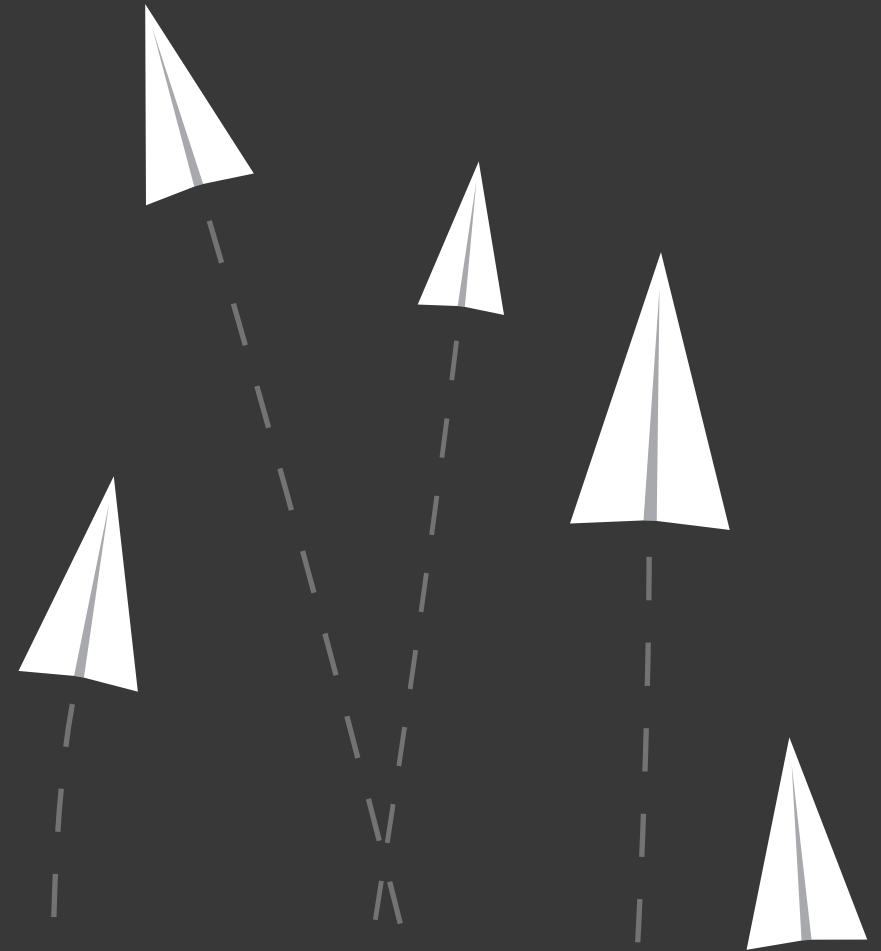


# Lernen von den Change Makers

Schluss mit CRM-Frust.





**Neue Wege  
gehen.**

Der Wettbewerb wird immer härter, der Herzschlag der Veränderungen wird immer schneller, digitale Technologie wirft alles über den Haufen. Die Unkenrufe über diese Herausforderungen kennen wir zu Genüge. Eine ganz bestimmte Sorte Führungskraft jedoch – der „Change Maker“ – betrachtet sie als Chancen. Er oder sie trifft bereits heute wichtige Entscheidungen, die für das Unternehmen die Weichen auf Erfolg in einer hoch agilen Zukunft stellen.

CRM spielt dabei als Tool für Business Transformation eine entscheidende Rolle. Und da ist es natürlich spannend, sich sofort auf alle Chancen und Vorteile zu fokussieren, die CRM einem Unternehmen bietet. Doch zu aller erst gilt es, noch eine kritische Entscheidung zu treffen, die festlegt, ob die Lösung der Wahl tatsächlich all Ihre zukünftigen Ideen in vollem Umfang unterstützt, oder ob sie mit versteckten Kosten und Einschränkungen daherkommt.

**Wollen Sie ein abgeriegeltes, proprietäres oder lieber ein flexibles und agiles CRM?**

Das ist eine der ersten Entscheidungen, die Sie treffen müssen – und die allzu viele Unternehmen der „Herde“ überlassen.

# Wir bauen nicht nur für das Hier und Jetzt.

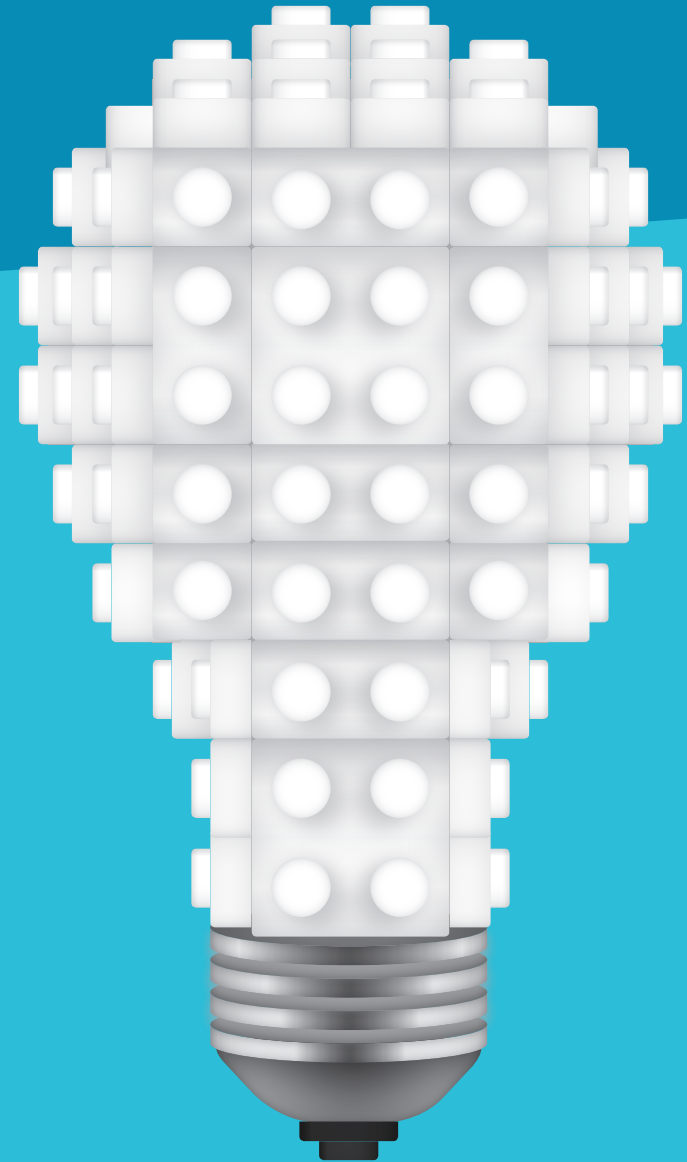
**Transformation ist kein festes Ziel – die Dinge sind ständig im Wandel. Change Maker wissen, dass es nicht reicht, sich einfach nur an die aktuellen Erfordernisse anzupassen. Denn bei der Geschwindigkeit, mit der sich die Dinge heute weiterentwickeln, bedeutet das ganz schnell, den Blick eher auf gestern zu richten anstatt auf morgen.**

Einige der verbreitetsten Technologielösungen zwingen einen geradezu, sich auf das zu konzentrieren, was man heute erreichen will und nur Kosten und Vorteile des unmittelbaren Status Quo zu betrachten. Weshalb lenken diese Lösungen Ihre Aufmerksamkeit von der Frage ab, wohin Sie sich im Rahmen des Wandels Ihres Unternehmens und des Marktes entwickeln wollen? In der Regel tun sie das, weil sich Wandel mit diesen Lösungen teuer und langsam gestaltet.

**Aber Wandel ist genau das, worauf wir uns vorbereiten müssen! Change Maker gehen einen anderen Weg.**

Wir machen Unternehmen agil, damit sie sich zukunftsfähig entwickeln können. Wir verankern und forcieren eine Kultur der Innovation auf allen Ebenen im gesamten Unternehmen. Wir unterstützen sie mit Prozessen und Technologien, die sich im Einklang mit den Kundenanforderungen und Unternehmensstrategien weiterentwickeln.

Dieses offene Denken ist extrem wichtig. Damit bekennen wir uns dazu, dass wir für zukünftige Herausforderungen und Chancen vorbereitet sein müssen. Wir müssen offen dafür sein, Probleme zu erkennen, von denen wir noch gar nicht wissen, dass wir sie haben



# Wir richten uns nicht nach der Technologie. Sie richtet sich nach uns.

## Wir unterschreiben keine Verträge, mit denen Andere uns aufhalten können

Eine Multi Tenant-CRM Lösung kann unter Umständen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, da die Hersteller durch die Verteilung von Anwendungen über mehrere Kunden Skaliereffekte erzielen. Es mag sein, dass wir nicht gleich beim ersten Einsatz unseres CRM ein Problem erkennen. Doch je mehr Fahrt wir aufnehmen, desto wahrscheinlicher sind wir von den Regeln und Einschränkungen frustriert. Für die Dauer unseres Vertrages müssen wir uns dann mit einem Kompromiss zufriedengeben und uns nach der Technologie richten. Wollen wir uns dennoch davon befreien, ist das zudem mit viel Aufwand und hohen Kosten verbunden.

Dagegen bedeutet die Entscheidung für eine Single Tenant-Architektur, dass wir von Anfang an unsere Technologie exklusiv nutzen können. Das gibt uns die Freiheit, über den Tellerrand hinauszublicken, zu experimentieren und unser CRM weiterzuentwickeln, damit es zu unserer Organisation passt und sie vom Wettbewerb abhebt.

Cloud-Technologie verspricht mehr Geschwindigkeit und Sicherheit, höhere Zuverlässigkeit und geringeren Kapitaleinsatz. Aber nicht alle Clouds sind gleich.

**Change Maker wissen, dass manche Cloud-Anbieter Kompromisse eingehen, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind.**

Wir wissen, dass das nicht zu unseren Unternehmenszielen passt.

## Wir entscheiden, wo unsere Daten liegen

„Die Cloud“ bedeutet so viel wie „Jemand Anderes kümmert sich um unsere Systeme“. Doch unsere wertvollen Kundendaten wabern nicht nur als luftige Metapher irgendwo im Raum. Sie liegen auf einem realen Server in einem externen Rechenzentrum. Für manche Unternehmen ist der Speicherort ihrer Daten nicht so wichtig, für andere aber ist er entscheidend: für die Performance, den Datenschutz und gesetzliche Regulierung, da die Daten den Gesetzen und Vorgaben an ihrem physischen Speicherort unterliegen.

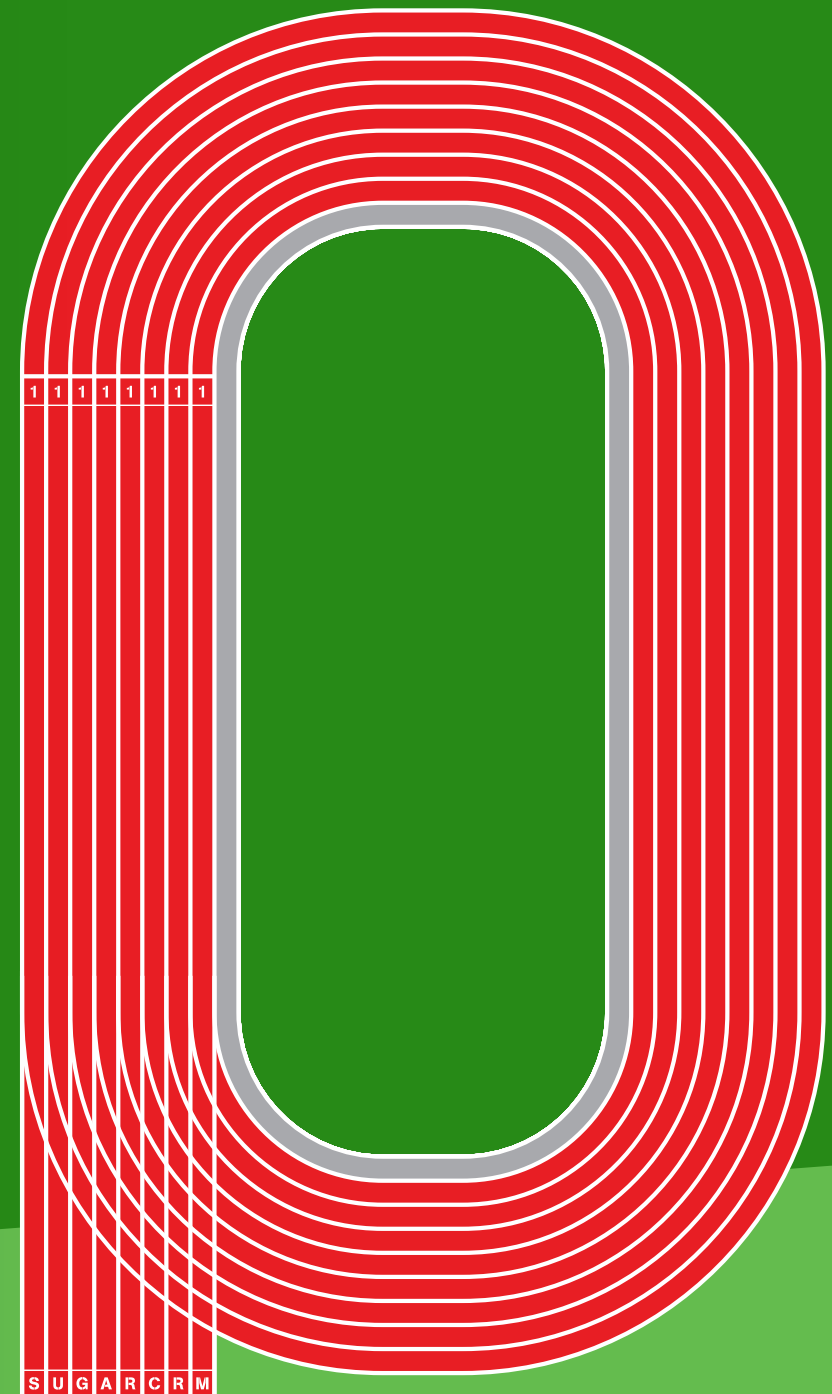
Dieses Risikomanagement ist einer der Grundpfeiler für den Betrieb eines Unternehmens. Wir wissen nicht, was die Zukunft bringt, daher sollte unsere CRM-Lösung uns die Arbeit mit der Cloud ermöglichen, solange es geht. Ändern sich die Umstände, sollte sie uns aber auch den Umzug unserer Systeme an einen neuen Standort in ein anderes Land oder – bei Bedarf – auch zurück in unser eigenes Rechenzentrum erlauben, und zwar ohne Kosten oder Strafzahlungen.

# Wir geben das Tempo vor.

**Innovation ist eine rasante Angelegenheit, sollte aber niemals außer Kontrolle geraten. Wir müssen das perfekte Tempo für den Wandel finden, bei dem wir immer noch die Nase vor der Konkurrenz haben, aber unsere Mitarbeiter nicht überfordern. Diese Geschwindigkeit ist in jeder Organisation anders und wir müssen entscheiden, welche für unsere die Richtige ist.**

Wir wissen, dass die regelmäßigen Updates für Cloud-Software ein guter Weg sind, um stets auf dem neuesten Stand zu bleiben. Wir wissen aber auch, dass manche Cloud-Anbieter alle ihre Kunden gleichzeitig zum Update zwingen. Im besten Fall ist das einfach unbequem. Im schlimmsten Fall werden dadurch unsere sorgfältig geplanten Change Management-Prozesse über den Haufen geworfen und unnötige Änderungen erzwungen, während wir gerade wichtigere Prioritäten haben. Ständig neue Dinge lernen zu müssen – insbesondere, wenn sie unnötig erscheinen – kann für unsere User demotivierend sein und unseren Innovationsprozess verlangsamen.

**Change Maker wissen, dass wir die Kontrolle darüber haben müssen, wann und wie oft unser CRM aktualisiert wird, und wann neue Features hinzugefügt werden.** Wir wollen unsere eigenen Releases planen, damit wir ein effektives Change Management betreiben und unsere Mitarbeiter mit auf die Reise nehmen können.



# Wir schätzen Einzigartigkeit.

Wir wissen, dass viele Mainstream-Softwareanbieter Universalprodukte anbieten, gleichzeitig wissen wir aber auch, dass sich in einem solchen Kompromiss versteckte Kosten verbergen können.

**Als Change Maker wissen wir, dass unser Unternehmen und das Erlebnis, das wir unseren Kunden bieten wollen, einzigartig sind. Wir brauchen Technologien, die sich unseren Zielen anpassen – und ganz sicher nicht anders herum.**

## Wir gestalten unser Datenmodell so, dass es für uns wichtige Kundenattribute enthält

Um uns vom Wettbewerb abzuheben, müssen wir eine einzigartige Beziehung zu unseren Kunden pflegen. Wir brauchen Tools, die es uns erlauben, die einzigartigen Qualitäten unserer Kunden zu erfassen und zu beschreiben, und die es uns dann ermöglichen, anhand dessen das bestmögliche Kundenerlebnis zu schaffen. CRM-Lösungen, die uns davon abhalten – aufgrund fehlender Funktionalitäten oder extrem hoher Kosten – sind keine Option.

## Wir brauchen einfache Integration mit anderen Informationsquellen

Unser CRM muss neue Wege eröffnen, unsere Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, Silos zu beseitigen und Kundendaten über das gesamte Unternehmen hinweg und darüber hinaus zusammenzuführen. Dafür brauchen wir Technologien, die sich kostenlos und einfach integrieren lassen. Wir wissen, dass CRM-Lösungen, die für jeden API-Aufruf Kosten berechnen oder erst gar kein API besitzen, eine massive Hürde auf unserem Weg sind.



# Unsere Agilität basiert auf Selbstkritik.

Wer glaubt, stets auf alles eine Antwort zu haben, ist entweder ein Genie oder ein Wahnsinniger – oder vielleicht beides.

**Als Change Maker wissen wir, dass wir nicht immer auf alles eine Antwort haben, und dass die Zukunft stets neue und komplexe Probleme bereithält.**

Wir sind uns bewusst, dass wir manches richtig und manches falsch machen werden – auch wenn wir das nicht immer zugeben! Aber wir gehen die Dinge schnell an, experimentieren, bauen das aus, was funktioniert und finden schnell Lösungen für das, was nicht funktioniert.

Diese Agilität ist wichtiger als Perfektion! Denn was heute perfekt scheint, ist garantiert bereits morgen alles andere als das. **Ein CRM für Change Maker muss den Wandel in seiner DNA haben und ihn seinen Usern jederzeit möglich machen, ganz ohne versteckte Kosten oder Enttäuschungen.**

„Das Wichtigste ist, dass wir jetzt in der Lage sind, analytisch vorzugehen anstatt intuitiv... die Daten zeigen uns oft Informationen, die uns überraschen und unsere bisherige Denkweise in Frage stellen.“

**Jaime Morillo**  
Chief Customer Officer, Marathon Sports

# Wir wollen nicht für unseren Erfolg bestraft werden.

Die meisten Cloud Software-Anbieter werben mit ihren simplen, kosteneffektiven Abogebühren pro Nutzer. Dabei verweisen die wenigsten auf die versteckten Kosten, die bei der Verwendung des Interface, beim Zugriff auf höherwertige Features oder für die Daten-Speicherung anfallen.

**Als Change Maker wissen wir, dass wir mit unserem CRM-System erfolgreich sein werden, dass unser CRM das Rückgrat der gesamten Unternehmensstrategie darstellt und dass es von allen Mitarbeitern intensiv genutzt werden wird.** Es ist daher essenziell, dass wir uns über die Kosten der anstehenden Transformation im Klaren sind und sie im Griff haben. Wir wissen, dass es in Softwareverträgen oftmals versteckte Kosten gibt. Deshalb fordern wir Kostentransparenz für heute und für die Zukunft. Und wir wählen kein Produkt, das uns später für unseren Erfolg bestraft.





# Wir wissen, dass unsere eigenen Mitarbeiter eine entscheidende Rolle spielen.

Change-Management und Akzeptanz bei den Usern sind wesentliche Herausforderungen bei der Umsetzung eines CRM. Ganz einfach: wenn das CRM nicht genutzt wird, ist es zum Scheitern verurteilt.

**Als Change Maker wissen wir, dass es äußerst wichtig ist, die Mitarbeiter beim Thema CRM voll einzubinden und ihre Unterstützung für Veränderungen zu gewinnen. Wir brauchen daher Software, die benutzerfreundlich ist und die Menschen dazu animiert, gemeinsam das Gesamterlebnis für die User zu gestalten.**

Wir entscheiden uns für ein flexibles CRM, das uns genug Kontrolle an die Hand gibt, um es benutzerzentriert zu gestalten. Wir wählen keine starren Lösungen, die unseren Benutzern einen fremden Takt aufzwingen wollen.

„Menschen reagieren besser auf Veränderungen, wenn sie erkennen, welche persönlichen Vorteile sie davon haben.“

**Jacquie Riddell**  
Director of Public Engagement,  
The Art Gallery of NSW

“Wir müssen unsere Prozesse einerseits um das CRM herum entwickeln, andererseits aber auch flexibel genug sein, das CRM selbst zu gestalten – und Sugar gibt uns diese Freiheit.“

**Dave Canham**  
Vice President of Sales Excellence,  
Orion Health

# Wir wählen eine offene, agile Lösung.

## Wir individualisieren und erweitern in unserem eigenen Tempo

Sugar wurde so entwickelt, dass wir es in unserem eigenen Tempo gestalten, auf- und ausbauen können – mit unseren eigenen Mitarbeitern, und auf die Bedürfnisse unserer Organisation maßgeschneidert. Mit dem Sugar Studio können unsere Teams ganz einfach die Art und Weise modifizieren und verbessern, wie wir Daten erfassen und darstellen. So sparen wir uns jedes Mal teure externe Dienstleister, wenn wir etwas verändern müssen.

## Wir nutzen offene Integrationsstandards und gängige Programmiersprachen

Das Erweiterungs-Framework und die Schnittstellen von Sugar sind in JavaScript und PHP geschrieben, zwei der weltweit verbreitetsten Programmiersprachen. Selbst wenn wir im eigenen IT-Team dafür noch niemanden haben, sind wir definitiv nicht von seltenen und teuren Ressourcen abhängig, wie es bei den proprietären Programmiersprachen anderer CRM-Produkte der Fall ist.

SugarCRM ist für Change Maker die erste Wahl. Es ermöglicht den Aufbau eines eleganten, ausgefeilten, kundenorientierten CRM und wurde genau für das entwickelt, wovor proprietäre Lösungen sich so scheuen: Veränderung.

Sugar basiert auf offenen Standards, einer gängigen Programmiersprache, einer erweiterbaren Plattform, flexiblen Hosting-Optionen und einer Single Tenant-Architektur. Es ermöglicht Change Makern die schnelle Einsatzbereitschaft, Modifizierung und Verbesserung sowie rasches Testen und Erweitern ihres CRM. So können Sie auf neue Bedingungen reagieren, stärkere Beziehungen aufbauen und stets außergewöhnliche Kundenerlebnisse schaffen.

## Wir fordern transparente Kosten, die uns nicht für Erfolg bestrafen

Change Maker wählen Sugar, da es die Flexibilität zur Erstellung beliebig vieler individueller Applikationen, mobiler Apps und Datenintegrationen bietet – unbegrenzt und ohne Gebühren für das API.

## Wir gestalten CRM für die Menschen, die es nutzen

Obwohl es natürlich auf einer hochkomplexen Architektur aus integrierten Daten und Systemen aufbauen kann, verbirgt die Sugar-Benutzeroberfläche diese Komplexität. Sie zeigt stattdessen kundenspezifische Erkenntnisse, Anforderungen und Wünsche auf, sodass unsere Mitarbeiter nur für sie wirklich relevante Informationen sehen.

Das „Intelligence Panel“ von Sugar unterstützt unsere User bei der Verwaltung und Priorisierung des stetig wachsenden Volumens an Kundendaten. Sugar nutzt Grafiken, Diagramme, Farben und andere visuelle Mittel, um Informationen wirklich nutzbar darzustellen.

Change Maker wählen Sugar, da es sich ohne Aufwand an die Organisation und die Kunden anpasst, und – ein ganz wichtiger Punkt – auch an die Benutzer. Das bedeutet Akzeptanz, und das wiederum bedeutet Erfolg.



# Sie sind der Change Maker.

**Die marktführende Customer Relationship Management (CRM)-Plattform von Sugar ist ein unentbehrliches Werkzeug für alle, die im Kundenkontakt stehen.**

Ob Verkäufer, Marketing-Experte, Mitarbeiter im Kundendienst, ob Rezeptionsmitarbeiter oder Führungskraft: Sugar bietet für jeden User aussagekräftige Informationen. Es unterstützt Mitarbeiter dabei, bessere Entscheidungen zu treffen und außergewöhnliche Kundenbeziehungen aufzubauen.

#### **EMEA Hauptniederlassung**

Erika-Mann-Str. 53  
80636 München  
Deutschland  
Telefon: +49 1891 72000  
[www.sugarcrm.com](http://www.sugarcrm.com)

#### **Niederlassungen weltweit**

Nordamerika: Cupertino,  
New York, Raleigh  
APAC: Sydney, Hong Kong  
Lateinamerika: Mexiko City,  
Sao Paulo

Insignio CRM verbindet für seine Kunden seit über 12 Jahren Marketing-, Vertriebs- und ServiceKnow-how mit dem Ziel, Unternehmen bei der Optimierung des Kundenmanagements strategisch und beratend zu unterstützen. Die technische Realisierung erfolgt mit Sugar.



#### **Insignio CRM GmbH**

Ludwig-Erhard-Straße 14  
34131 Kassel

M: [dialog@insignio.de](mailto:dialog@insignio.de)  
T: +49 (0) 561 31 666 3-0

