

Ziele des CRM-Einsatzes

- Geschäftsprozesse optimieren
- Bestehende Kundenbeziehungen konsolidieren
- Reaktionsgeschwindigkeit steigern
- Liefergeschwindigkeit steigern
- Kundenkontakte verbessern
- Web-Angebote personalisieren
- Web-Dialog herstellen
- Kontaktnetzwerke aufbauen
- Beziehungen zu Aktionären personalisieren

Denn ...

Wer nicht ständig im Gespräch mit dem Kunden ist, hat am Markt bald nichts mehr zu sagen.

Horst Skoludek
bis 1992
Vorstandssprecher
Carl Zeiss Stiftung