



CRM Trends 2021

Corona treibt das digitale Kundenmanagement und den Vertrieb voran

2020 wurde komplett von den Ereignissen der Pandemie überschattet. Wir alle haben diese Auswirkungen spüren können. COVID-19 hat die Arbeitsweise nachhaltig verändert und die Notwendigkeit digitaler Arbeitsprozess weiter verstärkt. Deshalb sahen viele die Krise auch als Chance und haben angefangen, ihre Arbeitsprozesse umzustellen und zu digitalisieren.

Das Jahr 2021 steht wiederum ganz im Licht der Anpassung an geänderte Arbeitsvoraussetzungen und Kundenanforderungen. Einem Anstieg an Homeoffice-Tätigkeiten müssen auch Prozesse und Systeme der Unternehmen Rechnung tragen und dementsprechend angepasst werden. Außerdem gilt es für Unternehmen, noch stärker auf den individuellen Kunden und seine Wünsche einzugehen. Durch den Verlust persönlicher Vor-Ort Interaktion und Kommunikation ist die digitale 1:1-Kommunikation wichtiger als je zuvor. Daher verwundert es auch nicht, dass viele Unternehmen gerade CRM Systeme einführen, um Ihren Vertrieb zu strukturieren und das Kundenmanagement und die Kundenprozesse zu digitalisieren.

Die CINTELLIC Consulting Group, ein auf CRM spezialisiertes Beratungshaus, hat die aktuellen Trends für das Jahr 2021 zusammengefasst.

BUSINESS.
DATA.
TECHNOLOGY.

CINTELLIC
CONSULTING GROUP

Trend 1: Das CRM-System als zentrale Plattform

Die Pandemie verlagerte viele Arbeitsplätze teilweise oder auch vollständig in das eigene Zuhause. Diese sogenannte Remote-Arbeit im Homeoffice verlangt eine möglichst unkomplizierte Zusammenarbeit der getrennt voneinander arbeitenden Mitarbeiter. Konnten sonst mit einem kurzen Abstecher in das Nebenbüro kurze Abstimmungen getroffen werden, entfällt nun dieser Aspekt der direkten Kommunikation.

Dementsprechend müssen Marketing- und Vertriebssysteme besonders folgende Kernfaktoren erfüllen: Einfach zu verstehende und zu bedienende Prozesse. Unterstützung und Förderung von Kollaboration innerhalb des Unternehmens und eine zentrale Arbeitsfläche und Datenbank.

Ein CRM-System wird immer mehr zur zentralen Plattform im Unternehmen, in welchem sich alle Marketing- und Vertriebsrelevanten Arbeitsabläufe abspielen. Umso wichtiger ist dabei, dass jeder Mitarbeiter auch von Zuhause aus, einfache Bedienungsmöglichkeiten vorfindet. Nur so kann unternehmerischer Erfolg sichergestellt werden.

Der erste Trend ist also die Notwendigkeit eines CRM-Systems mit den beschriebenen Grundfunktionalitäten an sich. Mit Hilfe des richtigen Systems können sich Unternehmen bestmöglich auf die bestehenden und kommenden Herausforderungen einstellen und diesen entgegenzutreten.

Trend 2: Echtzeit Kommunikation – Live Chats und Echtzeit-Bereitstellung relevanter Daten

Die Kommunikation in Echtzeit, beispielsweise in Form von Live Chats ist kein neues Feature am Markt. Pandemie-bedingt spielt sich unser Arbeits- und Privatleben in den letzten Monaten verstärkt im eigenen Zuhause ab. Dementsprechend verschiebt sich auch das Kaufverhalten in den Online-Bereich. Aber auch dort besteht ein hoher Bedarf an Informationen und individueller Beratung, welcher durch den Einsatz von Echtzeit-Kommunikations-Tools befriedigt werden kann.

Mit Hilfe dieser Kommunikationsform können interessierte Leads schnell und einfach in zahlende Kunden umgewandelt werden. Außerdem lassen sich mit einfachen Mitteln enge und langfristige Beziehungen zum Kunden aufbauen.

Ein erfolgskritischer Faktor ist dabei der Entstehungspunkt der Kundenkommunikation und die zur Verfügung stehenden Hintergrundinformationen. Die Kommunikation muss am Ursprungsort des Kontakts stattfinden, um dem Kunden einen möglichst hohen Mehrwert liefern zu können. Sofern es sich um bestehende Kunden handelt, ist ein umfangreiches Bild auf den Kunden und seine Historie, beispielsweise in Form des 360°-Blicks notwendig, um diesem mit der gebührenden Relevanz zu begegnen.

Trend 3: Social CRM – Einbindung der sozialen Kanäle in die Customer Journey

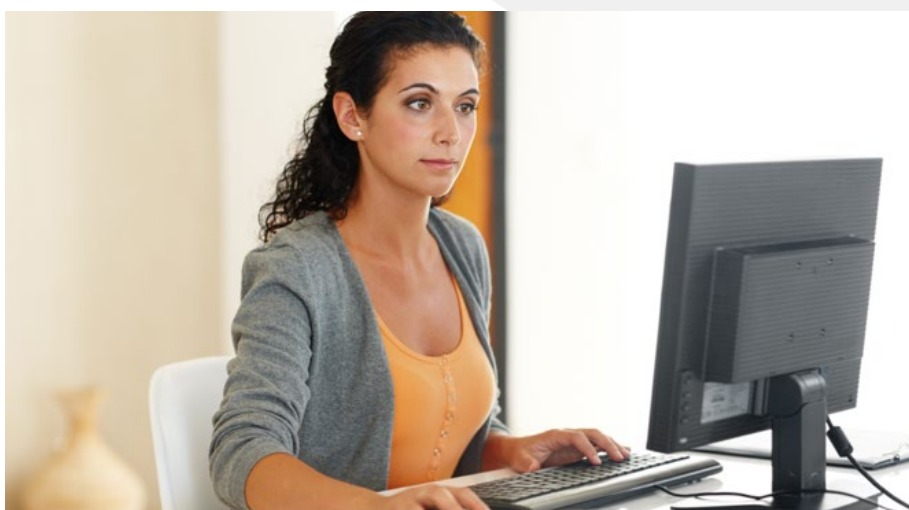
Um den Bedarf nach individueller Kommunikation und verbessertem Service aus Kundensicht gerecht zu werden, eignet sich der Einsatz von Social CRM.

Social CRM umfasst die Einbindung der sozialen Netzwerke in die CRM-Welt und die Nutzung der dort erfassten Kundendaten zur Personalisierung der Customer Journey und Anreicherung der Kundendatenbank.

Auf Kundenseite besteht der Bedarf, zu jedem Zeitpunkt über jeden möglichen Kanal mit einem Unternehmen in Kontakt treten zu können. Dies ist vor allem in Problemfällen sehr relevant, da hierfür eine zeitnahe Antwort und schnellstmögliche Lösung erwartet wird. Es ist nur logisch dabei auch die sozialen Netzwerke als relevante Eingangskanäle für Kundenanfragen wahrzunehmen, da diese sich weltweit einer weiterhin steigenden Beliebtheit erfreuen.

Für das CRM bedeutet das, ein möglichst umfassendes und vollständiges Profil des Kunden aufzubauen. Unabhängig vom Eingangskanal, wird eine möglichst individuelle, schnelle und vor allem zielgerichtete Betreuung erwartet.

Aus Unternehmenssicht bieten sich durch Social CRM somit Vorteile im Hinblick auf Service Management durch schnelle Reaktionszeiten am Interaktionspunkt. Aber auch für das Marketing bietet Social CRM diverse Vorteile. So können beispielsweise einflussreiche Follower als solche registriert und als Markenbotschafter eingesetzt und dafür belohnt werden.



Homeoffice dank CRM-System mit Echtzeit-Datenbasis und Cloud-Technologie

Trend 4: Künstliche Intelligenz – Unterstützung von Marketing & Vertrieb

Die immer größere Datenvielfalt und stetig wachsende Datenbanken erschweren eine Datenanalyse mit bestehenden Mitteln im gewünschten Umfang erheblich. Sowohl um den eigenen Kunden individuelle Erlebnisse zu garantieren, aber auch den eigenen Mitarbeitern bestehende Arbeitsprozesse zu erleichtern, eignet sich der Einsatz von Künstlicher Intelligenz.

Im Kundenbereich können dadurch einfacher Analysen über das Kundenverhalten durchgeführt werden und somit Erkenntnisse hinsichtlich seiner Präferenzen abgeleitet werden. Dadurch wird die Kommunikation über den richtigen Kanal mit dem präferierten Inhalt für den Kunden erst möglich. Und im besten Fall auch noch zum besten Zeitpunkt ausgespielt. Mit „KI“ lässt sich die Customer Journey auf ein neues Level heben. Anhand der Kundenhistorie und dessen Interaktionen lassen sich Vorhersagen hinsichtlich seiner weiteren Handlungen treffen und auf dieser Basis maßgeschneiderte Inhalte kommunizieren.

Aber auch für die eigenen Mitarbeiter kann Artificial Intelligence eine Erleichterung der bestehenden Arbeitsabläufe darstellen. Vor allem Vertriebsaktivitäten lassen sich optimal unterstützen und effizienter gestalten. So können anhand bestimmter Parameter Vorhersagen hinsichtlich der bestmöglichen nächsten Handlung mit dem Kunden, so genannter Next Best Actions (NBA), getroffen werden. Mittels solcher Vorhersagen weiß der Vertriebsmitarbeiter immer, was der nächste Schritt ist und welche Aufgaben er zu erledigen hat. Dadurch erhöhen sich Verkaufschancen für den Vertrieb und Abwanderungen von Kunden können minimiert werden.

Trend 5: Cloud First – Die Basis für effiziente Arbeit

Auch dies ist an sich kein komplett neuer Trend, sondern wurde durch die Pandemie rasant beschleunigt. Mit Hilfe von Cloud-Technologien kann die Arbeit unter Pandemie-Bedingungen im Homeoffice stark vereinfacht werden. Es ist dadurch möglich, die gleiche Arbeit bequem von Zuhause aus durchführen zu können, ohne einem Infektionsrisiko ausgesetzt zu sein, beispielsweise im ÖPNV oder am Arbeitsplatz.

Im Laufe des Jahres 2020 haben sich viele Unternehmen, teilweise auch zwangsläufig, an die neuen Begebenheiten angepasst und durch Cloud-Technologie die Arbeit im Homeoffice ermöglicht. Auch für eine Zeit nach Corona ist damit zu rechnen, dass vermehrt Arbeit von Zuhause aus durchgeführt wird. Auch die politische Entwicklung der Thematik ist mit Interesse zu verfolgen, forderte doch bereits Arbeitsminister Hubertus Heil im November des vergangenen Jahres eine Verankerung des Rechts auf Homeoffice als Gesetz.

Unabhängig von der politischen Entwicklung kann davon ausgegangen werden, dass die Arbeit aus dem Eigenheim nicht an Relevanz verlieren wird. Dementsprechend ist es für Unternehmen essenziell, die dafür notwendigen infrastrukturellen Grundlagen zu schaffen und den Übergang in die Cloud entweder einzuleiten oder weiterzutreiben. Durch attraktive Mietmodelle und kürzere Implementierungszeiträume lassen sich so auch schnell positive monetäre Effekte erzielen.

Nichtsdestotrotz ist von einer schnellen Lösung abzuraten. Vielmehr geht es darum, strukturelle Nachhaltigkeit aufzubauen und keine ad-hoc-Lösung aufgrund des Digitalisierungs-Drucks einzuführen. Vor allem mit Hinblick auf die Themen Datenschutz und Compliance müssen hier die weitreichenden Auswirkungen durchdacht und eine individuelle auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittene Lösung erarbeitet werden.

Fazit zu den CRM Trends 2021

Das Jahr 2021 wird die Gesellschaft erneut vor große Herausforderungen stellen. In vielerlei Hinsicht müssen jetzt die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt werden – auch wirtschaftlich. Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass eine Krise immer auch eine Chance sein kann. Veränderungen stellen zuerst einmal Hürden da, welche aber überwunden werden können. Um auch in Zukunft unternehmerischen Erfolg sicherstellen zu können müssen Geschäftsprozesse sich den veränderten Anforderungen von Kunden, aber auch Arbeitnehmern anpassen.

Die CRM Trends für das Jahr 2021 zeigen keine großen neuen technischen Errungenschaften, sondern vielmehr die Möglichkeit mit bestehender Technologie den neuen Begebenheiten gerecht zu werden. Daher investieren viele Unternehmen aktuell in moderne CRM Systeme, um sich an die Gegebenheiten anzupassen.

CINTELLIC begleitet seit mehr als 10 Jahren Unternehmen bei der Digitalisierung des Kundenmanagements – von der CRM Strategie bis hin zum sauberen Datenmanagement. Sie benötigen Unterstützung? Zögern Sie nicht, uns anzusprechen.

**von Wieland Schwarze,
CINTELLIC Consulting Group**

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
joerg.reinnarth@cintelllic.com



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group
stephan.kloeckner@cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

