

E-BOOK

Zum Nutzen
eines CRM-Systems
im Vertrieb

5 INTELLIGENTE ELEMENTE

für mehr Umsatz im Vertrieb*

SO OPTIMIEREN SIE IHREN VERTRIEB

und steigern Ihren Umsatz*

Der moderne Vertrieb benötigt für sein Daily Business stetig mehr intelligente Funktionen und Automatisierungen. Hier erfahren Sie, welchen Nutzen ein CRM-System mit moderner Technologie hat, insbesondere bei der Steigerung von Effizienz und Umsatz.*

* Laut Studie Digital Sales Monitor 2022 (Cremanski & Company) sind sich die 80% der 1.044 befragten Führungskräfte einig: Optimierte Prozesse und gut aufgesetzte CRM-Systeme können **den Umsatz um bis zu 27% steigern**.



INHALT

- 01.** Customer Journey Monitoring
- 02.** Single Source of Thruth
- 03.** Automation von Arbeitsschritten
- 04.** Entscheidungen treffen mit Dashboards
- 05.** Potentiale erkennen über Ticketing
- 06.** Sprechen Sie mit uns



OPTIMIERUNG ALLEIN DURCH SOFTWARE?

Nur mit emotionalen Verbindungen kommen Sie weiter!

*Der klassische Außendienst wurde in den vergangenen Jahren abgelöst durch einen **hybriden Vertrieb**, bestehend aus einem proaktiven Inside Sales-Team, Online- bzw. Remote-Selling-Sessions und (wenigen) Besuchen bei den Kaufinteressierten vor Ort. Der Vertrieb musste sich einem mentalen Wandel unterziehen, lernen empathischer und*

*emotionaler zu kommunizieren. Interessierte, deren Wünsche und **Emotionen** zu kennen und darauf eingehen zu können, ist heute fast wichtiger, als das Wissen über die eigenen Produkte und Dienstleistungen. Das Internet hat Kaufende unabhängiger gemacht. Ein Großteil an Entscheidungen findet rational statt, ehe der Vertrieb angesprochen wird.*

Wird die Sales-Abteilung kontaktiert, zählen die Sympathie zum Unternehmen, zum Verkaufenden und dem Mehrwert, den beide bieten können.

Die Kaufentscheidung wird selten nur mit dem Kopf getroffen, sondern immer von Gefühlen begleitet, die bewusst oder unbewusst eine Rolle spielen. Gleiches gilt für die Wahl eines CRM-Systems.

*Wir liefern Ihnen fünf **wichtige Fakten** und **emotionale Gründe** für den Einsatz einer CRM-Software in Ihrem Vertrieb – als Grundlage für eine positive Entwicklung Ihres Unternehmens in der Zukunft.*

89%

halten Kunden-Zufriedenheit für wichtig*

36%

setzen auf unternehmensweite Kundenzentrierung*

12%

bieten innovative Wege der Interaktion*

*laut muuuuh Consulting CRM-Studie 2020

„You don't close a sale, you open a relationship, if you want to build a longterm successful enterprise.“

Patrica Fripp,
Executive Speech Coach,
San Francisco, USA

CUSTOMER JOURNEY MONITORING

Den Weg vom Lead zum Umsatz aktiv gestalten

Was tun, wenn eine Person Kaufbereitschaft zeigt, aber noch unschlüssig ist, ob sie Ihr Produkt wählt? Oder Sie nicht wissen, in welchem Zeitraum oder Umfang ein Deal zustande kommen wird?

Dann dürfen Sie die Person „nicht aus den Augen lassen“ und müssen ihr gute Argumente liefern, warum oder wann sie kaufen soll. Das gelingt nur, wenn Sie die gesamte Customer Journey überblicken, also alle **Kontaktpunkte** der interessierten Person mit Ihrem Unternehmen, und entsprechend reagieren.

Hier hilft Ihnen ein **Customer Journey Monitoring**-Element im CRM-System, dass Sie wissen lässt, ob ein Kontakt Aufmerksamkeit benötigt oder nicht. Und über ein **Customer Journey Charting** können Sie alle Kontaktpunkte eines Kaufinteressier-

ten mit Ihrem Unternehmen verfolgen. Indem Sie dessen Aktivitäten beobachten, kommen Sie ihm immer näher und haben so die Möglichkeit, von Anfang an den bestmöglichen Service zu bieten. Das gibt **Sicherheit**, ein positives Gefühl – und stärkt das Auftreten aller im Sales Team.

Leads von Ihrer Website, aus Social Media oder anderen Kanälen können über eine **offene Schnittstelle** (API) oder per Integration in das CRM überführt werden. Sie können gezielte Folge-Aktivitäten planen und festlegen, wann Sie Interessierte erneut kontaktieren.

Dazu nutzen Sie das Charting in Verbindung mit einem **Lead Scoring** (Bewertungsmatrix mit der Sie Leads, Kundschaft und Verkaufschancen nach ihrem Potential **klassifizieren**) und die vom CRM-System ermittelten **Prioritäten**. Das CRM als **Collaboration-Tool** unterstützt dabei die Zusammenarbeit mit dem Marketing. Um

die direkte Interaktion effizienter zu gestalten, ermöglichen CRM-Systeme in der Regel die systematische **Vorbereitung** auf den nächsten Termin, auch von unterwegs über eine **CRM-App** für Smartphone und Tablet.

(Die Screenshots auf dieser Seite stammen aus dem GEDYS IntraWare CRM.)

Customer Journey Übersicht			
Alle Bewertungen	Alle Vertriebsbeauftragten	Aktueller Aktivitätsindex	
Anzahl: 13	<< < > >>	300v	
Deisenweiss GmbH	954,00	714	
Varioluchs GmbH	725,11	390	
Privatbank Osthaus	670,70	636	
Hahner GmbH	588,80	34	
Active Live AG	451,30	650	
Medizintechnik Hofmann GmbH	411,00	45	
Kross TECHNIK GmbH	385,00	670	
Leberwurst Werner AG	368,00	57	
Nester Mobile AG	350,50	300	
Pionier Spaten Dreherei KG	247,10	436	
Pro Maschine GmbH	245,50	51	
Meckbach OHG	196,40	200	
Zate Zahntechnik GmbH	125,00	69	



In der Customer Journey Übersicht Ihres Dashboards sollten Sie mit einem Blick sofort alle Opportunities einsehen können, die schnellstens angesprochen werden müssen, damit Ihnen kein Deal verloren geht.

Hilfreich in einer Firmenansicht oder Kontaktmaske ist die eindeutige Darstellung des Betreuungstatus, wie hier als Ampel-System mit farbigen Icons.

Ein Customer Journey Charting zeigt Ihnen zum Unternehmen die Opportunities inklusive Kommunikation und Aktivitäten. > Zum [Customer Journey Monitoring Video](#)





MEHR TRANSPARENZ

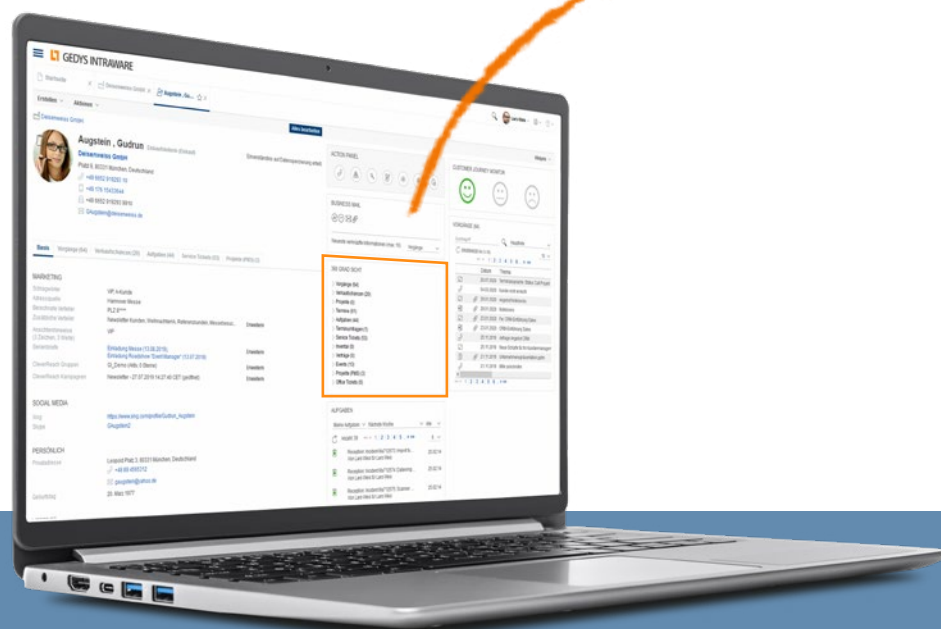
durch eine zentrale Datenbasis
(Single Source of Thruth)

*Ist Sales Enablement in Ihrem Team noch ein Fremdwort?
Mitarbeitende haben nur eigenes Wissen im Kopf? Es fehlt der
Durchblick in den Abteilungen, Zuständigkeiten sind unklar,
Abläufe stocken?*

Mit dem Element der **zentralen Datenspeicherung** im CRM schaffen Sie mehr Transparenz, nicht nur im Vertrieb. Die aufwändige Suche über Excel-Listen, die verteilt sind auf verschiedene Rechner einzelner Ressorts, entfällt. Sie sparen enorm viel Zeit und ermöglichen allen **jederzeit den Zugriff** auf wichtige Daten, abgelegte Dokumente und gesammeltes Know-how. Und das über jedes Gerät, von jedem Standort aus. Ihr Team kann damit **kompetent auf Anfragen reagieren** und sofort relevante Informationen liefern. Das überzeugt Interessierte, erhöht die Zufriedenheit und Treue Ihrer Kundschaft. Sie legen damit den Grundstein für das wichtige Gefühl von **Vertrauen**.

360°-ÜBERBLICK

im CRM



360 GRAD SICHT

Vorgänge (52)

Suchbegriff Hauptliste

ERGEBNISSE 52 (21-40) 20

	Datum	Thema
	21.09.2017	Anschreiben AGB (MSWord)
	02.11.2016	Neue Produktionslinie
	02.11.2016	Unser Angebot bzgl. Ihrer neuen Produ
	02.03.2016	Anfrage CRM System
	02.03.2016	CRM Lizenz und Dienstleistungen Ange
	02.03.2016	CeBIT 2016
	02.03.2016	Ihre Informationen
	02.03.2016	Aktuelle Änderungen in GEDYS IntraW
	01.03.2016	CeBIT 2015
	01.03.2016	CRM Anfrage
	01.03.2016	Telefonnotiz, Telefonische Anfrage zur E
	01.03.2016	Telefonische Anfrage zur Erweiterung d
	29.02.2016	Anschreiben AGB (MSWord)
	29.02.2016	Lizenz und Dienstleistungsangebot CR
	29.02.2016	Konditionsvereinbarung
	29.02.2016	Terminbestätigung für den 29.02.2016
	29.02.2016	Vorstellung CRM
	29.02.2016	CRM Anfrage
	16.11.2015	Anschreiben AGB (MSWord)
	16.11.2015	CRM Lizenz und Dienstleistungen Ange

<< 1 2 3 >>

> Verkaufschancen (33)
> Projekte (0)
> Termine (102)
> Aufgaben (31)

(Die Screenshots auf dieser Seite stammen aus dem GEDYS IntraWare CRM.)

Die 360°-Sicht im GEDYS IntraWare CRM zu einem Kontakt zeigt Ihnen auf einen Blick alle CRM-Einträge.

Per Klick öffnen sich alle Daten aus einem Ordner als Liste. Mit einem weiteren Klick öffnen Sie den gewünschten Eintrag.

Durch die Zentralisierung von Daten können Sie Informationen auch **abteilungsübergreifend** austauschen. So wird über alle Standorte Ihres Unternehmens hinweg eine **einheitliche Sicht** auf alle interessierten und kaufenden Unternehmen oder Personen möglich. Die Kommunikation mit den Abteilungen Marketing, Service und IT wird optimiert und alle Bereiche fokussieren sich gemeinsam auf den **perfekten Service**. Mit der **360°-Sicht** in der Anwendung hat jeder wichtige Informationen mit

wenigen Klicks parat und kann so Wünsche schneller erfüllen. Über ein umfangreiches **Rechte- und Rollensystem** kann für jede Abteilung und jeden Mitarbeitenden festgelegt werden, wer welche Einträge braucht und welche nicht. Zudem können sich alle per Drag & Drop ein eigenes **CRM-Dashboard** (also eine Startseite als Übersicht) zusammenstellen – mit den Datensätzen und Funktionen, die jeweils benötigt werden für eine routinierte Arbeit.

AUTOMATION VON ARBEITSSCHRITTEN

für steigende Effizienz und Zeitersparnis

Sie wissen nicht, wo Sie die Zeit hernehmen sollen für die Entwicklung neuer Ideen? Doch mit dem herkömmlichen Vertrieb können Sie nicht genug Abschlüsse erzielen?

Das liegt nicht unbedingt an der Anzahl Ihrer Mitarbeitenden oder deren Motivation. Wie schon beschrieben, sind viel mehr die **Veränderungen** der letzten Jahre dafür verantwortlich. Ein Umdenken ist notwendig.

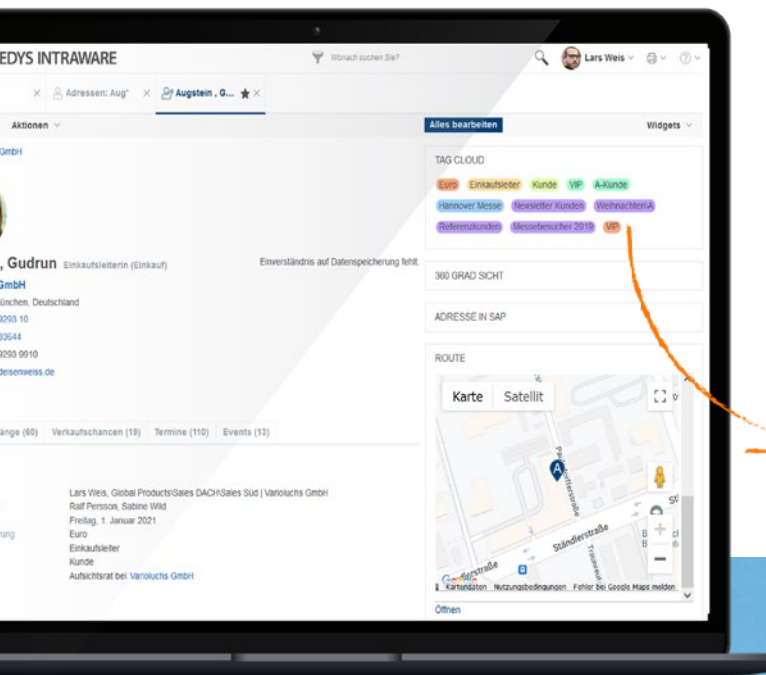
Eine CRM-Software entlastet Ihr Team und nimmt Ihnen allen über das **Element der Automation** Arbeit ab. Das spart Zeit und schafft **Freiräume**, die Sie für Ihre Entwicklung nutzen können, ob für innovative Marketing-Ideen oder spannende Vertriebsaktionen über neue Kanäle, die für mehr Abschlüsse sorgen. Eine wachsende Rolle spielt dabei auch der Einsatz von **Künstlicher Intelligenz**.

Beispiele für automatisierte Arbeitsschritte finden Sie auf der nächsten Seite.



Auto-Filling (Beispiel)

Über eine Tag-Cloud können Sie Ihren Kontakten per Klick Attribute zuweisen. Dabei werden entsprechende **Felder automatisch gefüllt**. Attribute benötigen Sie, um Ihre Kontakte zu clustern, zum Beispiel für Auswertungen oder den Versand von Mailings und Newslettern.



Auto-Operations

Ebenso wie Auto-Filling finden Sie auch Auto-Operations in verschiedenen Bereichen:

- bei Routine-**Aufgaben** (z. B. dem täglichen Umsatzbericht: einmal eingerichtet geht der Bericht automatisch per E-Mail an alle Team-Mitglieder)
- bei der Aufgaben-**Zuweisung** von Managern an Teammitgliedern, sowie bei der **Verfolgung** der Aufgaben-Fortschritte
- bei **Meldungen** an Mitarbeiter, die unter anderem automatisch anzeigen, bei welchen Projekten Aktivität gefragt oder erfolgt sind
- bei **Erinnerungen & Wiedervorlagen**, die Ihnen helfen Kontakt zu halten, zum Beispiel über Besuchsvorschlagslisten

Sie können Tags im Allgemeinen nach Ihren eigenen Anforderungen definieren.

Auto-Control

Konzentrieren sich Vertriebsmitarbeitende vor allem auf erfolgversprechende Zielgruppen, die sie über Lead Scoring und Customer Journey Monitoring ermitteln, erhöhen sie Ihre Effizienz entscheidend.

Gleichzeitig verlieren sie nie den Überblick, denn beim Unterschreiten des benötigten Aktivitäten-Levels erhalten sie **automatisch eine Warnung**. Warnungen erhalten Sie auch über das Ampelsystem des Monitorings, das Sie auch im Ticketing und in der Event-Organisation finden.

Sie sparen außerdem Zeit durch eine clean gestaltete Oberfläche der Software, die für einfache Navigation, größere Bedienfreundlichkeit und bessere Übersicht sorgt. **Drag & Drop**-Funktionalitäten erleichtern die Arbeit zusätzlich. Sie gelangen schneller zum Punkt, arbeiten gern mit der Software und behalten so im stressigen Alltag ein Gefühl der **Gelassenheit**.



DASHBOARDS & REPORTS

für fundierte Entscheidungen

Nutzen Sie Tabellen oder führen Sie viele Gespräche, um Antworten auf Ihre Vertriebsfragen zu finden? Haben aber trotzdem das Gefühl, nie alle relevanten Fakten zu kennen? Oder ist Ihre Software veraltet und die Daten sind unvollständig?

Dann sollte es Ihr Ziel sein, Geschäftsergebnisse mit moderner Software zu überwachen, um intelligente Entscheidungen in **Echtzeit** treffen zu können. Einmal eingerichtet, liefert Ihnen ein CRM-System mit dem **Element Dashboards & Reports** automatisch vollständige Daten und **Fakten**, auf die Sie vertrauen können. Über deren Analyse und Auswertung erhalten Sie Antworten, die Ihnen schnelle Entscheidungen ermöglichen.

Doch zuvor definieren Sie mit Ihrem Team die wichtigsten **Kennzahlen** (KPIs), auf die Sie sich fokussieren wollen und legen diese im CRM fest.

Die einfache, intuitive Oberfläche von **Dashboards & Reports** im GEDYS IntraWare CRM ermöglicht **personalisierte** Auswertungen und Reportings nach Ihren Anforderungen und KPIs.

Die Software liefert Ihnen zudem keine starren Berichte, sondern Reports, die es erlauben, Informationen effizient nach eigenen Vorstellungen zu filtern. Die problemlose Verteilung von Berichten liefert die Informationen an alle Personen, die sie benötigen. Das schont die Nerven, ermöglicht die Konzentration auf das Wesentliche und vermittelt das Gefühl der **Klarheit**.

Sie haben die **Kontrolle** und können bei möglichen negativen Entwicklungen frühzeitig gegensteuern. Damit erhöhen Sie die **Resilienz** Ihres Unternehmens in schwierigen Zeiten.





Individuelle Reports

Eine besondere Form des Dashboards liefert der GEDYS IntraWare **Market Report** für Smartphones und Tablets. Diese Form von **Besuchsbericht** wurde speziell für Sales-Mitarbeitende der Food-Branche entwickelt, um bei Markt-Besuchen dokumentieren und einsehen zu können, welche Produkte sich gut verkaufen. In **Echtzeit** können Sie damit Ihre Bestände auswerten und Nachbestellungen ordern.

Die Anwendung ist **anpassbar** für andere Branchen und Geschäftsbereiche.

„Die Zeitersparnis durch den Besuchsbericht im GEDYS IntraWare CRM ist entscheidend für die Erreichung unserer Vertriebsziele. Unsere Erwartungen wurden dabei sogar übertroffen.“

Ralph Zenker, Verkaufsleiter von Gustavo Gusto, bei Franco Fresco GmbH & Co. KG

Lesen Sie die CRM-Erfolgsstory aus dem Vertriebsteam Gustavo Gusto [hier](#).

GEDYS INTRAWARE 30 YEARS



**KLARE SICHT AUF DEN MARKT
MIT TRANSPARENTER DOKUMENTATION**

Mit den Gustavo Gusto TK-Pizzen rief die Franco Fresco GmbH & Co. KG die Revolution in der Tiefkühltruhe aus. Seit 2016 wächst das Unternehmen unaufhaltsam. Und mit 45.000 Marktbesuchen im Jahr auch die Ansprüche an Dokumentation und Auswertung der vorhandenen Kundendaten. Mit dem 2019 eingeführten hausinternen Vertrieb verlangte es zunehmend nach entsprechender Software. Mit GEDYS IntraWare konnte der Vertrieb nun ein zuverlässiges und funktionales CRM-System einführen, das den individuellen Anforderungen der Abteilung gerecht wird.

beliefert
7.600
Märkte

bis zu
3.500
Verkostungen
pro Jahr



tätigt
45.000
Marktbesuche
pro Jahr

POTENTIALE ERKENNEN

über das Ticketing

Fragen Sie sich vielleicht: Was nützen meine bisherigen Bemühungen, wenn ich kein Spitzen-Ergebnis sehe? Und gleichzeitig andere Unternehmen mit ihren Umsätzen glänzen können?

Um im Wettbewerb zu bestehen, sich abzugrenzen oder vielleicht sogar Vorreiter zu werden, braucht Ihr Unternehmen vor allem **kreative Ideen**. Ob für innovative Produkte und Dienstleistungen, neue Geschäftsmodelle oder neue Wege im Vertrieb. Dafür müssen alle Abteilungen eng **zusammenarbeiten**. Eine moderne CRM-Software wie die von GEDYS IntraWare unterstützt dabei.

Mit einem CRM sparen Sie wertvolle Zeit, können die **Ideen entwickeln** und liefern, die nötig sind, um **mehr Umsatz** zu generieren. Die Software hilft, nahtlose **Prozesse für positive Erlebnisse** Ihrer Kundschaft zu etablieren, sie so glücklich zu machen und langfristig an Ihr Unternehmen zu binden. Sie schaffen sich **Markenbotschafter**, deren Empfehlungen sich auszahlen werden, denn sie erhöhen Ihren **Bekanntheitsgrad**, initiieren Leads und steigern Ihre **Umsatzchancen**.

Bei der Entwicklung neuer Ideen sollten Sie auch das **CRM-Element des Ticketing** nutzen, denn Sie erhalten darüber wertvolle **Hinweise zur Optimierung** von Produkten und Dienstleistungen. Gleichzeitig vermitteln Sie Hilfe, indem Service-Termine vergeben oder automatisch Maßnahmen zur Lösung eines Problems versendet werden. Das wiederum führt zu einer zufriedenen Kundschaft, die sich bei Ihnen gut umsorgt fühlt und Ihnen deswegen treu bleibt.

Mit Dashboards & Reports überwachen Sie alle Ihre Aktivitäten und werten diese aus. Die vielversprechenden Aktionen oder Produkte lassen sich schnell erkennen und weiter ausbauen, alle anderen lassen Sie ruhen. Diese zielgerichtete **Konzentration** in Kombination mit **Sales Enablement*** für das Vertriebsteam, das damit Ihre neuen Produkte und Dienstleistungen erfolgreich verkauft, bringen Ihnen am Ende den gewünschten Erfolg, entsprechenden Umsatz und Gewinn. Und das sorgt mit Sicherheit für Gefühle wie **Zufriedenheit, Freude** und **Glück!**

(* = notwendige Kenntnisse, um Interessierte in jeder Phase der Customer Journey richtig ansprechen und mit relevanten Informationen versorgen zu können sowie steter Zugriff auf alle Dokumente und Daten)

FAZIT

Nutzen Sie intelligente Software-Elemente zur Umsatzsteigerung!

Durch das Lead- & Opportunity-Management in Verbindung mit dem Customer Journey Charting ist die GEDYS IntraWare CRM-Software ein leistungsstarkes System für den Vertrieb. Neben den hier vorgestellten 5 Elementen finden Sie viele weitere intelligente Funktionen, die Sie erfolgreich machen!



„Mit ihrem großen Engagement und der präzisen Umsetzung in der CRM-Software hat die GEDYS IntraWare gezeigt, dass wir den eisernen Willen zum Erfolg teilen.“

Christian Ilg, Director Sales Support der [Hurco Werkzeugmaschinen GmbH](#)

Expertise im CRM-Bereich erfordert tiefgründiges **Branchen- & Prozess-Knowhow**, wie es GEDYS IntraWare als einer der führenden CRM-Anbieter mitbringt. 30 Jahre CRM-Praxis haben gezeigt: Jedes Unternehmen mit seiner individuellen Struktur ist anders – wir sorgen für Ihre individuelle Vertriebslösung und mit der bestmöglichen Projekt-Begleitung für das Gefühl von **Begeisterung**.

**SPRECHEN SIE
MIT UNS**

+49 661 9642 - 0
info@gedys-intraware.de