



Digitale Transformation im Sport mit der BCM.: **Customer Management** im Fokus

Digitalisierung und kundenzentrierte Strategien im Sports Business

ABOUT US

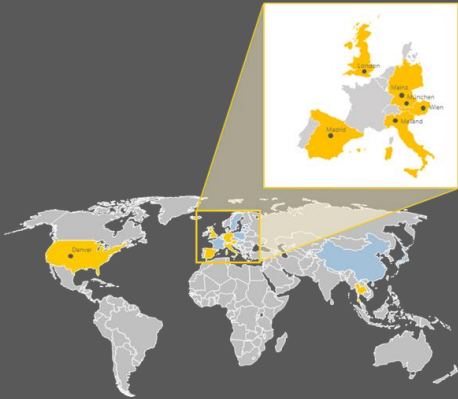


Christopher Zec
Head of Sports Business



Thomas Hamele
Executive Partner

„Wir haben eine Leidenschaft für **Best Customer Management, Marketing und Sales Excellence**, um zusammen mit unseren ausgeprägtem Kundenfokus stets Mehrwert und beste Ergebnisse für unsere Kunden zu erzielen.“




Unsere Werte

Partnerschaftliche Zusammenarbeit im One-Team-Ansatz

- Transparenz & Offenheit
- Pragmatismus & Lösungsorientierung
- Leidenschaft & Kunden-Commitment
- Hohe Qualität & Faire Preise

Unsere Erfahrung

-  Best Customer Strategy
-  Best Digital Disruption
-  Best Customer Experience
-  Best Customer Analytics & Insights
-  Best Customer Interaction
-  Best CRM-Tools & Technology

Unsere Referenzen



BCM. Best Customer Management

BCM. Best Customer Management ist eine der führenden Unternehmensberatungen, bei der Sie Beratungsleistungen entlang der gesamten Kunden-Wertschöpfungskette in höchster Qualität erhalten. Das Leistungsportfolio geht von der Definition der Digital- und Kundenstrategie, der Ausgestaltung von ganzheitlichem Customer Management (CM), bis hin zu CRM-Toolvaluierungen, klassischen, agilen & hybriden Projektmanagement und T- Implementierungs-Management von CRM-Tools.



CONTENT

01 HERAUSFORDERUNGEN IM SPORTS BUSINESS

02 USE CASE: REIFEGRAD ASSESSMENT CXM

03 USE CASE: BCM. TOOL-ANALYZER

04 USE CASE: CM-STRATEGIE

Herausforderungen beeinflussen Fan-/Kundenbeziehung

- **Kommunikation mit Kunden und Fans**
- **Überblick der Daten**
- **Effektive Datenanalyse**
- **Zeitaufwand & Effizienz von Geschäftsprozessen**
- **Komplexe Themen rund um den Datenschutz**
- **Fehlende Expertise im Umgang mit Technologieauswahl**



USE CASE TTBL

Auswahlprozess des passenden CRM-Tools

Vorauswahl Anbieter (Short-List)

- Auswahl von **8 Short-List-Kandidaten** auf Grundlage des "Anforderungs-Fits"
- Tools, die sowohl CRM für **B2C** als auch **B2B** abdecken
- Tools mit **breitem Branchenfokus** und Tools aus der **Sportbranche**



Auswahl Anbieter für PoC und Beantwortung Anforderungskatalog

- Gemeinsame Anforderungvalidierung und **Diskussion der Vorauswahl** der Anbieter (**Short-List**)
- **Entscheidung** bzgl. der **Top-3 Tools**, die in den **PoC** und zur detaillierteren Beantwortung des Anforderungskatalogs ausgewählt werden sollen

- Top 1: ...
- Top 2: ...
- Top 3: ...

Durchführung PoC

- Definition von **Use Cases** für die Tool-Demo im PoC
- Planung, Koordination und Durchführung von **Tool-Demos (PoC)**
- Bereitstellung des **Bewertungsbogens** an die TTBL-Teilnehmer beim PoC

TCO und Entscheidungsempfehlung

- **Kostenindikation (TCO)** für die Kandidaten der Short-List unter Berücksichtigung der Kosten für Lizenzen, Implementierung, Integration (5-Jahres-Zeitraum)
- **Handlungsempfehlung** für die **Anbieter-/Tool-Auswahl** aus Anforderungs-Fit, PoC, Kosten

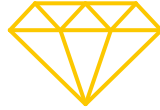
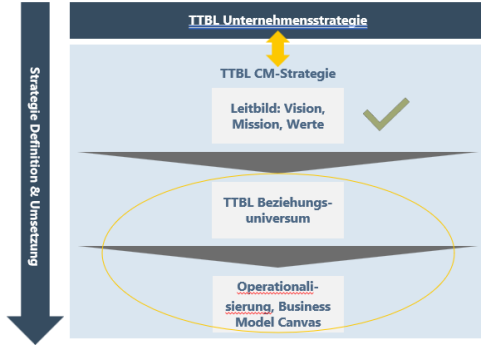


CRM-Tool

Auswahl des passenden CRM-Tools durch TTBL

CM STRATEGIE

Eine kundenzentrierte Unternehmensausrichtung ist entscheidend im Wettbewerb, und das BCM. Reifegrad Assessment CXM unterstützt bei der strukturierten Positionsbestimmung und Zieldefinition auf der "CXM Journey".



TTBL-Werte

- Ausdauer
- Teamgeist
- Höchstleistung
- Dynamik



CRM-Strategie-Workshop mit Diskussion und Festlegung von Vision, Mission und Werteleitbild



Erarbeitung des Beziehungsuniversums



Definition von Kundensegmenten und Ableitung Segmentstrategie



Implementierungs-Begleitung beim gewählten CRM-Tool





Von Ausgangslage zu Erfolg: Ganzheitlicher Ansatz mit klaren Nutzenfaktoren im CRM-Projekt

Ausgangssituation

TTBL möchte im CRM-Bereich professionalisieren, sich kundenzentrierter ausrichten und plant nach einer Standortbestimmung weitere Maßnahmen.

Projektansatz

CXM-Reifegrad-Assessment und Roadmap-Erstellung, Strategie-Workshop für Vision und Mission, CRM-Toolvaluierung mit Implementierungs-Support für das gewählte Tool.

Erfolgsfaktoren

CRM-Verständnis fördern mit Reifegrad-Assessment. Strukturierte CRM-Tool-Auswahl für klare, kundenfokussierte Ziele durch Vision, Mission und Werteleitbild.

Nutzen

Ganzheitlicher Blick von Strategie bis Tools, Standortbestimmung und Zielsetzung für Handlungsfelder. Priorisierte Maßnahmen in zeitlicher Roadmap für höheren Reifegrad und mehr Kundenzentrierung.



In nur drei Schritten starten...

01

Einfach QR-Code scannen und zum CX ValueRator gelangen



02

Fragen alleine oder mit KollegInnen beantworten



03

Kostenlosen und umfassenden Bericht zur CXM-Reife erhalten



THANKS & LET'S CONNECT

