

# CRM



CRM  
EXPERTEN  
RAT

BERATUNGSBRIEF

herausgegeben vom

AUSGABE 11/2014 – NOVEMBER

www.CRM-Expert-Site.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe November 2014

### Holen Sie sich Ihre CRM-Experten ins Haus

Prof. Peter Winkelmann, Dr. Wolfgang Martin, Martina Schimmel-Schloo, Dr. Christian Huldi, Wolfgang Schwetz und Prof. Ralf Kreuzer

#### Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im  
2-Monats-Abo



# www.CRM-Expert-Site.de

Ideen für ein gelungenes Touchpoint-Management:

# Wie Sie Negatives in Positives verwandeln

Das Geheimnis guter zwischenmenschlicher Beziehungen? Eine achtsame Kommunikation und Beziehungskonten im Plus. Hier gleich ein paar Beispiele dazu.

Von Anne M. Schüller

1. Bilden Sie eine kleine Arbeitsgruppe und nehmen Sie sich Ihre komplette schriftliche Kommunikation vor. Analysieren Sie dezidiert, wie Sie aus negativen Formulierungen positive und aus „Verlierersprache“ „Gewinnersprache“ machen können.
2. Sammeln Sie alle ungunstigen Redewendungen, die sie im Laufe einer Woche aufschnappen. Setzen Sie sich dann freitags zusammen und überlegen Sie gemeinsam, wie Sie das Gefundene positiver formulieren können. Bei einem Event las ich zum Beispiel dies: „Vergessen Sie nicht, Ihre Handys während der Veranstaltung auszuschalten.“ So klingt es besser: „Bitte schalten Sie Ihre Handys erst nach der Veranstaltung wieder ein.“
3. Wenn Hirnforscher ins zerebrale Schmerzzentrum schauen, dann sehen sie folgendes: Sich von seinem Geld trennen zu müssen – das tut weh. Also sollte diesem barbarischen Akt etwas Erbauliches gegenüberstehen. Doch wie sagt die Schuhverkäuferin beim Bezahlen an der Kasse: „Sie werden Ihren Kauf nicht bereuen.“ Die meisten Verkäufer sagen gar nichts. Der Apple-Verkäufer sagt: „Herzlichen Glückwunsch.“
4. Was lässt sich über Ihre Lobkultur sagen? Klingt das vielleicht so: „Nicht übel.“ „Da kann man nicht meckern.“ „Gar nicht so schlecht.“ Wie wäre es stattdessen mit: „Alle Achtung.“ „Erstklassig.“ „Prima gemacht.“ Als „Lobkärtchen“ bekommen Sie sowas online in Wolpertingers Warenhaus. Besser natürlich, wenn ein Lob persönlich ausgesprochen wird. Dabei kann man nicht nur seine Kollegen, sondern auch die Kunden loben. Und so hört sich das an: „Es hat mir wirklich Freude gemacht, Sie zu bedienen.“
5. Wie schauen bei Ihnen Beschwerdeantworten aus? Bekommt der Kunde einen Standardtext? Kunden sind nicht doof, die merken das – und fühlen sich mies. Kreieren Sie mal zusammen ein paar pfiffige Varianten. Bei der Bahn könnte es im Entschuldigungsschreiben wegen eines defekten Fahrscheinautomaten etwa so klingen: „... wir entschuldigen uns für die Launenhaftigkeit unseres Automaten ...“
6. Dieter Fröhlich, Inhaber des Franchise-Systems Musikschule Fröhlich benutzt einen ‚Grünstift‘ statt eines ‚Rotstifts‘. Damit streicht er das Positive heraus. Demgegenüber machen sich oberlehrerhafte und in Wahrheit schwache Führungskräfte einen Sport daraus, Fehler zu finden und die „Täter“ vor versammelter Mannschaft abzukanzeln.
7. Während es bei Gewerbebauten oft zu Fertigstellungsverzögerungen kommt, wurde das Passivhotel Explorer in Oberstdorf durch einen rasanten und pünktlichen Bauabschluss bekannt. Der Trick: Es wurde keine Vertragsstrafe bei Zeitüberschreitung, sondern eine Belohnung für vertragskonforme Bauzeit ausgelobt.
8. Statt Unternehmen an den Pranger zu stellen, die sich falsch verhalten, belohnt CarrotMob die Guten, indem man ihnen eine „Karotte“ hinhält. Dazu werden Menschen zum gemeinsamen Shoppen eingeladen. Diese gehen an einem bestimmten Tag dann in den Geschäften einkaufen, die bereit sind, einen festgesetzten Teil der Tageseinnahmen zum Beispiel in eine klimagerechte Sanierung des Ladens zu investieren.
9. In Schweden hat VW unter der Überschrift ‚The fun theory‘ ein Projekt initiiert, bei dem die Menschen durch Spaß zu einer positiven Verhaltensänderung gebracht werden sollen. In einem Fall wurden die Stufen einer U-Bahn-Treppe zu einem ‚Piano‘ umfunktioniert. Kontakte erzeugten einen Ton, wenn man darauf trat. So erklang eine Melodie, während man die Stufen rauf und runter ging. Zwei Drittel mehr Menschen benutzten daraufhin die Treppe.
10. Ein besonderes berührendes Beispiel stammt aus einer Rede, die ich von Ex-Außenminister Hans-Dietrich Genscher hörte. Es ging um die besetzte Prager Botschaft 1989. Im entscheidenden Gespräch fragte Eduard Schewardnadse: „Sind Kinder dabei?“ Genscher antwortete: „Ja, viele.“ Daraufhin Schewardnadse: „Dann helfe ich Ihnen.“

Viele weitere Ideen finden Sie in meinem Buch Touchpoints. Und was fällt Ihnen, angeregt durch diese Beispiele, so alles ein?



## Das Buch zum Thema

**ANNE M. SCHÜLLER:**  
**Touchpoints**  
 Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute  
 Managementstrategien für unsere neue Businesswelt

Mit einem Vorwort von Prof. Dr. Gunter Dueck  
 Gabal, 5. aktualisierte Auflage, 350 S.,  
 29,90 Euro, 47,90 CHF  
 ISBN: 978-3-86936-330-1

**Ausgezeichnet als Mittelstandsbuch des Jahres und mit dem Deutschen Trainerbuchpreis 2012**

Fortsetzung von Seite 7

**Weiterbildung im Marketing:****Ausbildung zum zertifizierten Customer Touchpoint Manager vom 12. bis 14. 12. 2014 in München**

Über die Zukunft eines Unternehmens entscheidet, was an den Touchpoints in den „Momenten der Wahrheit“ zwischen Anbieter und Kunde tatsächlich passiert. Deshalb müssten sich alle Unternehmensbereiche auf das Kundenwohl fokussieren. Doch Silodenke, Abteilungsegoismen, persönliche Eigeninteressen und das Gerangel um die Vorherrschaft in punkto Macht und Budgets verhindern dies oft.

Deshalb brauchen Unternehmen nicht nur ein Customer Touchpoint Management, sondern auch einen Customer Touchpoint Manager. Seine Kernaufgabe ist es, eine hundertprozentige Kundenorientierung zu ermöglichen und abteilungsübergreifend ein durchgängig positives, begeistertes, verlässliches und vertrauensvolles Markenerlebnis sicherzustellen.

Die dreitägige Ausbildung zum zertifizierten Customer Touchpoint Manager richtet sich vor allem an ambitionierte Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing und Kundenservice, die im Kontext unserer neuen Businesswelt und mithilfe dieser

Zusatzqualifikation die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Arbeitgeber sichern wollen.

Sie findet vom 12. bis 14. 12. 2014 in München statt. Zu weiteren Informationen und zur Anmeldung geht's hier: <http://www.touchpoint-management.de/ausbildung-zum-customer-touchpoint-manager.html>

**Die Autorin: Anne M. Schüller**

ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfache Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum und hält Vorträge und Workshops zum Thema. Sie ist Gastdozentin an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager aus und vergibt Touchpoint-Lizenzen. Kontakt: [www.touchpoint-management.de](http://www.touchpoint-management.de) und [www.anneschuller.de](http://www.anneschuller.de)



## NEWS

**UPDATE SOFTWARE:****Anpassung des Geschäftsmodells**

Die bisherige Strategie des Unternehmens, sich auf die Herstellung von CRM-Software in einem hybriden Geschäftsmodell zu konzentrieren, erlaubt es nach Überzeugung des Managements nicht mehr, in einem sich ständig verändernden Software-Markt auf lange Sicht profitabel zu wirtschaften und eine kontinuierliche, stabile und positive Geschäftsentwicklung zu gewährleisten. Vor diesem Hintergrund wurde beschlossen, das Geschäftsmodell anzupassen. Ziel dieser Neuausrichtung ist es, das Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig und profitabel zu entwickeln sowie effizientere Kostenstrukturen zu schaffen. Schwerpunkt der Neuausrichtung ist ein neues Marktbearbeitungskonzept, das eine Erweiterung der Ausrichtung als reiner Anbieter von CRM-Software auf eine ganzheitliche Lösungs- und Beratungsorientierung anstrebt. In Zukunft soll ein breiteres Produktportfolio an Unternehmenssoftware-Produkten (sog. Enterprise Software) rund um das Thema Customer Experience Management angeboten werden.

[www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html)

**T-SYSTEMS:****Portfolio für Kundenbeziehungsmanagement wird erweitert**

Ab sofort vermarktet und vertreibt T-Systems SugarCRM. Die Lösung für Kundenbeziehungsmanagement wird wahlweise aus der Telekom-Cloud geliefert oder direkt beim Kunden implementiert. Als strategisches Wachstumsfeld bezeichnet die Deutsche Telekom den Geschäftskundenbereich in Europa. Da erscheint es konsequent, dass der Konzern sein

Cloud-Angebot um SugarCRM aufstockt. Konkret werden die CRM-Services von der Großkundensparte T-Systems angeboten – wahlweise aus einer „hoch sicheren Private Cloud“ die deutschen Datenschutzbestimmungen entsprechen. Alternativ integriere und betreibe man die Lösung auch direkt beim Kunden.

[www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html)

**DILIGENT:****Beteiligung an Open-Source-Projekt SuiteCRM 8**

Die diligent technology & business consulting GmbH, Beratungsunternehmen für CRM, Prozessoptimierung und IT-Management, beteiligt sich an der Entwicklung von SuiteCRM 8. Das Open-Source-Projekt entwickelt die SugarCRM-Technologie weiter. Gartner stuft SugarCRM als eines der drei besten CRM-Produkte weltweit ein. Ab Sommer 2015 stellt SugarCRM jedoch den Support für die quelloffene Community Edition ein. Diligent unterstützt die Entwicklung von SuiteCRM 8, um seinen Kunden eine bewährte CRM-Technologie als Open Source anbieten zu können. Für SuiteCRM fallen keine Lizenzgebühren an. Zudem kann Diligent die Software entsprechend den Anforderungen seiner Kunden und unabhängig vom Hersteller weiterentwickeln. Die CRM-Plattform von SugarCRM bietet Nutzern alle Tools für ein optimales Kundenmanagement. Allerdings hat der Hersteller angekündigt, mit dem 16. Patch der Version 6.5 im Sommer 2015 den Support seiner Open Source Community Edition einzustellen. Das angekündigte Ende des Supports war Auslöser für die Entwicklungs-Community, die Weiterentwicklung selbst in die Hand zu nehmen. Der Name des Projekts: SuiteCRM 8.

[www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2014/Okttober.html)