

Neues NetSuite-Add-on CRM: CRM-Benutzer durch personalisierte Erfahrungen vereinen

Laralyn Ellsworth, NetSuite CRM Principal Outbound Product Manager

Jedes Unternehmen muss Kunden finden, anwerben und halten. Bei aufstrebenden Unternehmen ist häufig ein und dieselbe Person für alle Vertriebs-, Marketing- und Dienstleistungsaufgaben im Zusammenhang mit diesem Ziel zuständig. Wenn das Unternehmen jedoch wächst, können für Funktionen, für deren Verwaltung zuvor wenige Personen ausreichend waren, bald ganze Teams benötigt werden. Dies zieht Herausforderungen in den Bereichen Kommunikation, Sichtbarkeit von Informationen und Antwortzeiten nach sich. Diese Probleme verschärfen sich häufig noch, wenn im Unternehmen Datensilos zum Einsatz kommen.

NetSuite stellt einen zentralen Ausgangspunkt für alle Daten dar, mit denen ein Unternehmen arbeitet. Viele Unternehmen starten beispielsweise mit einem ERP-System für die Verwaltung ihrer Finanzen und erkennen bald die Vorteile, die sich ergeben, wenn sie ihre Vertriebs-, Marketing- und Kundenserviceaktivitäten ebenfalls in NetSuite integrieren.

Unternehmen, die sich auf die Verwaltung von Kundenbeziehungen konzentrieren und sich bei der Optimierung der Automatisierung ihrer Verkaufsprozesse und des Marketings sowie bei der Optimierung ihrer Verwaltungsprozesse für den Kundenservice auf NetSuite CRM verlassen, wünschen sich möglicherweise auch mehr Sichtbarkeit bei ihren Verkaufsprognosen, Kampagnenmetriken und eskalierten Problemen. Deshalb bietet NetSuite jetzt über das neue **Add-on CRM** erweiterte CRM-Funktionen. Dazu gehören Rollen und Dashboards speziell für Vertriebsleiter, Vertriebsmitarbeiter und Marketing- und Kundenserviceteams sowie vordefinierte **SuiteAnalytics-Arbeitsmappen** zum Messen der Vertriebsleistung.

Werfen wir einen Blick darauf, warum solche Einblicke so kritisch für das Wachstum sind, und wie man sie erhält.

Der Drahtseilakt beim CRM

Während ihrer Expansion kümmern sich viele Unternehmen um die Anforderungen ihrer Vertriebs-, Marketing- und Serviceabteilung - allerdings einzeln. Das Ergebnis sind unterschiedliche Softwarelösungen für jedes der Teams. Infolgedessen sind Abstimmung und Integration der Daten in diesen grundverschiedenen Systemen häufig frustrierend, teuer und langwierig.

Gleichzeitig kann die schlechte Sichtbarkeit bei der Verkaufsleistung, den Marketingergebnissen und der Kundenzufriedenheit das Wachstum beeinträchtigen und zu teuren Fehlern führen.

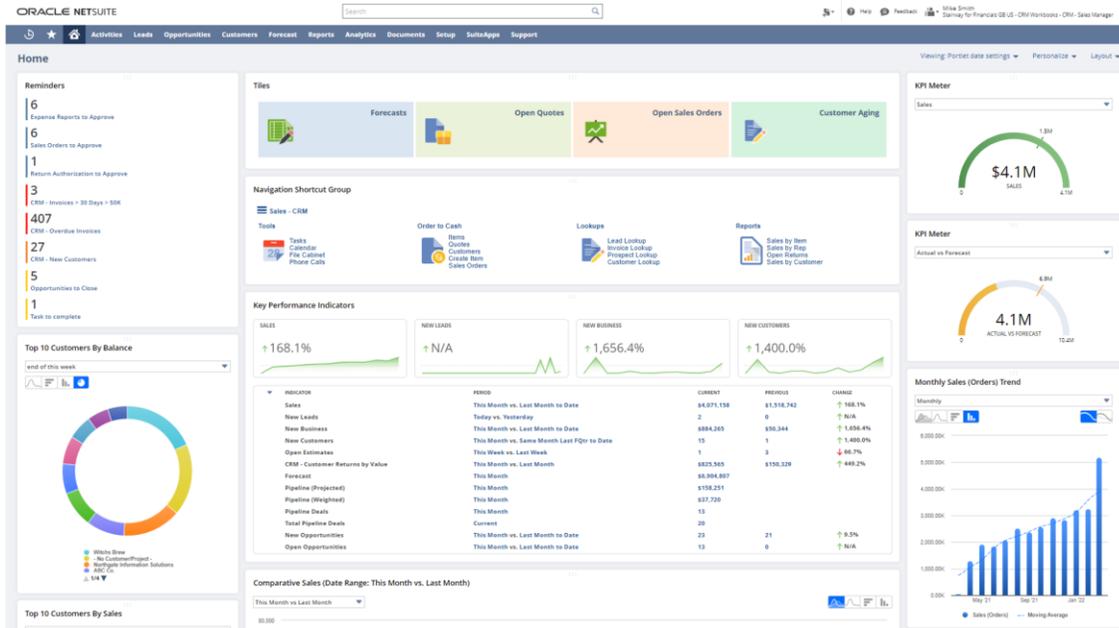
Leider kann auch ein gegenteiliger Ansatz, nämlich die Verwendung nur eines Systems, unvorhergesehene Folgen haben. Ein scheinbar einfaches, universelles Tool für die Verwendung in mehreren Teams stellt sich häufig als schlechte Lösung für die meisten Benutzer heraus. Ungeeignete Funktionen und mangelnde Flexibilität führen zu einer schwachen Akzeptanz, bis die Implementierung schließlich scheitert.

Bei CRM-Systemen kommt es auf die richtige Balance zwischen personalisierter Benutzererfahrung und teamübergreifenden Verbindungen an. Diese Faktoren tragen entscheidend dazu bei, ob ein zäher und langwieriger Kampf oder schnelles Unternehmenswachstum folgt. Wenn so viel auf dem Spiel steht, lohnt es sich, bei der Auswahl von Lösungen für Marketing, Vertrieb und Kundendienst die individuellen Anforderungen Ihrer Benutzer herauszufinden und zu berücksichtigen.

Ein gemeinsames Ziel, verschiedene Perspektiven: Was benötigt der Vertrieb?

Ihre CRM-Plattform sollte die Basis Ihres Vertriebsteams sein - eine zentrale Informationsquelle, auf die Ihre Mitarbeiter sich beim Prospecting, bei der Prognoseerstellung und -verfolgung und bei der Verwaltung von Verlängerungen und Zusatzverkäufen verlassen können.

Für CRM-Benutzer sind jedoch nicht alle Aspekte gleichermaßen interessant. Vertriebsmitarbeiter möchten sich auf unmittelbar anstehende Aufgaben konzentrieren, etwa welches Telefonat als nächstes ansteht, mit welchen Interessenten sie sich heute treffen und für welche anstehenden Abschlüsse Aktionen erforderlich sind. Ihr Hauptziel besteht darin, ihre Zielquoten zu erfüllen oder zu übertreffen.



Neues Dashboard für Vertriebsleiter

Vertriebsleiter haben dasselbe Ziel wie ihre Vertriebsmitarbeiter: Geschäfte abschließen und Geld verdienen. Für ihre Rolle beim Erreichen dieses Ziels benötigen sie jedoch sozusagen eine Vogelperspektive aller aktuellen Ereignisse. Sie möchten sicherstellen, dass ihre Mitarbeiter über die Unterstützung und Ressourcen verfügen, die sie benötigen, um Geschäfte abzuschließen. Sie müssen also bestimmen, wann sie ihnen Feedback, Unterstützung oder zusätzliche Schulungen anbieten.

Außerdem möchten sie sicherstellen, dass durch entsprechendes Marketing zu jedem Zeitpunkt ausreichend qualifizierte Leads vorhanden sind, um die Mitarbeiter auch auszulasten. Manager müssen Führungskräften bezüglich der Verkaufsleistung Bericht erstatten, möchten aber nicht viel Zeit für die Datensuche und die Berichterstellung aufwenden. Sie benötigen daher eine einfache, wiederholbare Methode, anhand derer sie präzise Prognosen erstellen können.

Verknüpft und personalisiert: Die Anforderungen der Marketingabteilung

Ein CRM-System muss auch die Anforderungen des Marketingteams erfüllen. Häufig werden Marketinglisten und Kampagnenberichte abseits von Verkaufsdaten in einem vollständig separaten System gespeichert, sodass gelungene Maßnahmen im Erfolgsfall nur schwer gewürdigt werden können. Wenn Verkaufserfolge keiner bestimmten Marketingkampagne zugeordnet werden können, erschwert dies nicht nur Marketingmanagern, einen ROI

nachzuweisen, sondern sie können auch zukünftige Kampagnen nicht sinnvoll anpassen, um die Ergebnisse zu optimieren.

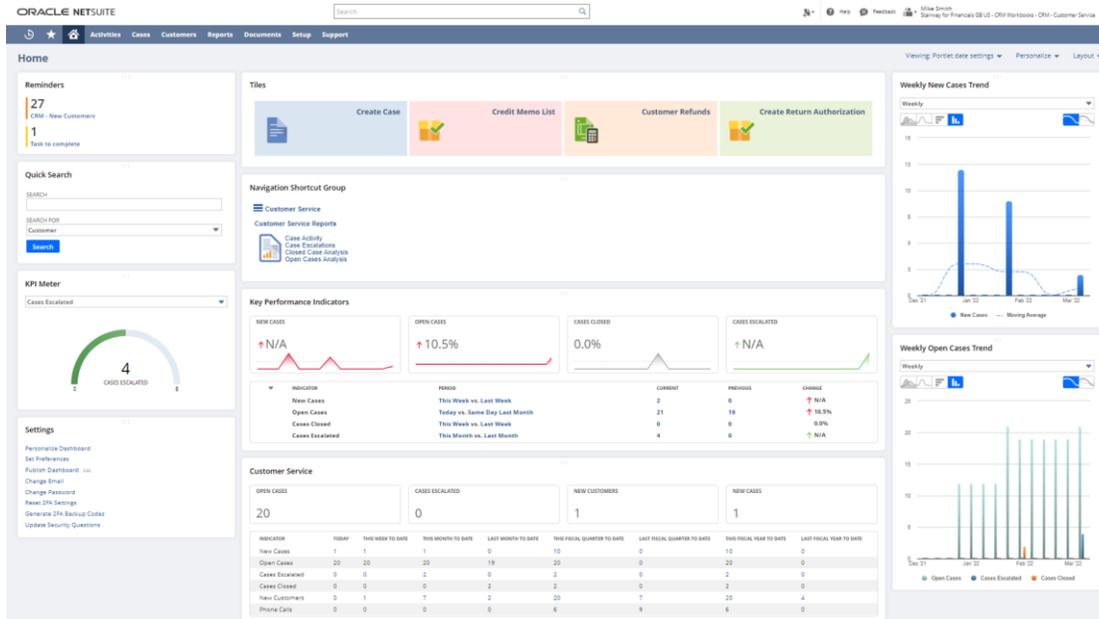
Ausgangspunkt für die Automatisierung von Multichannel-Marketingkampagnen zur Ausrichtung an Vertriebsinitiativen ist eine einzige Quelle für Lead-, Interessenten- und Kundendaten. Durch sie können Kampagnen für einen größtmöglichen Erfolg segmentiert und auf Zielgruppen zugeschnitten werden.

Nach dem Start einer Kampagne können die Teams Marketing Qualified Leads (MQLs) und Sales Qualified Leads (SQLs) durch den Sales Funnel verfolgen. Dadurch erhalten sie Einblicke in die Kampagnen, die die vielversprechendsten Leads und somit auch den höchsten Erlös hervorgebracht haben.

Auf die kleinen Dinge kommt es an ... aber auch auf das große Ganze: die Anforderungen des Kundendienstes

Kunden, die Ihr Servicezentrum anrufen, möchten Ihnen in der Regel eine ganz spezielle Frage stellen oder Ihnen ein spezifisches Ereignis mitteilen. Unabhängig von den Details erwartet der Kunde, dass Ihr Mitarbeiter direkt Antworten und Lösungen parat hat.

Um zeitnah zufriedenstellende Lösungen anbieten zu können, benötigen Kundenservicemitarbeiter Zugriff auf eine große Bandbreite an Informationen, wie etwa Kundendetails, frühere Bestellungen, Zahlungsverlauf, Produktkataloge und Bestand. Wenn Service-Agents nicht auf dieselben CRM-Daten zugreifen können wie Ihre Vertriebs-, Lager- und Finanzteams, werden sie es schwer haben, potenziell unzufriedenen Kunden passende und hilfreiche Antworten zu geben.



Neues Dashboard für den Kundenservice

Kundenservicemitarbeiter benötigen nicht nur einfachen Zugriff auf die Echtzeitdaten der Kunden, sondern auch ein System, mit dem sie Supporttickets effizient weiterleiten und eskalieren können. Einige Unternehmen weisen Supporttickets manuell zu. Dabei prüfen sie sie einzeln, bevor sie entscheiden, welcher Mitarbeiter welches Ticket bearbeiten soll. Dadurch verlängert sich jedoch die Dauer bis zur ersten Antwort, sodass der Kunde länger in der Warteschlange bleibt als nötig und sich sein Problem in der Zwischenzeit möglicherweise erschwert. Wenn Eskalationen nötig sind, kann das Zuweisen eines Tickets ohne Verzögerung an den nächsten freien Mitarbeiter den Unterschied zwischen begeisterten langfristigen Kunden und verlorenen zukünftigen Verkäufen bedeuten.

Firmen benötigen also unbedingt aussagekräftige, aktuelle und umfangreiche Daten, auf die unternehmensweit zugegriffen werden kann.

Was NetSuite CRM leisten kann

[NetSuite CRM](#) basiert auf der Plattform [NetSuite ERP](#). Das bedeutet, dass die Automatisierung der Verkaufsprozesse, das Kundenservicemanagement und die Marketingautomatisierung von NetSuite nativ mit der Auftrags- und Bestandsverwaltung, dem Handel und den Finanzdaten verknüpft sind. Diese Integration ermöglicht Unternehmen Echtzeiteinblicke in Verkaufsprognosen, in die Generierung von Marketingleads und in die Daten zur Kundenzufriedenheit.

Das neue **Add-on CRM** ist für Kunden gedacht, die sich noch leistungsfähigere CRM-Funktionen wünschen.

Das kürzlich veröffentlichte Add-on beinhaltet neue CRM-Rollen und -Dashboards für Vertriebsmitarbeiter, Vertriebsleiter, Marketingmitarbeiter und den Kundenservice. Dabei stehen die individuellen Anforderungen *aller* CRM-Benutzer im Mittelpunkt, und die Benutzer erhalten einfachen Zugriff auf die von ihnen am häufigsten verwendeten NetSuite-Funktionen.

Das Add-on CRM enthält außerdem die neue **CRM Workbooks SuiteApp** mit 10 vordefinierten SuiteAnalytics-Arbeitsmappen, deren Fokus auf den KPIs zur Vertriebsleistung liegt. Das Erstellen eigener neuer eigener Berichte kann zeitraubend und fehleranfällig sein. Diese SuiteApp nimmt Ihnen nicht nur solche umständlichen Arbeiten ab, sondern macht außerdem das Vertriebsreporting zuverlässiger.

Mit den im Add-on enthaltenen CRM-Arbeitsmappen können Sie problemlos die Best-Practices des CRM-Reportings übernehmen und auf und auf Grundmetriken zur Verkaufsleistung zugreifen, wie beispielsweise Opportunityprognosen, Konvertierungen von Angeboten in Verkäufe und gewonnene bzw. verlorene Opportunities.

Das Add-on CRM umfasst integrierte Leading-Practices zur Automatisierung der Verkaufsprozesse, die Marketingautomatisierung und das Kundenservicemanagement für Unternehmen. Dadurch erhalten alle CRM-Benutzer die für ihre individuellen Rollen und Zuständigkeiten benötigten Tools und Daten zum richtigen Zeitpunkt.

Die CRM Add-On SuiteApp ist jetzt im [SuiteApp-Marktplatz](#) verfügbar. Sehen Sie sich das [On-Demand-Webinar mit der Suite Fundamentals-Produktdemo](#) an, um mehr über NetSuite CRM zu erfahren und das Add-on CRM in Aktion zu sehen.