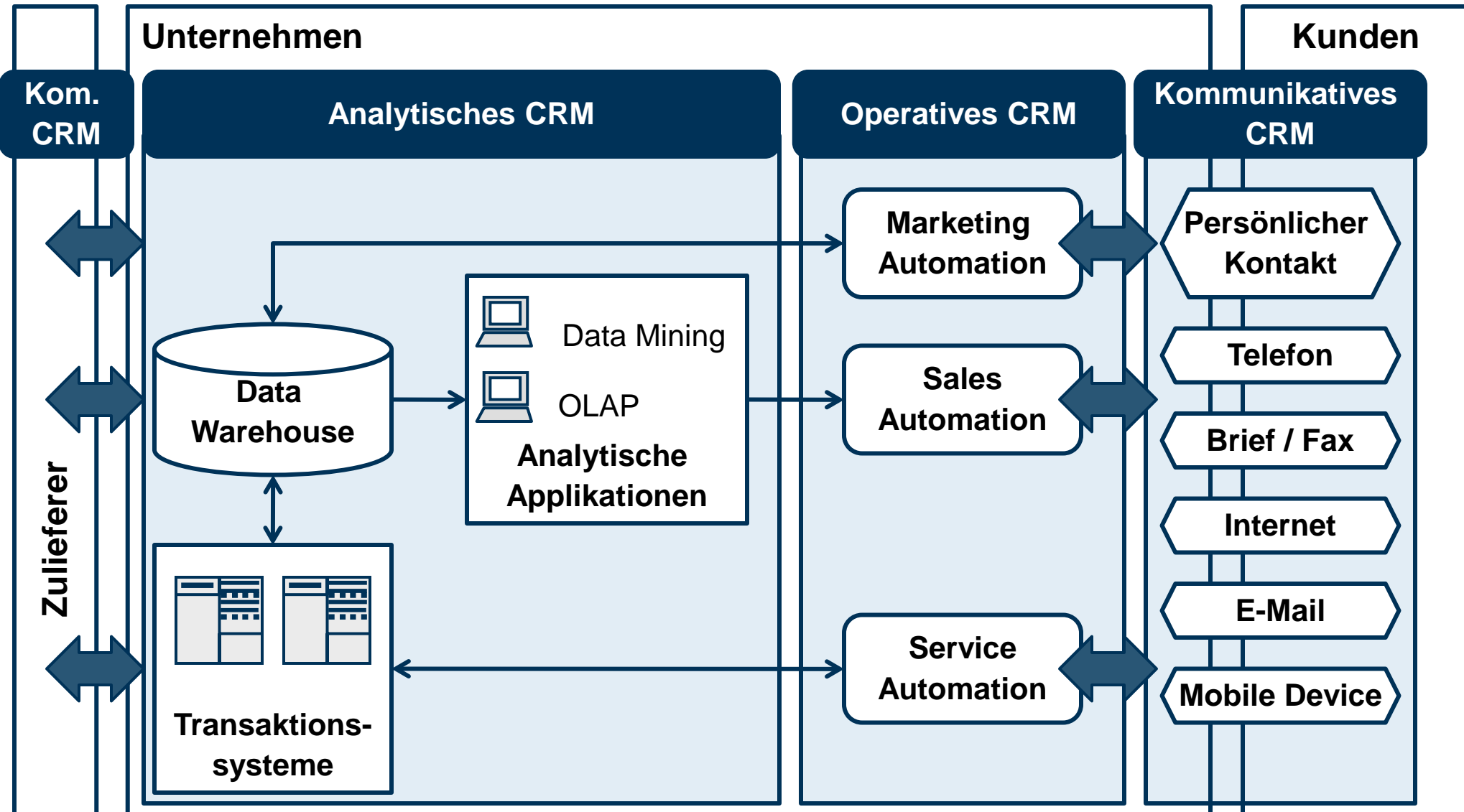
- Herausforderung Kunde
- CRM Strategieentwicklung
- CRM Prozessmanagement
- CRM IT-Management
- Vorgehenssystematik zur Einführung

### Unternehmen



# Vernetzung der Systeme

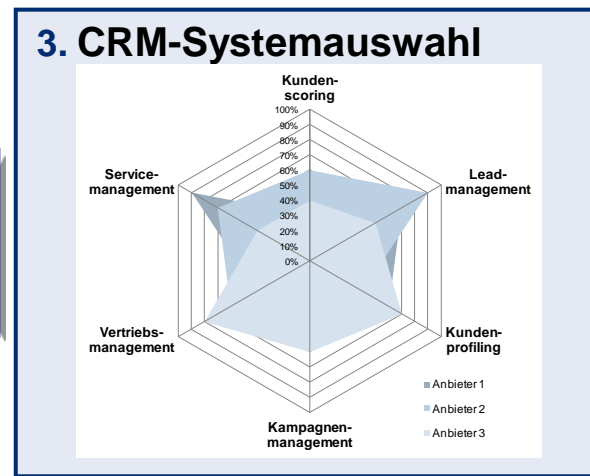
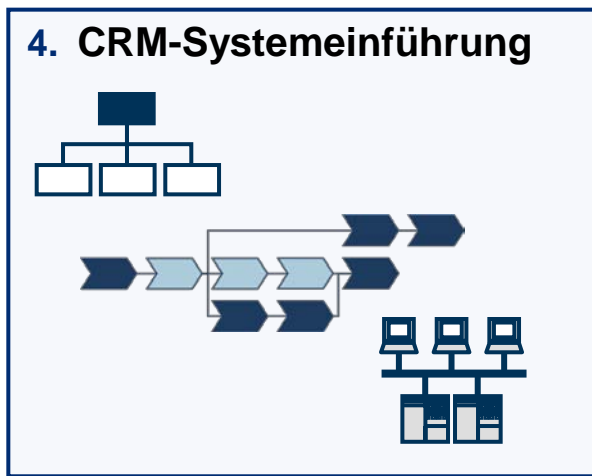
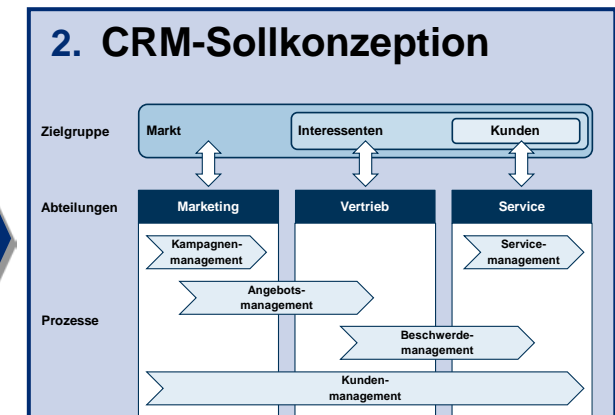
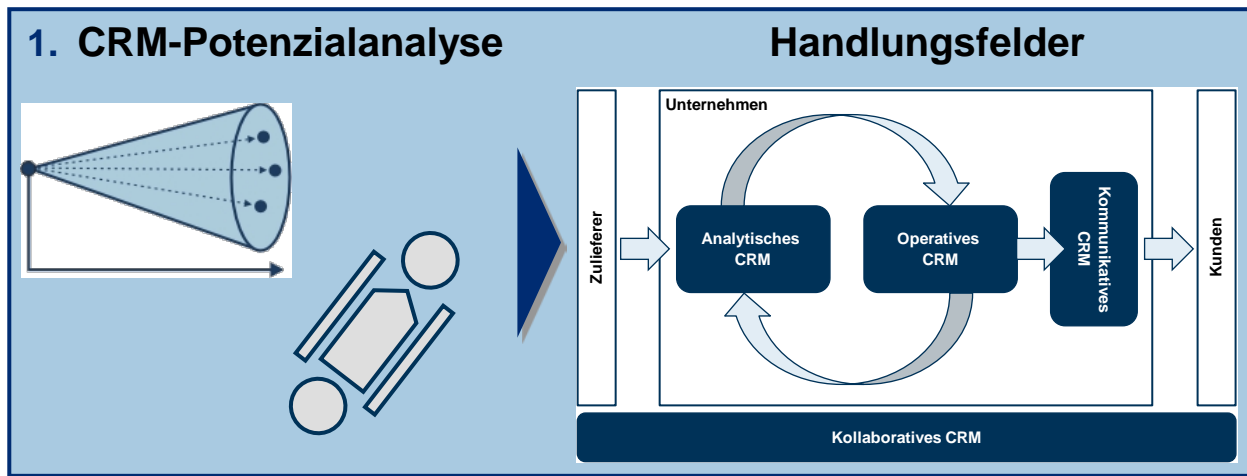
## IT-Systemlandkarte für CRM-Systeme



- Herausforderung Kunde
  - CRM Strategieentwicklung
  - CRM Prozessmanagement
  - CRM IT-Management
- Vorgehenssystematik zur Einführung

# Vorgehenssystematik zur Einführung

## Das vier Phasen Modell: Mit Vernetzung zum Erfolg





## **Prof. Dr.-Ing. Andreas Schmidt**

Fakultät für Wirtschafts- und  
Sozialwissenschaften  
Fachgruppe Quantitative Methoden  
Lehrgebiet Wirtschaftsinformatik

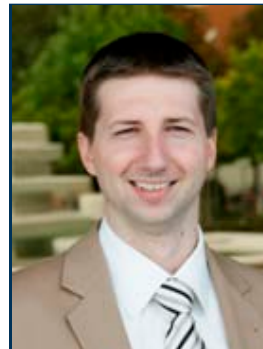
Gebäude CF  
Raum CF 0217a  
Caprivistr. 30a

49076 Osnabrück

 +49 541-969-3820

 A.Schmidt@fh-osnabrueck.de

<http://www.wiso.fh-osnabrueck.de/schmidta.html>



## **Dipl. Wirt.-Inf. André Unger**

Unger, Welsow & Company GmbH  
Stadtlanfert 7  
33106 Paderborn

 +49 5251-540780

 [aunger@uw-c.de](mailto:aunger@uw-c.de)

<http://www.uw-c.de>



**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit.**

**Wir freuen uns auf  
Ihre Fragen.**

