

BEST CUSTOMER STRATEGY

» CRM Target Operating Model

CRM Target Operating Model

Zur erfolgreichen Umsetzung Ihrer CRM Strategie und der Etablierung eines Closed Loop CRMs müssen verschiedene Elemente optimal zusammenspielen. Ein CRM Target Operating Model hilft Ihnen bei der Operationalisierung Ihrer CRM Strategie, indem Ihre Organisation, Prozesse, Tools und Ressourcen an einer Steuerung mittels kundenbezogener KPIs ausgerichtet werden.

Ablauf



1. Ist-Analyse von Steuerung, Prozessen, Rollen & Verantwortlichkeiten und Systemlandschaft



2. Workshops und Interviews mit relevanten Bereichen/Stakeholdern



3. Konzeption und Implementierung des CRM Target Operating Models



4. Change Management, Schulung und Erfolgsmessung

Vorgehensweise

- **Analyse, Konzeption und Implementierung** eines **CRM Target Operating Models (TOMs)**, das die Elemente aufeinander abstimmt, um ein Closed Loop CRM zu etablieren und zu nutzen
- **Steuerung:** Ableitung und Verankerung kundenbezogener KPIs aus der CRM Strategie als Steuerungsdimension im TOM
- **Organisation & Prozesse:** Strukturierte Analyse und Optimierung von Marketing-, Vertriebs- und Service-Prozessen und deren organisatorischer Verankerung
- **Ressourcen:** Definition klarer Rollen und Verantwortlichkeiten, Schaffung eines CRM Mindsets sowie CRM Kompetenzaufbau
- **Tools & Daten:** Definition von CRM Tool-Landschaft, Daten und Schnittstellen und Verankerung mit den Kundenprozessen

Mehrwert & Nutzen

- Ihre **Strategie wird durch das TOM operationalisiert**, indem das Zusammenspiel von **Menschen, Prozesse, Daten, Tools & Technologien** aufeinander abgestimmt und gesteuert wird
- Effiziente CRM Tool-Nutzung durch **schlanke**, eindeutig definierte **kundenbezogene Prozesse** und **klare** Zuweisung von **Rollen und Verantwortlichkeiten** für Mitarbeiter, die damit arbeiten
- Identifikation taktischer und strategischer **Potenziale** zu **Kundenzentrierung, Effizienzsteigerung** und Erhöhung der **Flexibilität**

Lösungsansatz

Zusammenspiel der verschiedenen relevanten Elemente in einem CRM Target Operating Model



IHRE ANSPRECHPARTNER

Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Thomas Hamele

Geschäftsführender
Gesellschafter

+49 (0) 172 41 42 255

hamele@best-customer-
management.com



Frank Meyrahn

Geschäftsführender
Gesellschafter

+49 (0) 172 59 81 988

meyrahn@best-customer-
management.com



Dr. Markus Guthier

Head of Customer Centric &
Digital Transformation

+49 (0) 177 28 20 244

guthier@best-customer-
management.com

BCM Best Customer Management GmbH

Frauenstr. 22

80469 München

+49 (0) 89 232398821

info@best-customer-management.com

www.best-customer-management.com

Ein Unternehmen der **2Mforum**. Gruppe.