

CRM-INSIGHTS

Was treibt den Umsatz und die Kundenbindung an?



Bevor wir beginnen



Alle sind
stumm
geschaltet



Fragen sind
willkommen



Aufnahme
verfügbar

IHRE HEUTIGEN REFERENTEN



Ralf Korb

Analyst, Marktexperte,
CRM- und CX Experte
Co-Host CRMKonvos



**Thomas
Wieberneit**

International nachgefragter
CRM- und CX Experte
Co-Host CRMKonvos



**Andreas
Schuster**

Customer Success
Director, SugarCRM



**Charlynn
Elezi**

Customer Marketing
Director, SugarCRM

TAGESORDNUNG

EINFÜHRUNG

OFFENE DISKUSSION

Der aktuelle Stand des CRM

Tote Winkel und Blockaden

Kunden-Abwanderung

CRM Trends und Erwartungen

Q&A



DER AKTUELLE STAND DES CRM

**Fördert oder hemmt CRM das Kunden-
Engagement?**



52 %

der Vertriebsleiter
sagten, ihr CRM-
System verursacht
Umsatzeinbußen.

CRM and Sales Impact Report, 2021

50 %

der Unternehmen sagten, sie hätten keinen übergreifenden Zugriff auf Kundendaten in Marketing-, Vertriebs- und Servicesystemen.

CRM and Sales Impact Report, 2021



**WAS SIND DIE
BLOCKADEN UND
TOTEN WINKEL, DIE ZU
REIBUNGSVERLUSTEN
IM VERTRIEB FÜHREN?**

KOSTEN DES STATUS QUO

Der durchschnittliche Vertriebsmitarbeiter verbringt nur



54 %

seiner oder ihrer Zeit mit Verkaufstätigkeiten.



53 %

der Befragten sagen, der administrative Aufwand ihres CRM verursache Reibungsverluste für ihr Vertriebsteam.



der Befragten erwähnen unzureichende Schulung und Hilfe bei der Anpassung ihres CRM.

WAS VERURSACHT KUNDEN- ABWANDERUNG?

ABWANDERUNGSQUOTEN



Ohne Zugriff zu den richtigen Daten **können Unternehmen Ihre Kunden nicht zufriedenstellen** oder die CX so kalibrieren, dass die **Abwanderung minimal bleibt**

56 % der Befragten gaben an, ihre Abwanderungsquote sei **in den letzten 12 Monaten gestiegen** – und das kostet Geld.

Die Abwanderung kostet mittelständische Unternehmen

5,5 Millionen Dollar pro Jahr.



57 % der Befragten sagten, sie hätten Mühe, vorherzusagen, wann Kunden abwandern werden.

Selbst im Nachhinein, so **48 %** der Befragten, wüssten sie nicht, warum Kunden abgewandert sind.



**WIE VERÄNDERT DIE
TECHNOLOGIE DIE
ERWARTUNGEN VON
VERTRIEBSLEITERN
UND KUNDEN?**

KUNDENTRANSPARENZ UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (KI)

UNTERNEHMEN SETZEN AUF KI

- **85 %** der Befragten nutzen „KI bis zu einem gewissen Grad“
- **88 %** erwarten 2021 einen verstärkten Einsatz von KI

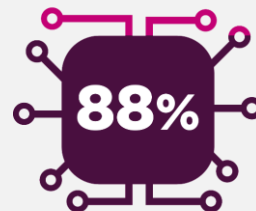
ABER ... DIE HERAUSFORDERUNGEN BLEIBEN KONSTANT

- Mangelnde Quantität und Qualität der Kundendaten
- Zugang zu schnellen, einfachen Verbesserungs-Tools

„Sales-Teams, die sich auf KI-gesteuertes CRM stützen, können die Vorteile der Lead-Insights und Opportunity-Modelle nutzen, die ihnen einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen.“

—**PAUL GREENBERG**

Präsident der 56 Group und Verfasser von *CRM at the Speed of Light*



Die Befragten erwarten den **vermehrten Einsatz von KI-**Technologie zur Verbesserung Ihrer CRM-Prozesse **in den nächsten 24 Monaten.**

5 LEKTIONEN



1. Wir stehen möglicherweise kurz vor einer „Kundenbeziehungskrise“



2. Ein Legacy CRM bringt mehr Probleme als es löst



3. KI ist vielversprechend, aber es gibt noch Hürden



4. Vertriebs-Profis und -Leaders brauchen flexiblere und intelligentere Werkzeuge, um ihre Arbeit jeden Tag effektiver zu erledigen



5. Alles deutet auf die Notwendigkeit hin, in moderne, flexible und intelligente CX-Plattformen zu investieren, die Datenqualität und KI-Insights „automatisch“ generieren

Q&A

**Wir sind hier, um
Schwieriges
einfacher zu
machen**

KONTAKTIEREN SIE UNS



CRM AND SALES IMPACT REPORT

Are companies on the cusp of a customer relationship crisis?

Insights from 1,000 sales professionals on what's driving (or stalling)
revenue and customer engagement

BERICHT HERUNTERLADEN

DANK

**VIELEN
DANK**

DANK

 **sugarcrm** | **Let the platform do the work**

sugarcrm.com