



CRM Trends 2013 - Welche Trend-Themen werden dieses Jahr umgesetzt?

CRM Trends 2013 - Welche Trend-Themen werden dieses Jahr umgesetzt?

Die Congenii Consulting Group stellt Ihnen die wichtigsten Customer Relationship Management-Themen für das Jahr 2013 vor, die branchenübergreifend in der zukünftigen Kundenkommunikation wichtig werden.
 <http://www.congenii.com/CRM-Trends-2013.php>
Customer Relationship Management und Ansprache über die Cloud
Themen rund um die Cloud sind auch 2013 noch aktuell und beeinflussen Strategien und Prozesse in CRM und IT. Auf dem Markt haben sich inzwischen viele Software-Lösungen rund um die Cloud etabliert und bieten attraktive Vorteile für die Unternehmen. Im CRM-Umfeld zieht der Einsatz einer Cloud-basierten CRM-Software die Überlegungen nach sich, wie CRM-Daten in der Cloud verwaltet werden können und die CRM-Ansprache über diese Lösungen intelligent ausgebaut werden kann. Dabei ist die Cloud nicht nur für Mittelständler ohne große IT-Infrastruktur spannend, sondern auch große Deutsche Konzerne setzen immer mehr auf die Cloud und verwalten und managen dort Ihr CRM.
Social CRM 2.0
Mit dem Boom der Social Media Plattformen geht es speziell bei Social CRM um die Frage, wie kundenindividuelle Social Media Daten für die CRM-Kommunikation nutzbar gemacht werden können. Der Markt hat inzwischen zahlreiche Software-Lösungen hervorgebracht, die Social Media Monitoring und Analytics umfangreich ermöglichen und eine neue Sicht auf den Kunden bieten. Die Verknüpfung dieser Daten zu den Kundenstammdaten im CRM-System ist allerdings noch immer komplex und kann von den Unternehmen oft nicht umgesetzt werden. Mittlerweile entwickelt sich der Trend daher in die Richtung, dass Social Media Daten in einer eigenen Datenbank analysiert und darauf eigene Kampagnen aufgesetzt werden. Das Thema Social CRM erlebt somit eine Renaissance in neuem Gewand.
Big Data
Der Umgang mit Big Data ist in 2013 ein sehr präsent Thema im CRM- und BI-Umfeld. Durch Social Media Plattformen und die wachsende Informationsvielfalt stehen den Unternehmen neue Datenquellen mit enormen Datenmengen zur Verfügung, die für Analytik und CRM spannendes Potenzial bieten. Heute steht auch die Technik zur Verfügung, diese großen Datenmengen zu erschließen und verarbeiten zu können. Big Data kennzeichnet aber nicht nur Herausforderungen, mit der enormen Datenmenge umzugehen, sondern diese Datenmenge sinnvoll zu analysieren, um daraus zusätzliches Wissen zu gewinnen, das für intelligente CRM-Kommunikation genutzt werden kann. Das Thema Datenqualität gewinnt in diesem Rahmen ebenfalls eine neue Bedeutung.
Location Based Services
Mit kundenrelevanten Angeboten beschäftigt sich CRM ja schon lange. Zwischenzeitlich ist auch die Bedeutung von kundenindividuellen Realtime-Angeboten und Next Best Offers gewachsen. Ein spannender Trend für 2013 stellen jedoch die Location Based Services dar, die das Kommunikationspotenzial der Smartphones ausschöpfen und dem Kundenbedürfnis nach mobilem Datenzugriff Rechnung tragen. CRM wird mobil und ermöglicht es, dem Kunden in Abhängigkeit seines aktuellen Standortes mittels entsprechender Smartphone-Apps aktuelle Angebote zur Verfügung zu stellen. Dabei spielen Prozesse in der Analytik zur Vorberechnung der Next Best Offer eine genauso starke Rolle wie die entsprechenden IT-Prozesse zur standortbezogenen Übertragung der benötigten Daten in Echtzeit.
Cross-Channel Customer Relationship Management
In Anlehnung an die genannten Trends bleibt auch das Cross Channel CRM weiterhin ein relevantes Thema. Unternehmen stehen noch immer vor der Aufgabe, die Kunden an ihren präferierten Kontaktpunkten mit stimmigen und relevanten Informationen abzuholen. Dabei erfährt Cross Channel CRM zunehmende Komplexität im Zuge der Vielzahl moderner Kontaktpunkte und eines wachsenden Informationsbedürfnisses der Kunden. Mobiles CRM und Realtime-Kommunikation beeinflussen die synchronisierte Informationsbereitstellung ebenfalls. Unternehmen müssen Strukturen schaffen, die eine Vernetzung und Integration der Kanäle ermöglicht, sowohl Outbound- als auch Inbound-fokussiert.
Den vollständigen Artikel mit ausführlichen Informationen und Tipps zu den einzelnen Trends finden Sie hier: <http://www.congenii.com/CRM-Trends-2013.php>
Die Congenii Consulting Group ist als Beratungshaus spezialisiert auf die Bereiche Customer Experience Management, Customer Relationship Management, Marketing Operations Management, Kampagnenmanagement und Business Intelligence. Ihre Mitarbeiter besitzen langjährige Erfahrung in der Strategie-Entwicklung sowie in den Bereichen Prozessoptimierung und Customer Insights. Congenii verbindet strategisches Know How mit Kompetenz im Bereich der Datenanalyse und Business Intelligence und bietet Konzeptentwicklung und Umsetzung aus einer Hand.

Simon Schneider
Marketing Manager
Tel.: +49 (228) 9265182-32

Simon.Schneider@congenii.com
 www.congenii.com

Pressekontakt

Congenii Consulting Group

53115 Bonn

Firmenkontakt

Congenii Consulting Group

53115 Bonn

Die Congenii Consulting Group ist ein Beratungshaus spezialisiert auf die Bereiche Customer Experience Management, Customer Relationship Management und Business Intelligence. Wir besitzen langjährige Erfahrung in der Strategie-Entwicklung, im Bereich Chance Management und Prozessoptimierung. Congenii verbindet strategisches Know How mit Kompetenz im Bereich der Datenanalyse und Business Intelligence und bietet Ihnen die Konzeptentwicklung und Umsetzung aus einer Hand.