



cobra CRM setzt den Fokus auf die DSGVO und Customer Experience

(Mynewsdesk) Auch in diesem Jahr haben sich zahlreiche cobra Solution und Business Partner aus ganz Deutschland am Partnertag in Konstanz versammelt und zwei spannende Tage miteinander verbracht. Auf der Agenda standen interessante Vorträge, ein Ausblick auf die geplanten Produktentwicklungen des CRM Spezialisten sowie die alljährliche Verleihung des CRM-Awards. Nach einer Bootsfahrt mit tollem Ausblick auf den Bodensee konnten die cobra Partner den Tag, bei einem umfangreichen Abendessen auf der Insel Mainau, entspannt ausklingen lassen.

Der CRM Spezialist cobra gab einen Rückblick auf die vergangenen Monate, stellte den neuen Firmenfilm vor und informierte die Teilnehmer des Partnertages über geplante Aktivitäten, Strategien und Ziele für das Unternehmen im kommenden Jahr. Klar ist: Das Thema DSGVO spielt weiterhin eine wichtige Rolle und auch die Customer Experience wird ein wichtiger Schwerpunkt bei der kommenden CRM-Generation sein. ?cobra CRM DATENSCHUTZ-ready ist ein Alleinstellungsmerkmal, das wir weiter ausbauen möchten. Unternehmen werden von uns unterstützt, ihr Kundenbeziehungsmanagement datenschutz-konform aufzustellen. Daneben empfehlen wir unseren Kunden, die DSGVO als Chance wahrzunehmen und mit einer positiven Customer Experience Kunden langfristig an ihr Unternehmen zu binden. Zudem haben wir externe Spezialisten an unserer Seite, die uns bei unserem Vorhaben stark unterstützen und begleiten.?, so Jürgen Litz, Geschäftsführer der cobra GmbH.

Anschließend wurden die erweiterten Funktionen des News & Mail Service für cobra vorgestellt. Nutzer profitieren nun u. a. von rechtssicheren Anmeldeformularen, einer automatischen Double-Opt-in-Verifizierung sowie adressbezogenen Kontaktvermerken zur Beweissicherung. Ein weiterer Programmpunkt war die Vorstellung des Optiservers ? ein neuer Adressenservice der cobra, für die Neukundengewinnung mit direkter Integration in die cobra CRM Lösungen. Auch die Deutsche Post, als Kooperationspartner der cobra, war auf dem Partnertag vertreten: Ralf Postupa, Senior Experte Digital Labs, präsentierte den Anwesenden den SIMSme Business Messenger, der eine rechtskonforme Kommunikation im Unternehmen gewährleistet.

Besonders spannend wurde es bei der Verleihung des CRM-Awards für herausragende Kundenprojekte. Per Online-Voting stimmten die anwesenden Partner für die fünf nominierten Projekte ab. Die Siegel EDV GmbH belegte den ersten Platz für das Kundenprojekt bei M & C Travel Events GmbH, die Autorennen organisiert und cobra CRM für den Einkauf von Hotelzimmern, beim Marketing sowie beim Verkauf der Hotelzimmer einsetzt. Alle benötigten Rennstrecken weltweit sind in cobra hinterlegt und die Hotels werden über ein Beziehungsfeld genau mit einer Rennstrecke verbunden. So lassen sich die relevanten Hotels für ein Event auf Knopfdruck ermitteln. Zudem können in einem Vorgang pro Hotel eine Vielzahl unterschiedlicher Zimmer für unterschiedliche Preise gebucht werden. Dabei werden neben den Preisen auch Informationen zum Mindestaufenthalt, Stornomöglichkeiten und Zahlungskonditionen jeweils hotel- und kundenseitig erfasst.

Die Intramed Handelsgesellschaft mbH überzeugte die Partner mit ihrem Projekt. Beim Institut für die Wissenschaften vom Menschen konnte mit cobra CRM das Veranstaltungsmanagement effizienter gestaltet werden. Anhand eines Mailrobots können Anmeldeinformationen automatisiert nach cobra übertragen werden. Außerdem wurde eine Rückmelde-Mail eingerichtet, die der entsprechenden Person eine Anmeldebestätigung oder die Benachrichtigung bzgl. eines Wartelistenplatzes zuschickt.

Ebenfalls ausgezeichnet wurde die DC Datenverarbeitungs & Computervertriebs GmbH mit ihrem Kundenprojekt beim Wirtschaftsbeirat der Union, der cobra für die Mitgliederverwaltung und zur Abrechnung verwendet. Dort wurde ein Ticketsystem entwickelt, welches sowohl in cobra aber auch im Webbrowser verwaltet werden kann. Auch die Auswertungen für das Management wurden integriert.

Die Peter Communication System GmbH stellte ihr Projekt bei der KERNenergie GmbH vor. Der Premium-Nuss-Hersteller nutzt cobra nun intensiv zur Neukundengenerierung über Verkostungspakete, den Nachfassprozess der Angebote und die Pflege der Bestandskunden.

Last but not least wurde auch der Partner Premium technologies ausgezeichnet. Die GTL Getriebetechnik Leipzig GmbH arbeitet in cobra mit Bestelllisten, in der alle zu bestellenden Produkte eines Projekts gleichzeitig verwaltet werden können. Anfragen sowie Bestellungen werden zusammengefasst und können per Knopfdruck an Lexware übergeben werden.

Neben den fünf ausgezeichneten Projekten gab es noch zwei weitere Gründe, mit Sekt anzustoßen: Die beiden Partner abapoint und die VTE Teichmann GmbH feiern in diesem Jahr ihr 20-jähriges Partnerschaftsjubiläum und erhielten eine Urkunde.

Es folgte eine gemütliche Bootsfahrt auf dem Bodensee, die alle Teilnehmer zur bekannten Insel Mainau gebracht hat. Dort durften sich die cobra Partner dann auf ein ausgiebiges Abendessen freuen, bei dem alle Teilnehmer die Gelegenheit hatten, sich auszutauschen und den Tag entspannt ausklingen zu lassen.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im cobra GmbH

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/5sssfsz>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/it-hightech/cobra-crm-setzt-den-fokus-auf-die-dsgvo-und-customer-experience-57471>

Pressekontakt

cobra GmbH

Samantha Schubert
Weberinnenstraße 7
78467 Konstanz

samantha.schubert@cobra.de

Firmenkontakt

cobra GmbH

Samantha Schubert
Weberinnenstraße 7
78467 Konstanz

shortpr.com/5sssfz
samantha.schubert@cobra.de

Das Konstanzer Softwarehaus cobra ist einer der führenden Anbieter von Lösungen für das Kunden- und Kontaktmanagement. Als Pionier für CRM entwickelt und vertreibt cobra seit 30 Jahren erfolgreich innovative CRM-Lösungen made in Germany. Ob in Vertrieb, Marketing, Service oder Geschäftsleitung: cobra stellt Kundeninformationen abteilungsübergreifend in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns und unterstützt bei Kundenbetreuung, Kampagnen- und Leadmanagement sowie der Optimierung von Geschäftsprozessen. Auch mobil ist cobra via Smartphone, Tablet oder Laptop im Einsatz. Ein eigenes Hosting-Angebot sowie Mietmodelle bieten maximale Flexibilität.

Im Jahr 2014 gelang cobra als einem der ersten Anbieter für professionelle CRM Software die Verbindung von Business Intelligence mit CRM. Umfangreiche Analysefunktionen, visuell dargestellt in Form von Dashboards mit zeitlicher Komponente und Drill-Downs zeigen Potenziale und Schwachstellen auf. Diese bilden die Grundlage für die Führung und Steuerung von Unternehmen jeder Branche und Größe. Neben einer einfachen und gut verständlichen Bedienung ermöglicht cobra CRM BI über Data Mining auch predictive und prognostic analytics neben den klassischen prescriptive und expost Analysen.

Mit rund 250 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät cobra kleine, mittelständische und große Unternehmen in allen Belangen rund um das Thema CRM. Zu den 18.000 Kunden zählen Unternehmen wie Continental, die Unimog Sparte der Daimler AG, Creditreform oder Ergo direkt.

Anlage: Bild

