

Mehr Zeit zum Verkauf

CRM-SYSTEME. Informationen über Kunden sind in vielen Unternehmen nur im Kopf der jeweiligen Verkäufer abgelegt. Ein Austausch innerhalb des Vertriebs und mit anderen Abteilungen findet zu selten statt. Und verlässt ein Verkäufer das Unternehmen, geht die Information gleich mit und am Ende gar der Kunde.

Der Markt hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Wo sich früher Kundenbeziehungen durch langjährige Beständigkeit auszeichneten, wechseln heute Kunden schneller ihren Druckpartner. Der starke Preisverfall setzt Verkäufer unter hohen Druck, ständig neue Kunden zu akquirieren, um vergleichbare Erträge wie früher zu erzielen.

REIBUNGSVERLUSTE. Einige Druckereien haben sich dem Wandel angepasst und auf die Anforderungen reagiert. Sie haben die interne Kommunikation verbessert

– mit nachweislichem Ergebnis: der Kunde fühlt sich gut aufgehoben und bleibt trotz günstiger Angebote dem Druckpartner treu.

Andere haben dies zwar erkannt, aber nicht entsprechend gehandelt. Fehlende Transparenz macht es umso schwieriger für die verschiedenen Abteilungen und Standorte einer Druckerei, effizient zu arbeiten. Dies verursacht höhere Kosten, mehr Zeitaufwand, bringt Reibungsverluste und ist obendrein wenig motivierend für die Mitarbeiter.

In erster Linie sind die Bereiche Marktanalyse, Marketing, Werbung, Innendienst und Außendienst von mangelnder Transparenz betroffen. Für alle kann die Lösung CRM – Customer Relationship Management heißen. Der Vorteil: vernetztes Arbeiten und geteilte Information schaffen Synergien, Effizienz und Nachhaltigkeit.

CRM-SYSTEM IN DER PRAXIS. Im realistischen Alltag verbringt ein Verkäufer 50 Prozent seiner Arbeitszeit im Auto, 10 Prozent mit Verwaltung, 10 Prozent mit der Terminvorbereitung und 10 Prozent in Pausen zwischen Terminen. Nur 20 Prozent sind wirklich aktive Verkaufszeit. Diese Aufstellung zeigt, wie wenig Zeit dem Verkäufer im Schnitt für den Kunden bleibt, obwohl dies mindestens ein Viertel mehr sein könnte.

Durch ein strukturiertes CRM-System hat es der Verkäufer leichter bei der Ansprache von Neukunden. Es ergibt sich folgende idealtypische Prozesskette: Die Marktana-

spardorado.de

Mit Bundles **50%** und mehr sparen!

DOCMA-Bundle: 1.248 lizenzfreie Fotos von Doc Baumann

Alle 8 Bände, jedes Foto im Format A4 bei 300 ppi Auflösung, jede Box mit großen Vorschau-Bildern im gedruckten Booklet plus Workshop zum jeweiligen Thema auf CD – im Bundle jetzt bei Spardorado zum halben Preis (solange der Vorrat reicht)
Addison-Wesley 2007
PBDOC

Statt 399,60 €*
Nur 199,80 €

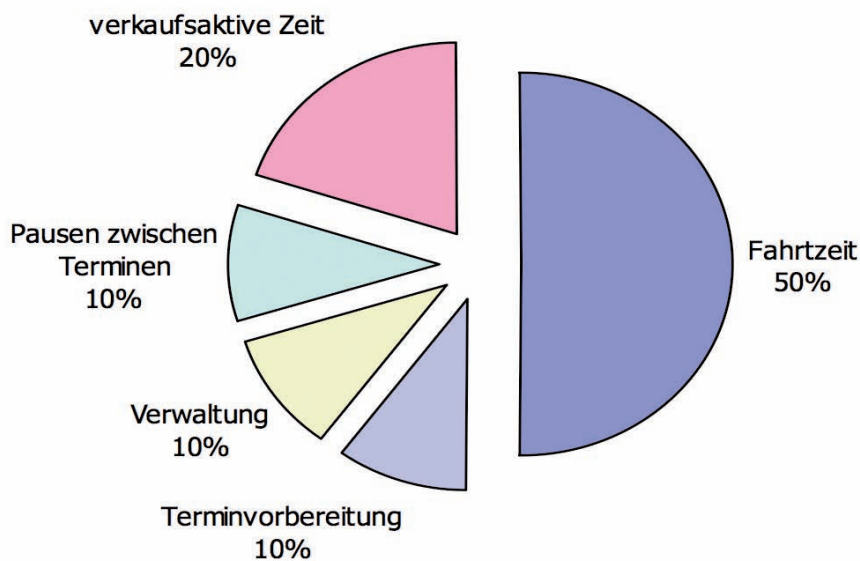


* Summe der Coverpreise inkl. MwSt. (je EUR 49,95 UVP)

Ihre erste Adresse für ■ Remittenden ■ Messerrückläufer ■ Sonderausgaben ■ Ladenpreisauflhebung

Schnell ins Internet unter www.spardorado.de/DD dem Online-Bookshop in Kooperation mit **Deutscher Drucker**

Verkaufsaktive Zeit eines Außendienstmitarbeiters



Geht man von einem realistischen Arbeitstag eines Außendienstmitarbeiters aus, verbringt er lediglich 20 Prozent seiner Arbeitszeit mit seinem eigentlichen Kerngeschäft – dem Verkauf und dem Kundenkontakt.

lyse hat bereits die grundlegenden Daten, wie Adresse, richtiger Ansprechpartner, Mitbewerber, Volumen des zu vergebenden Auftrags und im Idealfall die Entscheidungskriterien sowie die Ausschreibungsdaten analysiert. Die Marketing- und Werbeabteilung hat aufgrund dieser Daten ein Mailing an den Kunden geschickt. Der Außendienst kann sich somit auf das Mailing beziehen, die Firma ist dem Kunden schon ein Begriff und es folgt ein leichter Einstieg. Nach dem Telefonat oder persönlichen Termin, pflegt der Verkäufer die neuen Informationen und Einstufung des Kunden ein. Diese werden beispielsweise bei der nächsten Mailingaktion genutzt und gefiltert.

WAS BRINGT CRM IM ERGEBNIS? Bei Druckereien mit größerer Vertriebsstruktur werden Überschneidungen in der Kundenakquise durch mehrere Verkäufer vermieden. Das strukturierte Datenmanagement spart Kosten und sichert ständig einen einheitlichen Informationsstand für alle. Die Mitarbeiter der betreffenden Abteilungen können auf ein aktualisiertes System zurückgreifen, die Fehlerquote wird minimiert.

CRM-Kundenmanagementsysteme sind auf die Parameter

- Höhere Transparenz
- Sinkende Suchkosten
- Automatisierung von Routineaufgaben
- Wegfall von mehrfacher Datenpflege
- Managementtools ausgelegt.

Für einen Verkäufer bedeutet dies auch Zeitersparnis im täglichen oder wöchentlichen Reporting und seinen Besuchsberichten. Der Geschäftsführer und/oder entsprechende Vorgesetzte kann per Knopfdruck den Stand der Neukundenverhandlungen und Projekte abrufen. Sie können jederzeit ersehen, wo sich der Verkäufer aufhält und was seine Wochenplanungen im Weiteren vorsehen. Für den Verkäufer hat das auch zur Folge, dass auch die Zeit zwischen Terminen aufgrund des mobilen Online-Zugriffs für das Kontaktieren weiterer (Neu-)Kunden genutzt werden kann.

CRM-IMPLEMENTIERUNG. Die grundlegende Installation des Systems sowie die Schulung der entsprechenden Mitarbeiter dauern etwa zwei bis drei Tage. Die vorhandenen Adressen, Kundeninformationen et cetera können aus verschiedenen Programmen importiert werden. Zusätzlich ist zu bestimmen, wie die Adressen klassifiziert, die Vorlagen individualisiert werden. Für die Anpassung auf die Unternehmens- und Informationsstruktur werden rund zwei bis drei Wochen benötigt. Bei einer bereichsübergreifenden Einführung entstehen Kosten im unteren fünfstelligen Bereich. Die Erfahrung hat gezeigt, dass sich ein solches System innerhalb eines Jahres amortisiert. **Jochen Schulz**

Der Autor Jochen Schulz (Schulz Consulting, Mannheim) ist seit 25 Jahren im Druckgeschäft tätig – unter anderem als kaufmännischer Leiter sowie als Vertriebsleiter.

Kann sich Ihr Druckergebnis messen?



gmg printControl

GMG stellt PrintControl vor: die Kalibrationssoftware für den Druckprozess

- Ermittlung der optimalen Dichte
- CtP-Korrekturkurven und Tonwertzunahme
- Überprüfung der Primär- und Sekundärfarben
- Analyse der Graubalance

www.gmgcolor.com

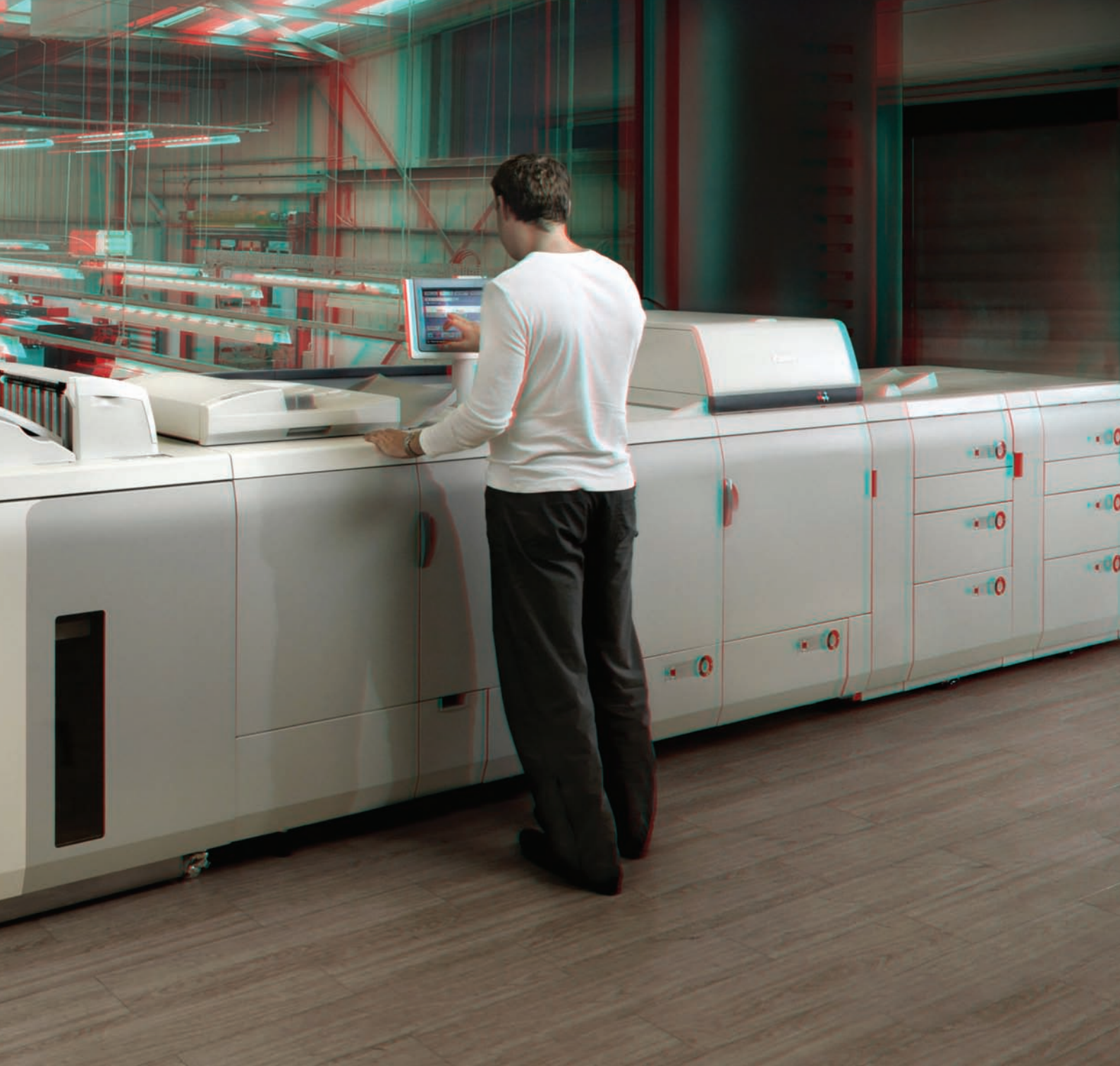
GMG GmbH & Co. KG
Mömpelgarder Weg 10
72072 Tübingen
Deutschland

Tel: +49 (0) 70 71/9 38 74-0
Fax: +49 (0) 70 71/9 38 74-22
info@gmgcolor.com
www.gmgcolor.com

we know color



Eine neue Perspektive für Ihr Geschäft



Dem digitalen Auflagedruck gehört die Zukunft. Jetzt ist der Zeitpunkt, Ihrem Geschäft eine richtungsweisende Perspektive zu geben. Mit Digitaltechnik, die selbst Offsetverwöhnte überzeugt. Mit Workflow-Lösungen, die Ihre Arbeit radikal beschleunigen. Und mit einem Service, auf den Sie sich ohne Wenn und Aber verlassen können. Kurz: mit einem Partner, der Sie dabei unterstützt, neue Einnahmequellen zu erschließen.

Weitere interessante Perspektiven unter:
www.canon.de/imagePRESS

you can
Canon


imagePRESS C7000VP


Workflow
PROGRAM

Essential
Business
Builder
Program


EURO2008
Austria-Switzerland

Offizieller Sponsor der
UEFA EURO 2008™