

Volles Haus bei NAVAX: 360° Kundeneinblick mit Microsoft Dynamics CRM

Wien, 13. Mai 2016 – So vielfältig und bunt wie Kunden sind, so unterschiedlich sehen auch die Kundenansprache und CRM-Strategien in Unternehmen aus. Jedoch verfolgen alle Firmen das Ziel, einen Rundum-Einblick auf die Kunden zu gewinnen und optimale Abläufe zwischen den Abteilungen wie Marketing, Vertrieb und Service zu schaffen. Welche Strategien für die erfolgreiche Umsetzung eines CRM-Projekts benötigt werden, wie Microsoft Dynamics CRM bei der Umsetzung zentraler Ziele, bei der Steigerung der Vertriebsproduktivität und Effizienz des Marketings sowie der Gewinnung eines 360° Kundeneinblicks unterstützt, warum ein erfolgreiches CRM-Projekt kein IT-Projekt sein darf und welche Faktoren sicher zum Misserfolg führen, erklärten Expertinnen und Experten beim Business Breakfast von NAVAX in der bis auf den letzten Platz besetzten Sky Bar in Wien.

Vertrieboptimierung

Das unabhängige IT-Systemhaus, das seit über 20 Jahren erfolgreich in den Bereichen ERP, CRM, Business Intelligence, Controlling & Budgetierung sowie Collaboration & Mobility im deutschsprachigen Raum tätig ist, zeigte seinen Kunden und Interessenten wie in der neuen Welt des Arbeitens mit dem Einsatz der richtigen Tools, die Produktivität der Vertriebsmitarbeiter gesteigert werden kann: 78 Prozent der Zeit eines Mitarbeiters sind für interne, nicht vertriebsspezifische, Prozesse gebunden. Die Produktivität wird durch das ständige Wechseln von Anwendungen gemindert. Mit nur einer Stunde mehr Zeit pro Woche zum Verkaufen sind, laut Aussage von Armin Müllner, CRM Lösungsspezialist bei Microsoft Austria, bis zu 100.000 Euro mehr Umsatz pro Jahr möglich. Darüberhinaus kann beim Kunden das Vertrauen und die Zufriedenheit gesteigert werden.

Scheitern von CRM-Projekten vermeiden

Um ein CRM-Projekt erfolgreich einzuführen, ist es maßgeblich wichtig, im Vorfeld eine CRM Strategie und Key Performance Indikatoren (KPIs) zu definieren, die zwingend vom Management mitgetragen werden. Schattenysteme gehören aufgelöst und die Mitarbeiter sollten mit „an Bord“ geholt werden. Bei einem CRM-Projekt handelt es sich nicht um ein IT-Projekt, sondern um ein Organisationsprojekt: „CRM ist ein andauernder Prozess und kein einmaliges Projekt - es ist nicht mit der Einführung eines CRM-Tools im Unternehmen getan. Nur wenn das Management zu 100 Prozent dahinter steht, das CRM-Einführungsprojekt fördert, selber Vorbild beim Leben der CRM-Geschäftsprozesse und offen für Veränderungen ist, wird CRM erfolgreich sein und das Unternehmen weiter bringen“, erklärt Christoph Weiss, CEO SIS Consulting und unabhängiger Unternehmensberater.

Viele Tools – eine Lösung

Die Anforderungen der Unternehmen sind vielseitig: Die Kunden sollen segmentiert und klassifiziert werden, damit sie zielgerichtet angesprochen werden können, die Prozesse sollen automatisiert beziehungsweise optimiert werden, Projekte sollen besser planbar werden und tagesaktuelle Dashboards sollen sowohl für die Führungskräfte als auch für die Mitarbeiter sichtbar machen, wo sie derzeit stehen und was zu tun ist. Dafür stehen viele Tools zur Verfügung:

Angefangen mit Outlook über Sykpe for Business, Yammer, Microsoft Dynamics Marketing und SharePoint bis hin zu Power BI (Business Intelligence), um nur einige zu nennen. „Mit dem Einsatz von Microsoft Dynamics CRM, in Kombination mit Office 365, können wir unseren Kunden eine Plattform bieten, wo all diese Tools zusammenlaufen und somit eine reibungslose Zusammenarbeit über alle Abteilungen ermöglichen. Allerdings sollte seitens der Unternehmen eine sinnvolle Auswahl der Anwendungen vorgenommen werden, damit diese dann auch tatsächlich genutzt werden“, erklärt Hana Bergh, Business Manager xRM der NAVAX Unternehmensgruppe.

„Das Management aller möglichen Kontaktpunkte mit bestehenden und potentiellen neuen Kunden ist in der digitalisierten Welt für Firmen immer wichtiger. NAVAX, unser Partner, bietet seinen Kunden eine umfassende Lösung basierend auf den Technologien von Microsoft und hilft, diese Herausforderungen zu meistern. Dieser erfolgreiche Event, mit derart vielen interessierten Kunden, zeigt, dass NAVAX hier den Zug der Zeit erkannt hat“, stellt Wolfgang Traunfellner, Head of Microsoft Business Solutions Austria, fest.

„Anhand des großen Interesses unserer Kunden sehen wir, wie wichtig es heutzutage für alle Unternehmen ist, mit der richtigen Lösung, zu jeder Zeit und ortsunabhängig die interne und externe Zusammenarbeit zu optimieren, um die Kunden noch besser zu betreuen. Genau das ist auch unser Ziel: wir wollen mit unserem Know-how und unseren Lösungen den Kunden einen Mehrwert bieten und sie bei ihrer Weiterentwicklung kontinuierlich unterstützen“, ergänzt Oliver Krizek, Eigentümer und Geschäftsführer der NAVAX Unternehmensgruppe.

Wer in Wien nicht dabei sein konnte, hat die Möglichkeit, sich für den CRM Event in Salzburg, am 14. Juni 2016, unter www.navax.com/events anzumelden.

Über die NAVAX Unternehmensgruppe:

Die NAVAX Unternehmensgruppe ist ein unabhängiges IT-Systemhaus, das Unternehmensprozesse optimiert und Business-Softwarelösungen für national und international tätige Unternehmen einführt. Das Systemhaus betreibt Unternehmen im deutschsprachigen Raum und Kunden mit über 750 Projekten in mehr als 100 Ländern der Welt arbeiten mit den NAVAX Unternehmens-Lösungen in den Bereichen ERP, CRM, Business Intelligence, Controlling & Budgetierung sowie Collaboration & Mobility. Das Unternehmen ist Microsoft, Qlik, Corporate Planning und MicroStrategy Partner und stellt eigene Software für Banken und Leasingunternehmen her. Mehr Informationen unter www.navax.com

Kontakt und Rückfragen

plein communications
Mag. Nicole Plein
Tel: +43 664 546 48 05
nicole@plein.at