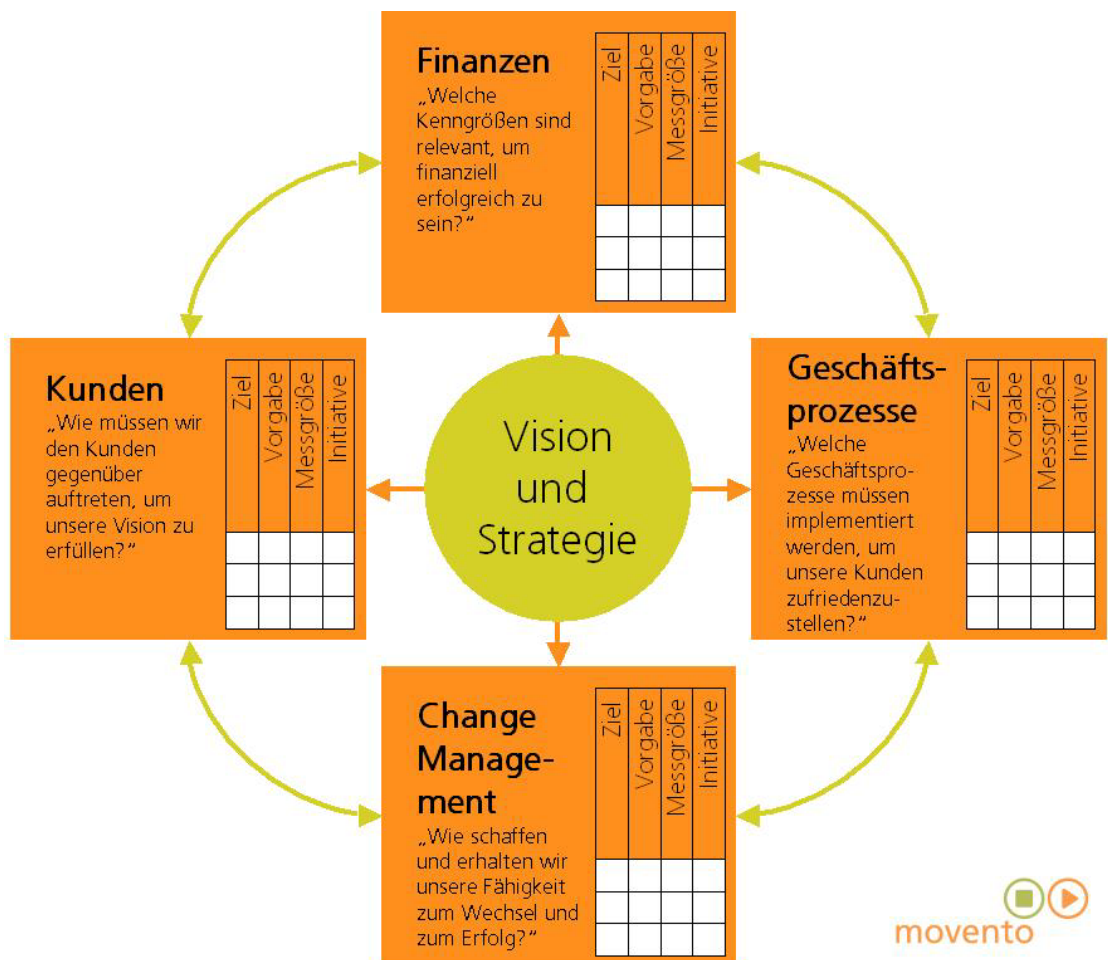




movento Customer Note movento CRM Balanced Scorecard

Vorliegende Customer Note informiert Sie in groben Zügen über ein wesentliches Element der movento Projektmethodik, der Balanced Scorecard und ihr Platz in unserer strategischen Beratung.

In den Workshops nutzen wir neben anderen klassischen Analyseelementen auch das **Balanced Scorecard** – Modell, das in den frühen 90er Jahren von Robert Kaplan und David Norton entwickelt wurde. Die BSC basiert vereinfacht gesagt auf der Annahme, dass für die jeweiligen Stakeholder (Kunden, Finanzen, Change Management, Prozesse) entsprechende Kernfragen postuliert werden, die die Analyse der Anforderungen von vorneherein beeinflusst.





movento

In Bezug auf typische Anforderungen unserer Kunden, könnte eine Balanced Scorecard (BSC) beispielhaft wie folgt aufgebaut werden:

		Ziel	Vorgabe	Messgröße	Initiative
B e i s p i e l	Finanzen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gesamtprofitabilität verbessern ▶ Kundenprofitabilität verbessern ▶ Steigerung der Kundenloyalität 	+5 % → 2 % → 50 Euro → 65 % →	ROI Marktanteil Ertrag pro Kunde Kundenanteil	<ul style="list-style-type: none"> ▶ CRM-Motivation ▶ Loyalitäts-Programme
	Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kampagnenmanagement ▶ Servicemanagement ▶ One-Stop-Shopping 	10% → 2 h → Überschneidungsfreiheit →	Responserate pro Kampagne Service-Response-Time Angebot	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kundenprofile ▶ Schulung ▶ Angebotsbereinigung
	Kunden	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kundenzufriedenheit ▶ Kundenbetreuung verbessern 	< 5 % → < 15 % → 2,5 →	Zufriedenheitsindex Kundenverluste Cross-Selling Ratio	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Beschwerdemanagement einführen ▶ Schulungsoffensive ▶ Optimierte Ansprache
	Change-Management	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kundenorientierte, motivierte Mitarbeiter ▶ BU-übergreifende Kundenansprache ▶ Gesamt-Angebots-Portfolio 	xx Index → 1 → 1 →	Mitarbeiterzufriedenheit Anzahl Kundendatenbanken Angebotskatalog	<ul style="list-style-type: none"> ▶ CRM-System ▶ Schulungen ▶ Datenbereinigung





Wichtige Elemente der Projektmethodik

Die wichtigsten Elemente der Projektmethodik werden in folgender Tabelle näher erläutert:

Element	Inhalte
<i>Auswahl des Projektteams</i>	<p>Zu Beginn jedes CRM-Projektes steht die Auswahl des Projektteams. Weil die Einführung eines CRM-Systems nicht nur verschiedene Bereiche des Unternehmens berührt, sondern auch zu Veränderungen in der täglichen Arbeit führt, ist der Faktor „Mensch“ unbedingt einzubeziehen. Somit bedingt die Einführung eines CRM-Systems zugleich ein Change Management, um auftretende Widerstände der Mitarbeiter zu überwinden.</p> <p>Die Einführung eines CRM-Systems erfordert den Dialog zwischen IT- und Fachseite, z.B. hinsichtlich der Machbarkeit. Deshalb sind in das Projektteam IT- und Fachexperten zu integrieren. Die Fachexperten sollten dabei die späteren Nutzer repräsentieren, damit das CRM-System nicht am Bedarf vorbei konzipiert wird.</p>
<i>Kick-off-Meeting</i>	<p>Das Kick-Off – Meeting klärt die grundlegenden Fragen über das vorliegende Projekt und strukturiert es grob.</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none">☐ Begrüßung u. gegenseitiges Vorstellen☐ Projektauftrag erläutern☐ Projektziel aus Unternehmenssicht☐ Projektziel aus Sicht der Teammitglieder☐ Strukturierung des Projektes☐ Festlegen der Aufgabenverteilung:<ul style="list-style-type: none">▶ Klären der Rollen und Erwartungen der Teammitglieder▶ Klärung der Erfolgskriterien für das Team▶ Festlegen der Arbeitsorganisation im Projekt▶ Vereinbaren der nächsten Arbeitsschritte▶ Ausklang <p>Der Projektsponsor sollte am Kick-off-Meeting teilnehmen, um die Bedeutung des Projektes zu signalisieren.</p> <p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none">☐ Übereinstimmende Vorstellungen über Ziele, Inhalte und Rahmenbedingungen des Projekts☐ Gemeinsame Projektleitung, Rollenverständnis☐ Abgestimmter Zeitplan für das Projekt (Meilensteine)



Element	Inhalte
<p style="text-align: center;"><i>CRM Motivation</i></p>	<p>Die CRM Motivation dient dazu, die wesentliche Tragweite der künftigen CRM-Philosophie zu definieren, zu erläutern und in den Köpfen der Teilnehmer zu verankern. Wesentlich ist die Frage nach einer ganzheitlichen Sicht auf den Kunden, ohne in erster Linie über technische Aspekte zu sprechen.</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Erläuterung des Prinzips <i>CRM Motivation</i> ☐ Darstellung der Eckpunkte der CRM-Philosophie ☐ Klärung der gemeinsamen Ziele <p>Aufgabenverteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Klären der Rollen und Erwartungen der Teammitglieder ☐ Klärung der Erfolgskriterien für das Team <p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Gemeinsames Verständnis über die CRM-Philosophie und –Strategie in den Business-Units.
<p style="text-align: center;"><i>CRM Big-Picture</i></p>	<p>Das CRM Big-Picture stellt grob die strategische Aufstellung der zukünftigen Kundenbeziehungs-Landschaft dar. Es besteht aus einer betriebswirtschaftlichen und einer (kleinen) technischen Komponente und hilft den Projektmitgliedern, sich während des Projektes immer wieder über den einmal vereinbarten Scope zu verständigen.</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Erläuterung des Prinzips CRM Big-Picture ☐ Strukturierte Darstellung der Zielvorstellungen betriebswirtschaftlich und technisch <p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Gemeinsames Big-Picture über die zukünftige Kundenbeziehungs-Landschaft der Business-Units.
<p style="text-align: center;"><i>CRM Balanced Scorecard</i></p>	<p>Die CRM Balanced Scorecard (BSC) ist ein Hilfsmittel zur Strukturierung der Anforderungen im Projekt und der daraus abzuleitenden Initiativen. Details siehe oben.</p>
<p style="text-align: center;"><i>Check-Point</i></p>	<p>Der Check-Point dient dazu, die Ergebnisse jeder Sektion im Projektplan von n parallelen Teilprojekten strukturiert zusammenzuführen und als Basis für die folgenden Workshops wieder aufzubereiten.</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Zusammenfassen der Ergebnisse seit dem letzten Check-Point ☐ Iteration bei Rückfragen ☐ Vorbereitung der Folgeworkshops <p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ Strukturierter Zwischenbericht und Status über das laufende Projekt.



movento

Element	Inhalte
<i>Fit-Gap – Analyse mySAP CRM</i>	<p>Dies ist ein besonderes Angebot von movento zur Validierung der Soll-Anforderungen mit den zurzeit und voraussichtlich verfügbaren Funktionen von mySAP® CRM.</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none">▣ Abgleich Soll-Prozesse mit aktueller SAP-Dokumentation zu mySAP CRM 3.0 und 3.1 und aus der Erfahrung mit Projekten dieser Releases▣ Abgleich von Detailfragen mit dem Produktmanagement CRM der SAP AG (Kontakt wird über das Netzwerk von movento hergestellt) <p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none">▣ Valide Grundlage zur Abschätzung der Implementierungsaufwände und der Budgets.
<i>Kommunikation des Projektab- schlusses</i>	<p>Der Projektsponsor kommuniziert unternehmensweit den Abschluss des Projektes. Dies beinhaltet die erarbeiteten Ergebnisse sowie das weitere Vorgehen.</p>





movento

Kontakt

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Bitte wählen Sie, wie Sie mit uns in Kontakt treten möchten:

movento GmbH

Hauptsitz

Marienstr. 39
70178 Stuttgart

Geschäftsführer:

Christoph Resch

Patrick Ganzmann

07 00. 1 movento (6 68 36 86)

info@movento.com

www.movento.com

HRB Stuttgart 22871

movento GmbH

SAP-Stützpunkt

Wilhelmstr. 78
67899 Reilingen bei Walldorf

