

# Schwetz: Datenbanken steigern die Effizienz der Verkäufer

„Adressen sind der Schlüssel zum Kunden“, sagt Wolfgang Schwetz, Unternehmensberater aus Karlsruhe. Im Interview erläutert der Experte für Customer Relationship Management (CRM) die Bedeutung von Datenbanken.



CRM-Experte Wolfgang Schwetz

**Frage: Laut einer Untersuchung von Proudfood Consulting verwenden Verkäufer nur 10 % der Arbeitszeit für ihre eigentliche Hauptaufgabe, das Verkaufen. Wie lässt sich die Effizienz der Verkäufer steigern?**

**Schwetz:** Zu ähnlichen Ergebnissen kommen wir bei unseren Projekten auch, bei denen wir meist eine Befragung der Mitarbeiter mit Kundenkontakt durchführen. Dabei stellen wir immer wieder fest, dass je nach Tätigkeitsbereich dieser Mitarbeiter mehr Zeit für die Suche nach Informationen und für verkaufsfremde, administrative Tätigkeiten aufgewendet wird als für das eigentliche Verkaufen und die Kundenbetreuung. Genau hier liegen auch die Ansatzpunkte zur Steigerung der Effizienz der Verkäufer: die Bereitstellung aktueller Informationen in der Kundendatenbank und die Beseitigung der Zettelwirtschaft.

**Frage: Und welche Rolle spielen dabei aktuelle und umfassende Adressdaten?**

**Schwetz:** Das Ergebnis unserer Marktbefragung von 573 mittelständischen CRM-Anwendern Ende 2003 spricht Bände: Als größter Erfolg der CRM-Implementierung wurde ein qualifizierter Adressbestand genannt (s. Grafik). Die befragten Unternehmen haben somit erst die Grundvoraussetzungen geschaffen, um überhaupt CRM, also Kundenbeziehungsmanagement, professionell betreiben zu können. Die Überprüfung und Bereinigung der zum Teil mehrfach in unterschiedlicher Form vorhandenen Adressen der Geschäftspartner steht bei fast jedem Projekt an erster Stelle vor dem praktischen Einsatz von CRM-Software im Tagesgeschäft. Wie schlecht es um die Qualität der Kundenadressen bestellt ist, ahnen viele Unternehmen bei der jährlichen Weihnachtsbriefaktion.

**Frage: Erklärt sich so, dass Firmen viele neue Leads und zusätzliche Umsätze generieren, sobald sie eine professionelle Datenbank einsetzen?**

**Schwetz:** Wer über gepflegte und darüber hinaus qualifizierte Adressbestände verfügt, ist im Rennen um die Aufträge um Längen voraus. Das Wissen über die Kunden und deren Bedarfssituation ermöglicht erst die mit der CRM-Strategie verbundene Kundenorientierung und individuelle Betreuung sowie die gezielte Ausschöpfung des Potenzials.

**Frage: Unterschätzen Firmen die Bedeutung von Datenbanken? Oft werden mit der Pflege Studenten betraut ...**

**Schwetz:** Das stimmt teilweise noch immer, trifft allerdings mehr für Unternehmen im B2B-Markt zu, wo die Kundenkontakte oft über Jahrzehnte durch den Außendienst gewachsen sind. Dort liegt das Wissen über die Kunden beim Außendienst selbst. Im B2C-Markt kann sich heute die enormen Streuverluste bei Mailings niemand mehr leisten.

**Frage: Wann macht es für Firmen Sinn, die Datenbank outzusourcen?**

**Schwetz:** Wenn gleichzeitig ein Dienstleister dahintersteht, der die Adressen regelmäßig pflegt und qualifiziert, ist damit eine sehr hohe Wertschöpfung verbunden.

**Frage: Je wichtiger die Neukundenakquise, desto wichtiger sind Adressdatenbanken?**

**Schwetz:** Na klar, genau so ist es. Hier liegt ein riesiges Potenzial für Wettbewerbsvorteile. ■

## Erfolge der CRM-Implementierung

