



**Schnellcheck
der Sage Software GmbH**

„Was bringt mir CRM?“

Oktober 2008



Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	3
2. Über den Schnellcheck	3
a. Methode	3
b. Zusammenfassung und Bewertung	5
3. Auswertung	6
a. Verfügen Sie über eine zentrale Adressdatenbank?	6
b. Können Sie gewährleisten, dass Ihr Adressbestand immer aktuell und vollständig ist?	6
c. Wie lange dauert es im Schnitt, bis eine Kundenanfrage, Bestellung, Reklamation usw. bearbeitet ist?	7
d. Welchen Stellenwert hat die Kundenzufriedenheit in Ihrem Unternehmen?	7
e. Gibt es bei Ihnen ein Beschwerdemanagement?	8
f. Teilen Sie Ihre Kunden in bestimmte Kategorien ein?	8
g. Was geschieht bei Ihnen, wenn ein Mitarbeiter aus dem Kundendienst in Urlaub geht oder krank ist?	9
h. Kontaktieren Sie Ihre Kunden und Interessen regelmäßig anhand von Marketingmaßnahmen?	9
4. Über Sage Software	10
a. Unternehmen	10
b. Software-Lösungen	10
5. Pressekontakt	11

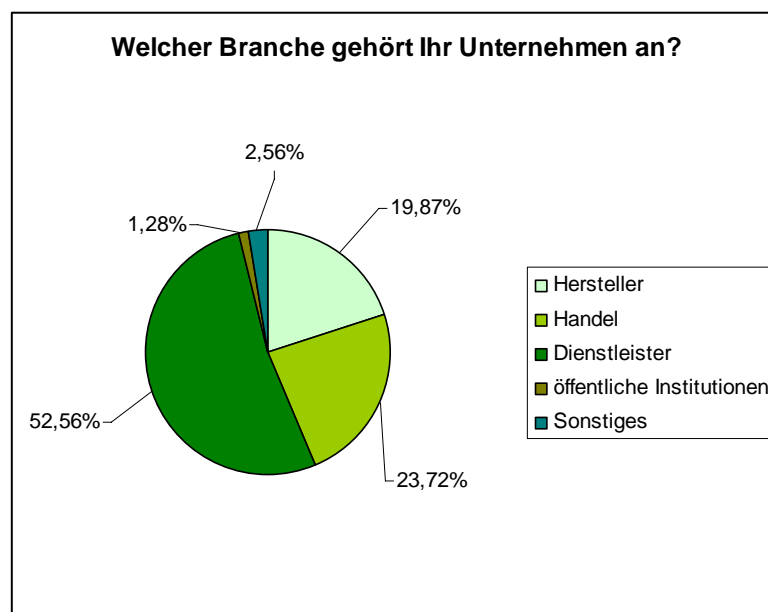
1. Vorwort

Wo immer gewirtschaftet wird, wo Produkte hergestellt und vertrieben, Dienstleistungen angeboten und erbracht werden, sind die Kunden die Seele des Geschäfts. Unternehmen sollten daher großen Wert auf die Betreuung ihrer Kunden legen. Denn nur durch die Bindung bereits bestehender und die Generierung neuer Kunden können gerade kleine und mittelständische Unternehmen ihre Wettbewerbsposition verbessern und ihr Umsatz- und Ertragspotential erweitern. Professionelle Kundenmanagement-Software-Lösungen, auch Customer Relationship Management (CRM) genannt, helfen hier bei der effizienten Umsetzung. Doch gerade im Mittelstand lassen viele Unternehmen diese Chance immer noch ungenutzt. Belegt wird dies durch einen Schnellcheck zum Thema „Was bringt mir CRM?“, der von der Sage Software GmbH im Oktober 2008 durchgeführt wurde.

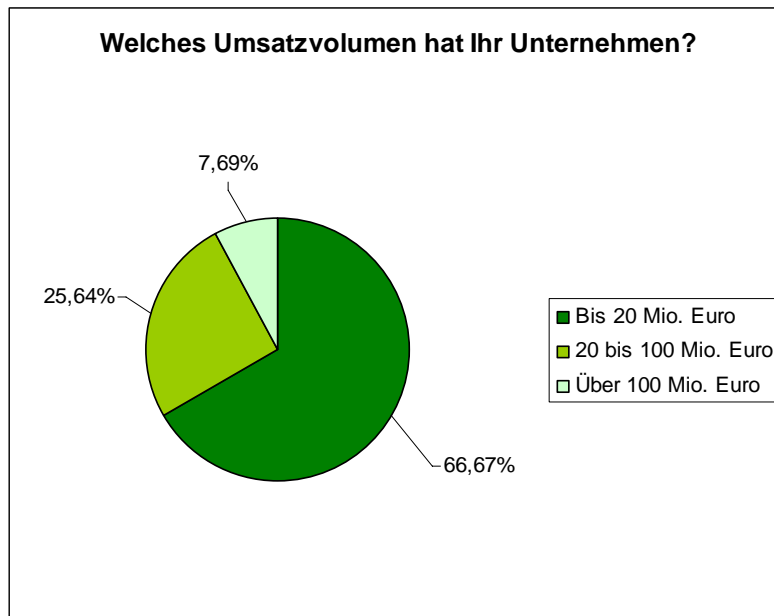
2. Über den Schnellcheck

a) Methode

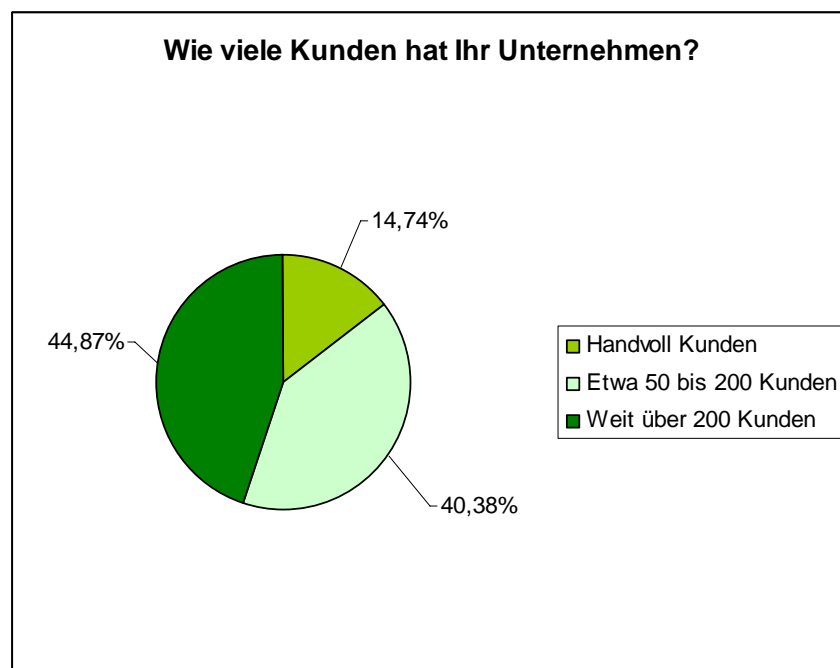
Der Schnellcheck wurde von September bis Oktober 2008 online auf www.schnellcheck.de durchgeführt. Abgefragt wurden unter anderem Prozesse zu den Gebieten Adressverwaltung, Kundenservice, Beschwerdemanagement und Marketingmaßnahmen. Insgesamt nahmen 156 Unternehmen an der Befragung teil. Über die Hälfte der Teilnehmer (52,56%) kam aus dem Dienstleistungsbereich während knapp ein Viertel (23,72%) aus dem Handel kam. Fast 20 Prozent waren Hersteller. Nur ein paar wenige Teilnehmer waren Mitarbeiter von öffentlichen Institutionen (1,28%) oder aus sonstigen Branchen (2,56%).



Das Umsatzvolumen der großen Mehrheit (66,67%) der Befragten lag bei unter 20 Millionen Euro. Knapp ein Viertel (25,64%) erwirtschaftete zwischen 20 und 100 Millionen Euro. Nur eine Minderheit (7,69%) hat ein Umsatzvolumen von über 100 Millionen Euro.



Fast die Hälfte (44,87%) der befragten Unternehmen hat dabei einen Kundenstamm von weit über 200 Kunden vorzuweisen. Knapp 40 Prozent (40,38%) hat zwischen 50 und 200 Kunden während fast jedes siebte (14,74%) teilnehmende Unternehmen nur eine Handvoll Kunden zu betreuen hat.



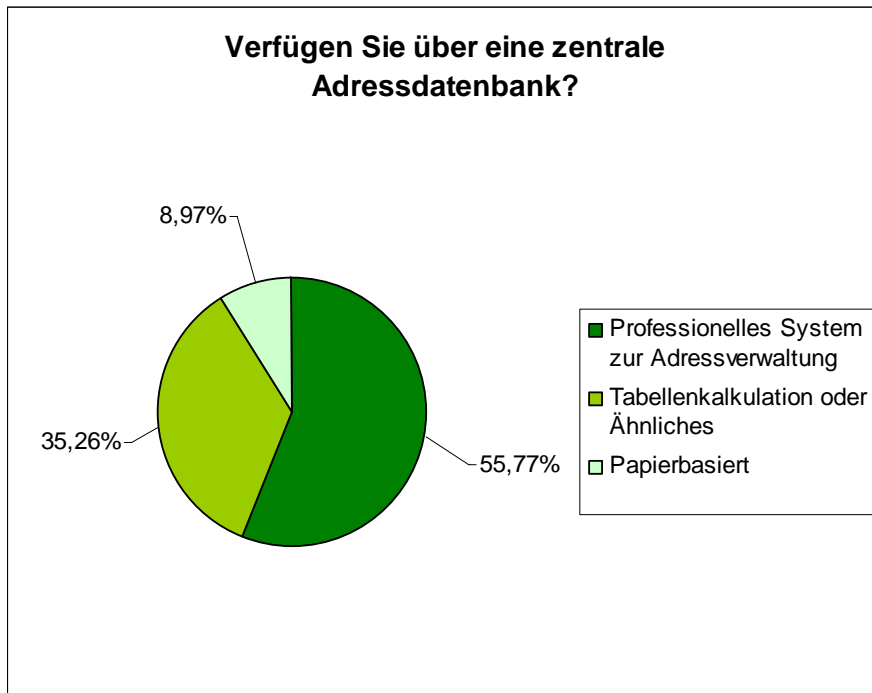
b) Zusammenfassung und Bewertung

Die Ergebnisse des Schnellchecks belegen, dass viele Unternehmen bei der Verwaltung ihrer Adressdaten noch immer Nachholbedarf haben. Nur knapp die Hälfte (55,77%) der befragten Unternehmen nutzt aktuell ein professionelles System zur Adressverwaltung. Die andere Hälfte hat immer noch umständliche Tabellenkalkulationsprogramme oder eine Zettelwirtschaft in Gebrauch. Auch bei der Pflege der Daten sind viele Firmen noch etwas nachlässig. Nur ein Drittel der Befragten (32,05%) prüft regelmäßig seinen Bestand auf Aktualität und Vollständigkeit. Ein Fünftel der Unternehmen (21,15%) tut dies gar nicht.

Viel Wert legen die mittelständischen Unternehmen hingegen auf die Kundenzufriedenheit. Die Mehrheit der Teilnehmer bemüht sich um eine möglichst schnelle Bearbeitung, die schneller als der Wettbewerb ist (43,59%). 41,67 Prozent bemühen sich zwar um eine schnelle Reaktion, räumen aber gleichzeitig auch mögliche Wartezeiten ein. Selbst wenn ein Mitarbeiter wegen Urlaub oder Krankheit einmal nicht verfügbar sein sollte, bemüht sich die Mehrheit für Erreichbarkeit durch den Kunden. Bei 37,18 Prozent werden die Aufgaben reibungslos von einem Kollegen übernommen. 48,08 Prozent bemühen sich um eine Ersatzkraft, räumen jedoch Verzögerungen und Fehler ein. Nur jedes siebte Unternehmen (14,74%) verzichtet auf Vertretungen im Krankheits- oder Urlaubsfall. Kundenzufriedenheit wird vom Großteil der Unternehmen (60,90%) als wichtigstes strategisches Unternehmensziel gesehen.

Der Schnellcheck zeigt auch, dass Marketingmaßnahmen zur Bindung der bereits bestehenden Kunden und zur Generierung von Interessenten für viele Unternehmen immer mehr zum Thema werden. Drei Viertel der Befragten führt entweder unregelmäßig (44,23%) oder zentral geplant (30,77%) Marketingmaßnahmen, wie Anrufe, E-Mail-Newsletter oder Kundenzei- tungen, durch. Nur ein Viertel der Befragten (25,0%) reagiert ausschließlich auf die einge- henden Kundenanfragen.

3. Auswertung

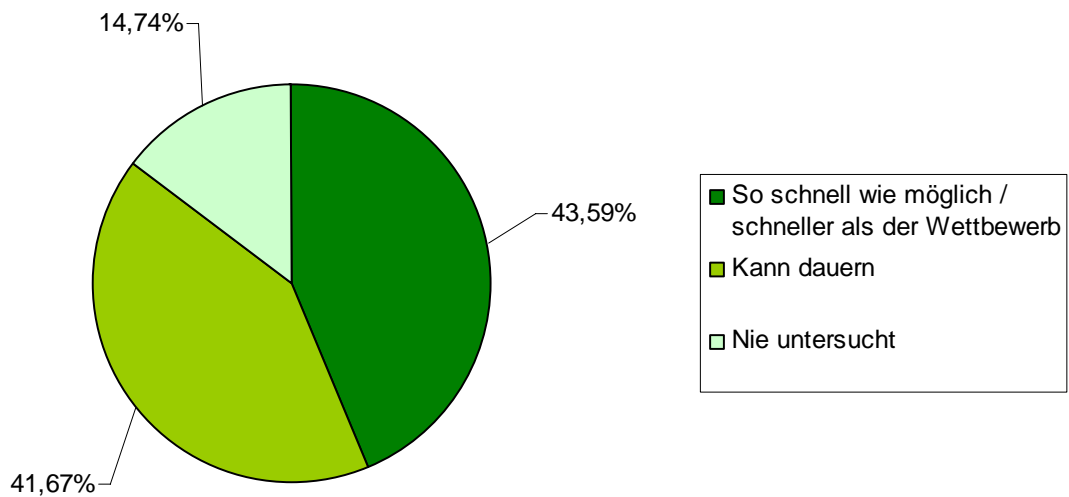


Kurzanalyse: Nur knapp die Hälfte (55,77%) der befragten Unternehmen nutzt aktuell ein professionelles System zur Adressverwaltung. Über ein Drittel (35,26%) nutzt noch ein herkömmliches Tabellenkalkulationsprogramm. Bei knapp jedem elften Unternehmen (8,97%) ist die Adressdatenbank noch rein papierbasiert.



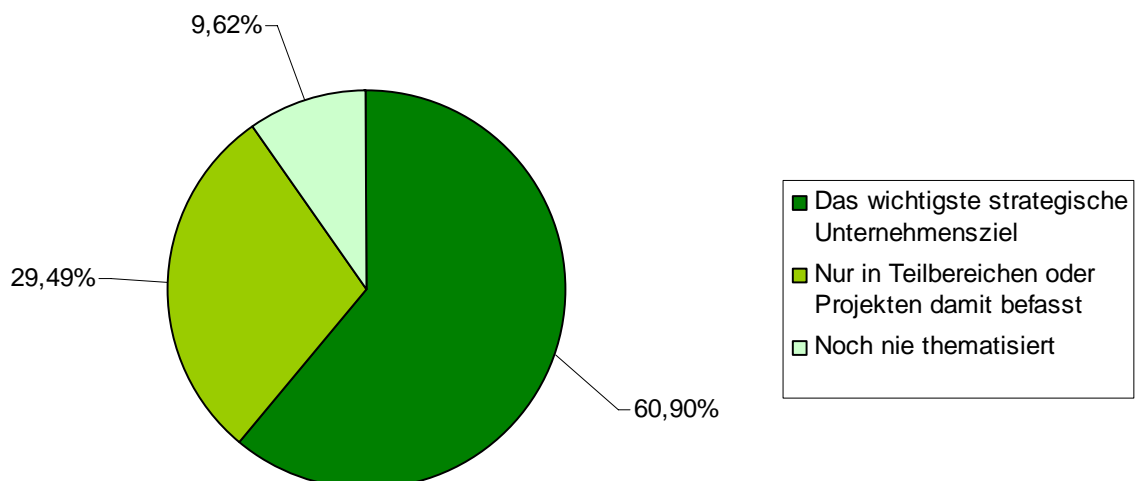
Kurzanalyse: Nur ein Drittel (32,05%) der Firmen prüft seinen Adressbestand regelmäßig auf Aktualität und Vollständigkeit. Die Mehrheit (46,79%) gab jedoch an, dies nur unregelmäßig zu tun, wodurch es öfter zu Fehlern und Verwechslungen komme. Ein Fünftel der Befragten (21,15%) verzichtet komplett auf regelmäßige Überprüfungen des Bestandes.

Wie lange dauert es im Schnitt, bis eine Kundenanfrage, Bestellung, Reklamation usw. bearbeitet ist?

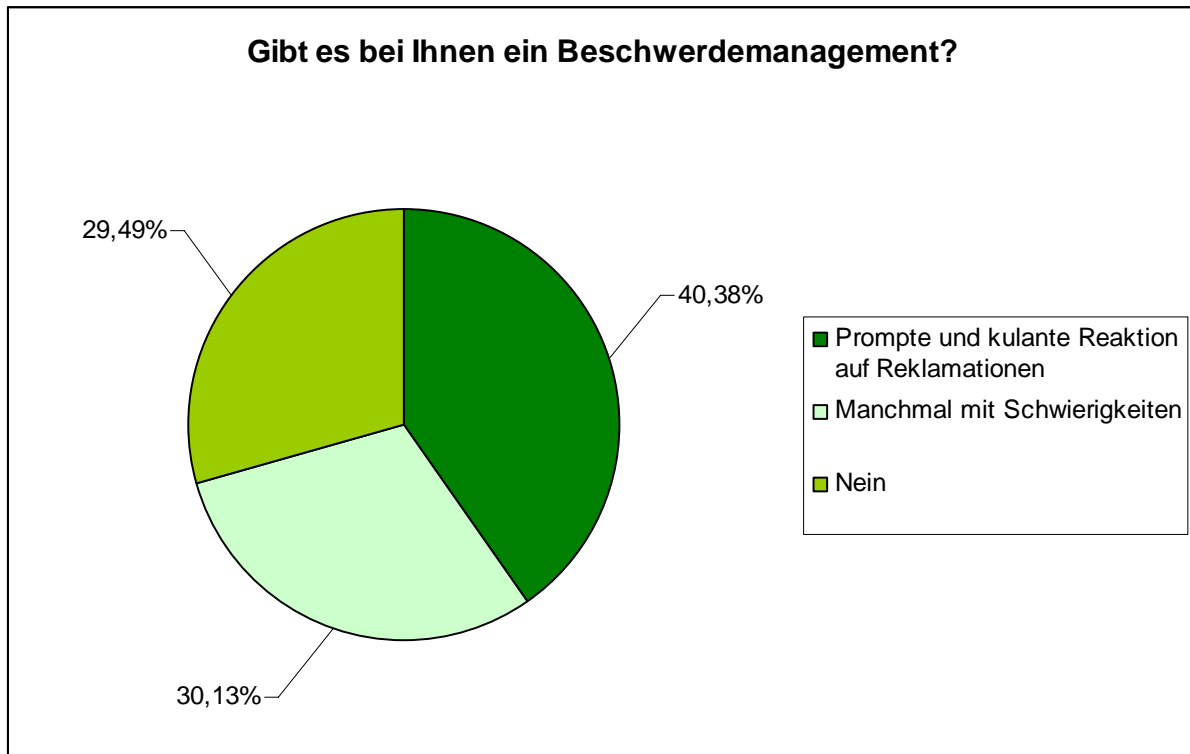


Kurzanalyse: 43,59 Prozent der Unternehmen versuchen, Kundenanfragen, Bestellungen oder Reklamation so schnell wie möglich und schneller als der Wettbewerb zu bearbeiten. Fast genauso viele (41,67%) bemühen sich zwar um eine schnelle Bearbeitung, räumen jedoch auch längere Wartezeiten ein. Jedes siebte der befragten Unternehmen (14,74%) hat dies jedoch noch nicht untersucht.

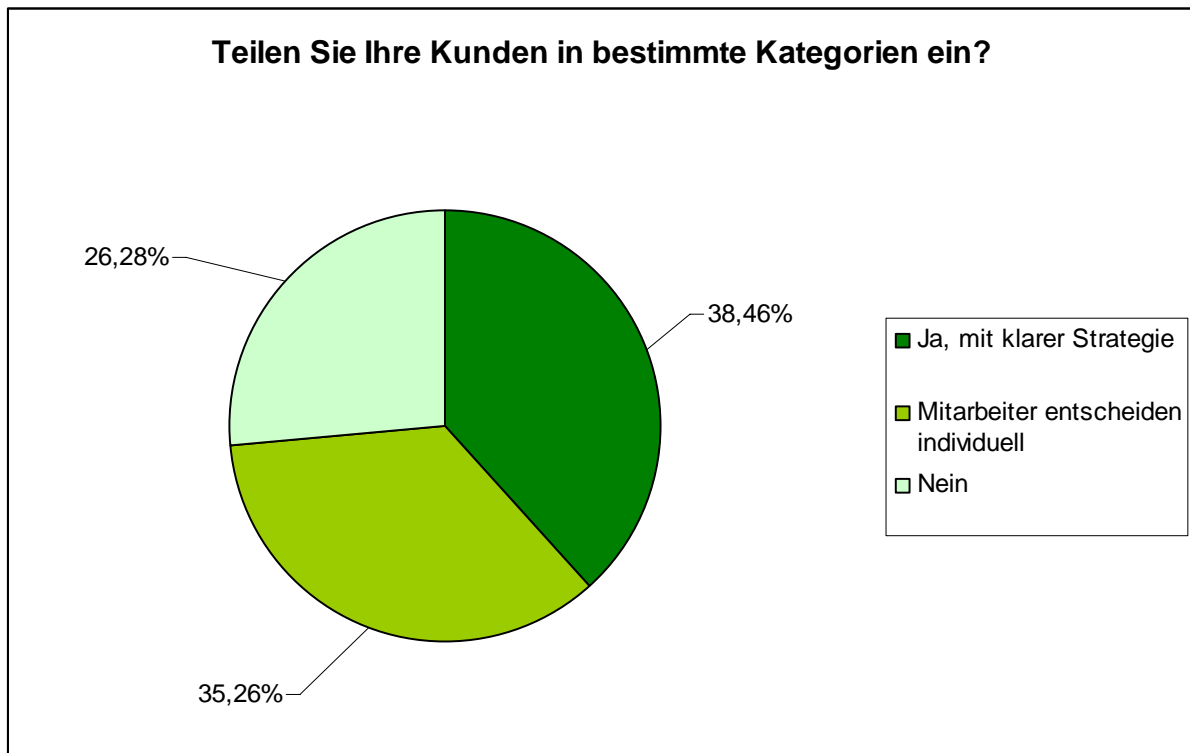
Welchen Stellenwert hat die Kundenzufriedenheit in Ihrem Unternehmen?



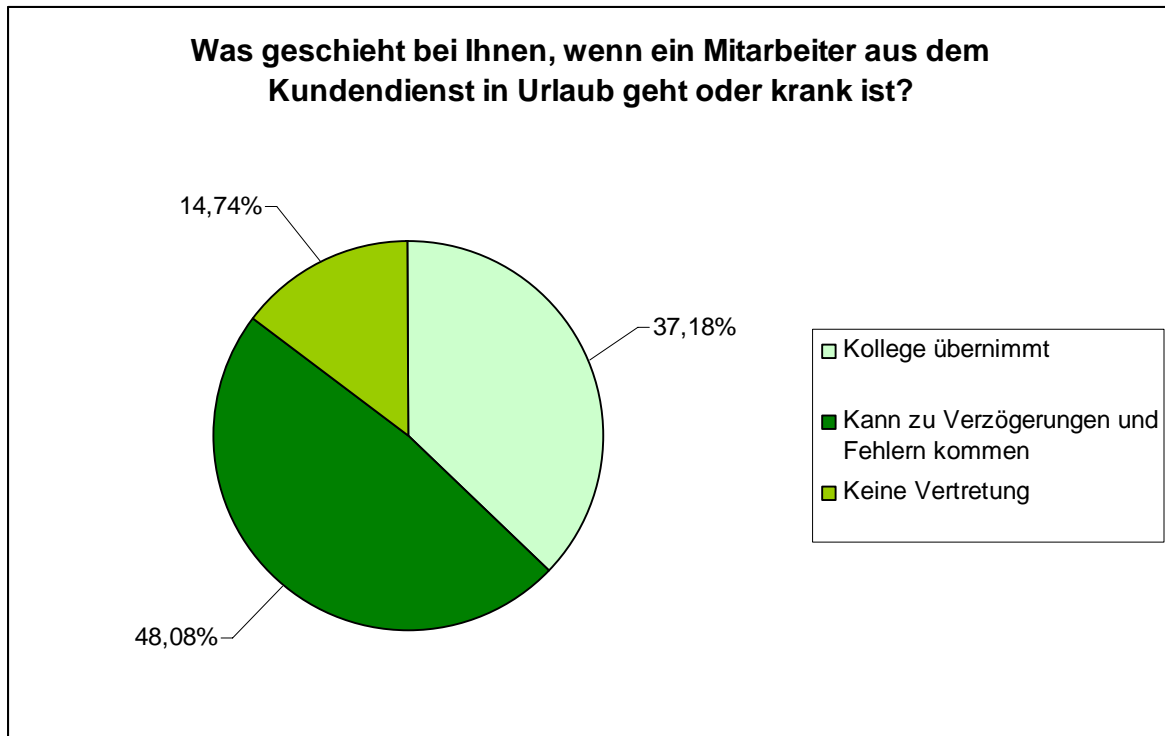
Kurzanalyse: Die Kundenzufriedenheit spielt bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten (60,90%) eine wichtige Rolle und gehört sogar mit zu den strategischen Unternehmenszielen. Knapp 30 Prozent (29,49%) befassen sich damit bereits in Teilbereichen oder Projekten. Jedes zehnte Unternehmen (9,62%) hat sich bisher jedoch noch gar nicht mit diesem Thema auseinandergesetzt.



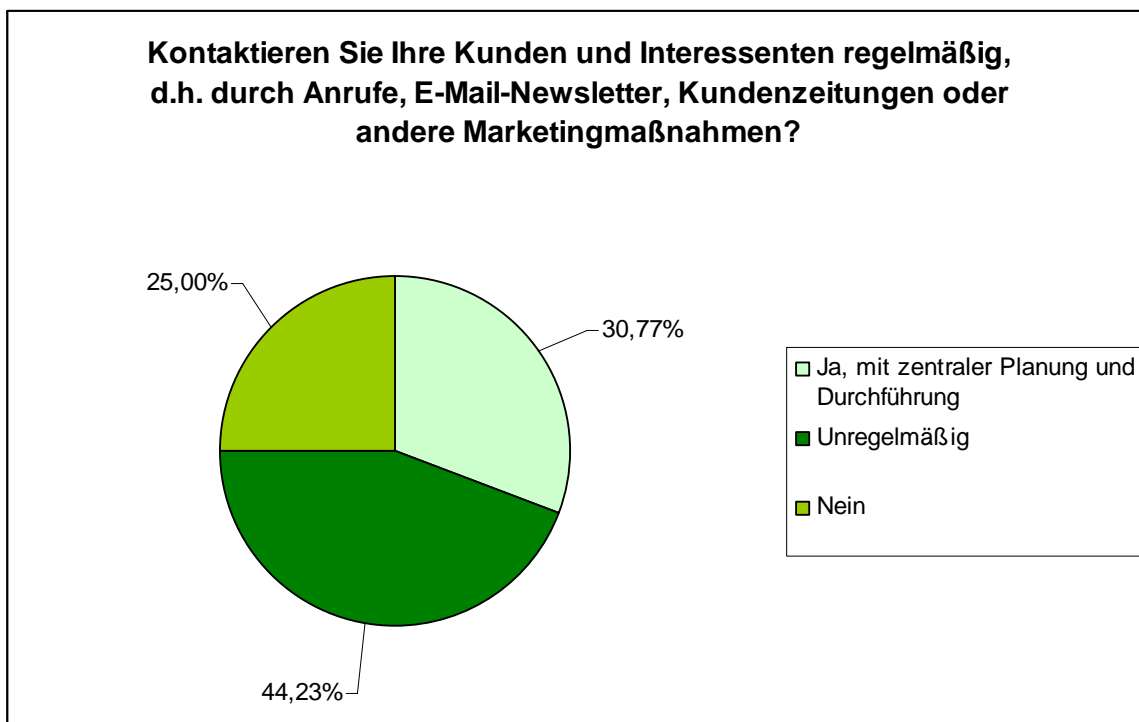
Kurzanalyse: Fast ein Drittel der Unternehmen (29,49%) verzichtet gänzlich auf ein Beschwerdemanagement. Die Mehrheit reagiert jedoch prompt und kulant auf jede Reklamation (40,38%) oder hat manchmal, trotz Bemühungen um eine schnelle Reaktion, mit Schwierigkeiten zu kämpfen (30,13%).



Kurzanalyse: Fast Dreiviertel der Befragten teilt seine Kunden in Kategorien ein. Während 38,46 Prozent dabei eine klare Strategie verfolgen, entscheiden bei 35,26 Prozent die bearbeitenden Mitarbeiter individuell. Nur ein Viertel (26,28%) verzichtet auf eine Kategorisierung seiner Kunden.



Kurzanalyse: Wenn im Kundeneinsatz Mitarbeiter wegen Urlaub oder Krankheit ausfallen, wird bei über einem Drittel der Unternehmen (37,18%) der Kundenservice reibungslos von einem Kollegen übernommen. Bei der Mehrheit der Befragten (48,08%) kann es hier zu Verzögerungen und Fehlern kommen. Bei jedem siebten Unternehmen (14,74%) müssen betroffene Kunden warten, bis der zuständige Mitarbeiter wieder zurück ist.



Kurzanalyse: Marketingmaßnahmen, um Kunden oder Interessenten zu kontaktieren werden von drei Vierteln aller Unternehmen durchgeführt. Die Mehrheit (44,23%) tut dies jedoch nur unregelmäßig. 30,77 Prozent der Befragten gab an, derartige Maßnahmen zentral zu planen und durchzuführen. Knapp ein Viertel (25%) reagiert ausschließlich auf eingehende Kundenanfragen.



4. Über die Sage Software GmbH

a) Unternehmen

Die Sage Software GmbH ist teil der international agierenden Sage Group. Diese ist mit 5,8 Millionen Kunden weltweit der drittgrößte Anbieter von betriebswirtschaftliche Software und Services. In Deutschland zählt das Unternehmen, mit mehr als 25 Jahren Erfahrung, 250.000 Kunden und mehr als 1.000 Fachhändlern zu den Marktführern für betriebswirtschaftliche und Services im deutschen Mittelstand.

Im Vergleich zum Wettbewerb punktet Sage durch seine große Nähe zum Kunden und seine ausgezeichnete Servicequalität. Gleichzeitig steht das Unternehmen für wirtschaftliche Stabilität und Sicherheit. Einzigartig im Markt ist zudem die angebotene Fülle an Produkten und hoch integrierten Lösungen, die Unternehmen zahlreiche Wachstumspfade bieten.

b) Software-Lösungen

Sage Lösungen sind speziell für die Bedürfnisse lokaler Märkte entwickelt. Sie helfen Unternehmen – vom Kleinunternehmen bis hin zum gehobenen Mittelstand – ihr Geschäft erfolgreicher zu führen. Das Produktportfolio umfasst Lösungen für die Bereiche Warenwirtschaft und Produktion, Finanzbuchhaltung, Geschäftsanalyse, Personalwirtschaft und Kundenmanagement bis hin zu Spezial- und Branchenlösungen. Ein ausgezeichneter Service rundet das Angebot ab.



PR Kontakt

Jörg Wassink,

PR-Manager

Tel.: 069 / 5007 - 1130

Fax.: 069 / 50007 - 7130

eMail: Joerg.wassink@sage.de