

Umfrage „Kundenbeziehungsmanagement/CRM“

Kundenbeziehungsmanagement/CRM ist ein Thema, das sowohl den Marketing- als auch den IT-Bereich betrifft. Die Erfahrungen zeigen, dass Marketing und IT hier häufig "zwei verschiedene Sprachen" sprechen, so dass die Abstimmung im Projekt unnötig erschwert wird.

Die aus 10 Fragen bestehende Umfrage "Kundenbeziehungsmanagement/CRM" hat der AMC zusammen mit der viadee Unternehmensberatung GmbH im Zeitraum vom 25.06.2003 bis 20.07.2003 durchgeführt. Neben Ansprechpartnern aus dem Bereich Marketing wurden gezielt auch Ansprechpartner aus dem IT-Bereich angesprochen. Insgesamt haben 27 Personen aus der Assekuranz an der Umfrage teilgenommen.

Die Umfrageergebnisse können gegen eine Schutzgebühr in Höhe von 95,- Euro zzgl. 16% MwSt. beim AMC angefordert werden. Kontakt: Dr. Frank Kersten, AMC Münster, Tel.: 0251/6261-121, kersten@amc-forum.de.

1. Für wie wichtig halten Sie das Thema Kundenbeziehungsmanagement / Customer Relationship Management in Hinblick auf den Geschäftserfolg Ihres Unternehmens?

- Sehr wichtig
- Wichtig
- Eher unwichtig
- Unwichtig

2. Ist Kundenbeziehungsmanagement für Ihre Geschäftsleitung von strategischer Bedeutung?

- Ja
- Nein
- Unbekannt

3. Bitte geben Sie an, welche Aussagen auf Sie zutreffen: (Mehrfachantworten möglich)

- Wir betreiben Kundenbeziehungsmanagement
- Wir verfügen über spartenübergreifende Kundeninformationen
- Relevante Kundeninformationen stehen auf Knopfdruck zur Verfügung
- Wir sind zufrieden mit unseren Kundeninformationen
- Wir investieren bewusst Zeit und Arbeitskraft in den Aufbau und Betrieb von CRM-Systemen
- Es gibt ein Budget für den Aufbau von CRM-Systemen
- Kundenbindungsmanagement / CRM wird bei uns zentral koordiniert

4. Welche Bereiche sollte Ihrer Meinung nach ein CRM-System abdecken? (Mehrfachantworten möglich)

- Kundensegmentierung
- Beschwerdemanagement
- Kundenpotenziale ermitteln
- Stornomanagement
- Kampagnenmanagement
- Kundenbewertung / Scoring
- Kundenkontaktmanagement
- CRM-Controlling

5. Welche weiteren Bereiche sollten CRM-Systeme Ihrer Meinung nach abdecken?

6. Bitte beurteilen Sie die Wichtigkeit der folgenden Aussagen für die erfolgreiche Einführung eines CRM-Systems:

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	keine Angabe
CRM basiert auf einer konsistenten Datenbasis	()	()	()	()	()
CRM dient der Analyse und ggf. der Anpassung der Geschäftsprozesse, die den Kunden berühren	()	()	()	()	()
CRM bedeutet Kunden zu segmentieren, zu bewerten und gezielt zu bedienen	()	()	()	()	()
Der Aufbau eines CRM-Systems bedingt die enge Zusammenarbeit der Bereiche Marketing und IT	()	()	()	()	()
CRM erfordert den Einsatz eines DV-Systems	()	()	()	()	()
CRM sollte zu einem Umdenken der Mitarbeiter bezüglich des Umgangs mit den Kunden führen	()	()	()	()	()
Die Einführung eines CRM-Systems sollte schrittweise erfolgen und die Generierung von Quick-Wins verfolgen	()	()	()	()	()

**7. Welche der Aussagen bezüglich der IT-technischen Umsetzung eines CRM-Systems treffen auf die aktuelle Situation in Ihrem Unternehmen zu?
(Mehrfachantworten möglich)**

- Bisher gibt es keine konkreten Aktivitäten zum Aufbau eines CRM-Systems
- Die Aktivitäten zum Aufbau eines CRM-Systems befinden sich zur Zeit in der fachlichen Konzeption
- Der Aufbau des konsistenten Kunden-Datenbestandes bereitet Probleme
- Es werden Komponenten einer CRM-Standardlösung produktiv eingesetzt
- Es werden Komponenten einer CRM-Individuallösung produktiv eingesetzt
- Die CRM Aktivitäten sind eingestellt worden

8. In welchem Bereich sind Sie in Ihrem Unternehmen tätig?

- Marketing
- IT / Rechenzentrum
- Sonstiges

9. Haben Sie Interesse an einem "Arbeitskreis CRM", um 3-4 mal jährlich mit anderen Versicherungsunternehmen das Thema „CRM zwischen Marketing, IT und Kunden" zu diskutieren?

- Ja
- Nein

10. Wünschen Sie Kontakt zu unserem Kooperationspartner viadee Unternehmensberatung bezüglich des Themas CRM?

- Ja
- Nein