

Den Kunden im Fokus – Potenziale und Grenzen des CRM im E-Businesszeitalter

Nürnberg, 09. Oktober 2009

Dr. Kai Hudetz

www.ecc-handel.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

ECC

E-Commerce-Center Handel



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

Was ist das E-Commerce-Center Handel?

- ▶ Forschung, Projekte und Beratung für private und öffentliche Auftraggeber
- ▶ **Spezialisierung auf Fragen des E-Commerce im Handel von Suchmaschinenmarketing ... bis Web 2.0**
- ▶ Informationsportal www.ecc-handel.de
- ▶ angesiedelt am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (www.ifhkoeln.de)
- ▶ Teil des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Netzwerks der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr (www.ec-net.de)



IfH – den Handel im Fokus

- ▶ Das Institut für für Handelsforschung (IfH) wurde 1929 als an-Institut der Universität zu Köln gegründet.
- ▶ Das IfH versteht sich als Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis.
- ▶ Direktor des Instituts: Prof. Dr. Werner Reinartz
- ▶ Geschäftsführung: Dr. Andreas Kaapke (Sprecher), Dr. Kai Hudetz
- ▶ Das IfH beschäftigt ca. 30 festangestellte Mitarbeiter und etwa 15 studentische Hilfskräfte.
- ▶ unabhängig, objektiv und neutral



Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)

- ▶ **Das Netzwerk besteht aus...**
 - ▶ 28 regionalen Kompetenzzentren
 - ▶ 1 Branchenzentrum für den Handel
 - ▶ 3 externen Netzwerkpartnern
 - ▶ 7 Begleitvorhaben
- ▶ **Zentrale Plattform ist die Webseite www.ec-net.de.**



- Regionales Kompetenzzentrum
- ▲ Branchen-Kompetenzzentrum
- Externer Netzwerkpartner

Agenda

- ▶ Kür – Unified Communications
- ▶ Pflicht – E-Mail-Kommunikation
- ▶ Fazit

Basis: Unified Messaging

Hinter dem Begriff **Unified Messaging (UM)** steckt ein weit verbreitetes Verfahren zum Vereinheitlichen von Nachrichten, das alle Arten von eingehenden und gesendeten Nachrichten in einer standardisierten Form zur Verfügung stellt. Dazu gehören:

- ▶ E-Mail,
- ▶ Voice-Mail,
- ▶ Fax,
- ▶ SMS,
- ▶ MMS.

Quelle: Prinz, W.: Die Kommunikationsgesellschaft vor der UC-Revolution, Vortragspräsentation im Rahmen des Workshops „Unified Communications“, 26. November 2008, Köln

Unified Communications – als Erweiterung von UM

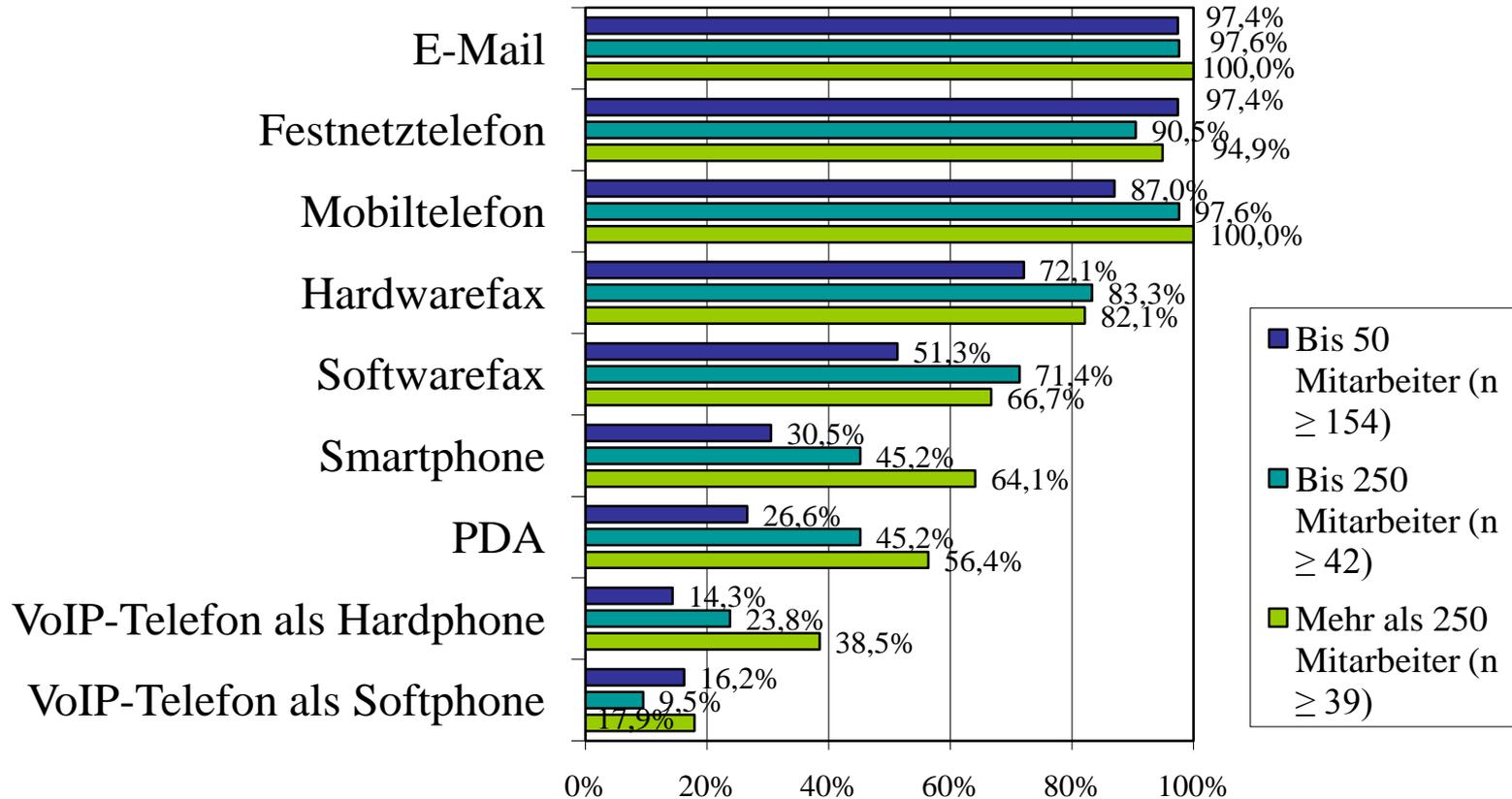
Unified Communications (UC) erweitert die Funktionalitäten von Unified Messaging um die vereinheitlichte Darstellung weiterer häufig genutzter Kommunikationsformen wie:

- ▶ IP-Telefonie (inkl. Verwaltung),
- ▶ Webkonferenzen (Applicationsharing, Audio, Video),
- ▶ Instant Messaging,
- ▶ Presence Management,
- ▶ Personal Information Management und Kalender,
- ▶ Integration in Unternehmensanwendungen.

UC-Lösungen können damit entscheidende Vorteile schaffen: So können beispielsweise die Präsenzanzeigen und die Integration verschiedener Kommunikationskanäle die Kommunikationsprozesse beschleunigen und die standortübergreifende Zusammenarbeit verbessern.

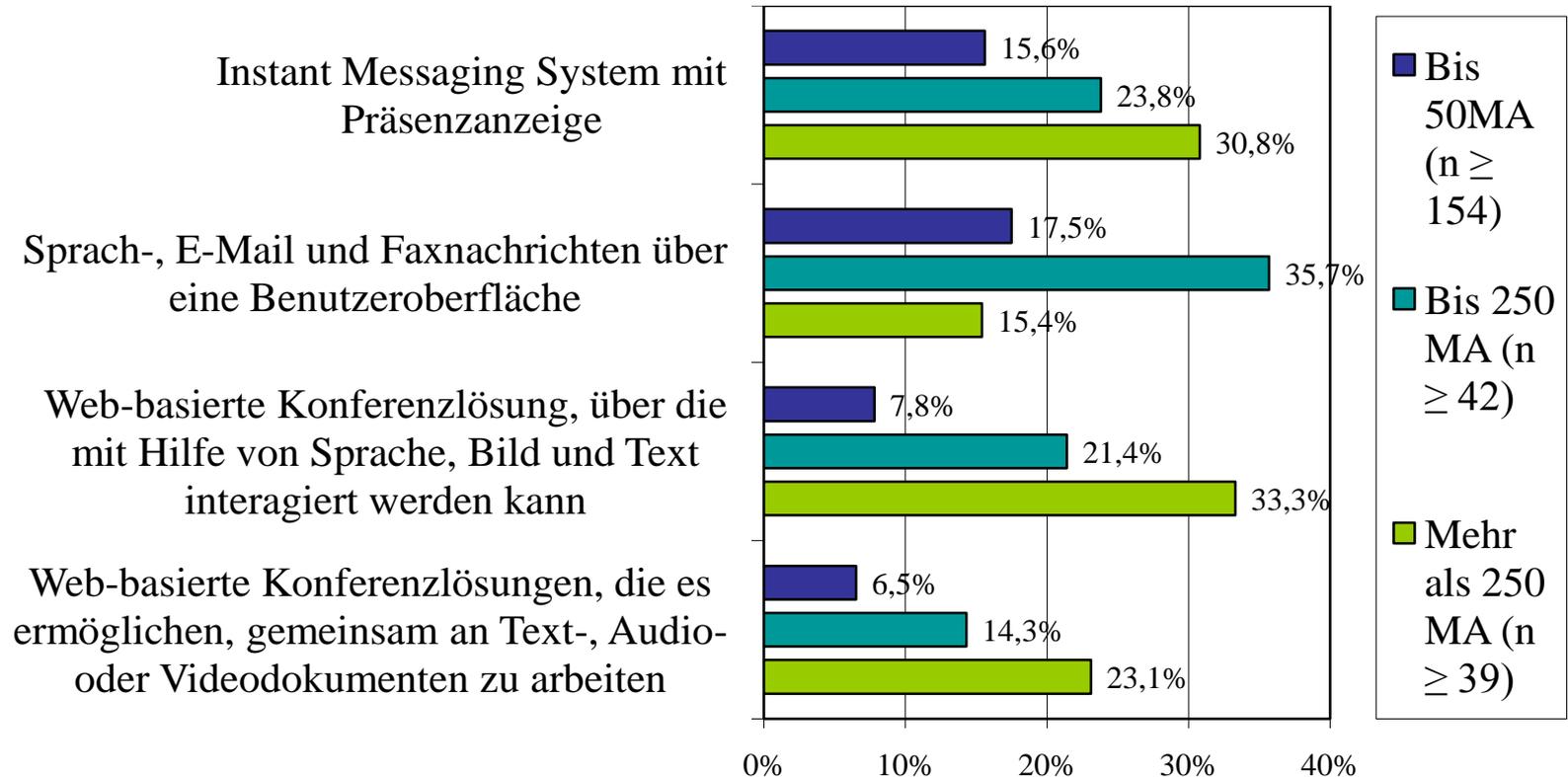
Quelle: Prinz,W., 2008

Aktuelle Kommunikationsstruktur I



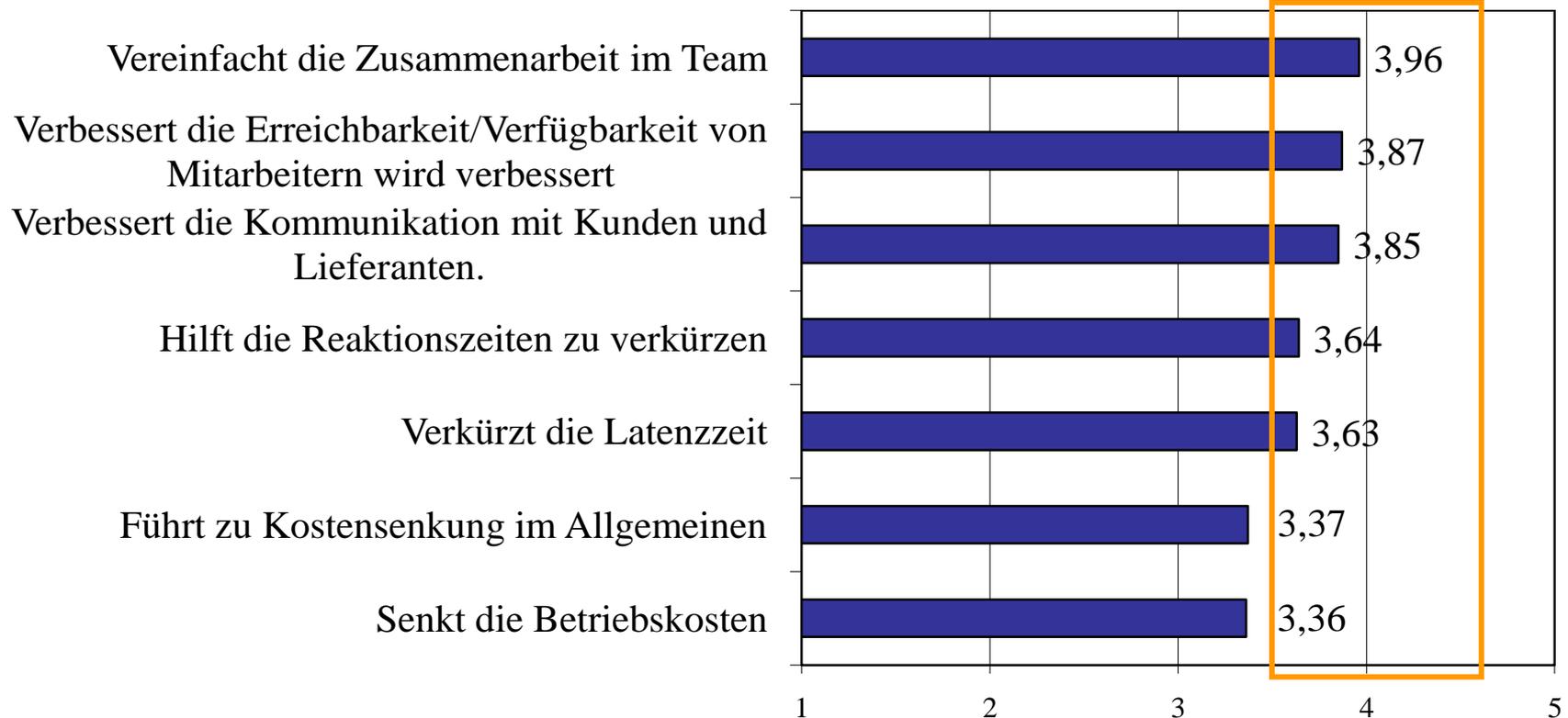
Quelle: ECC Handel 2009, n ≥ 306

Aktuelle Kommunikationsstruktur II



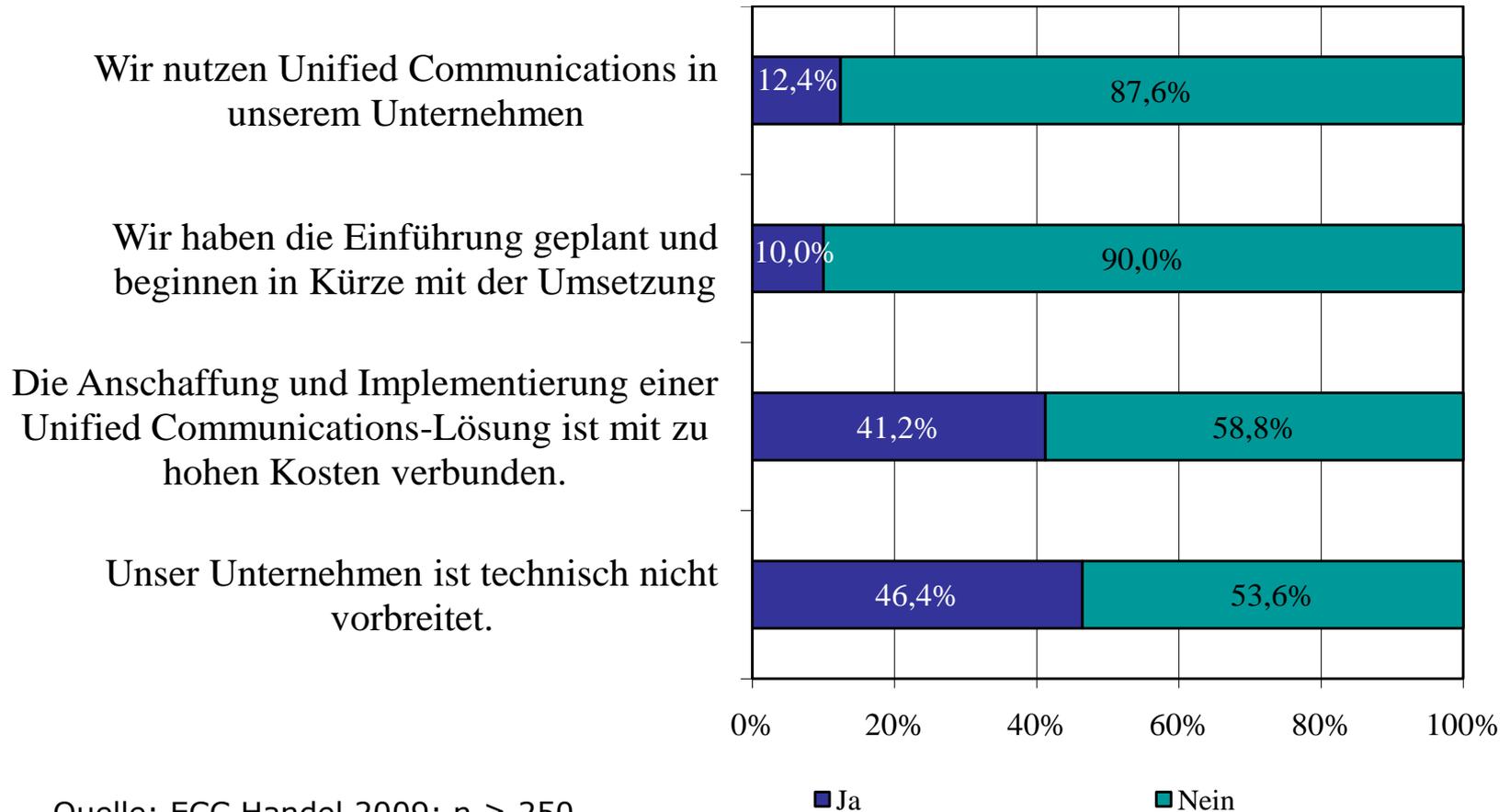
Quelle: ECC Handel 2009, n ≥ 306

Welche Chancen sehen Sie in der Nutzung von UC?



Quelle: ECC Handel 2009; n ≥ 196; Skala von 1 bis 5: 1 = komplette Ablehnung; 5 = Vollständige Zustimmung

Nutzung von Unified Communications-Lösungen



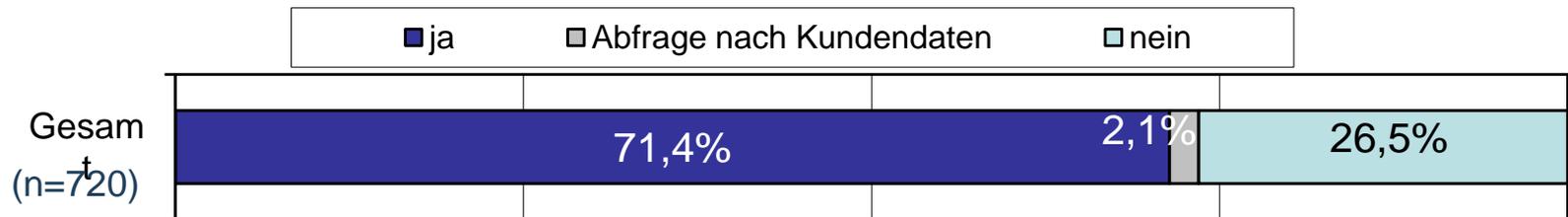
Quelle: ECC Handel 2009; n ≥ 250

Agenda

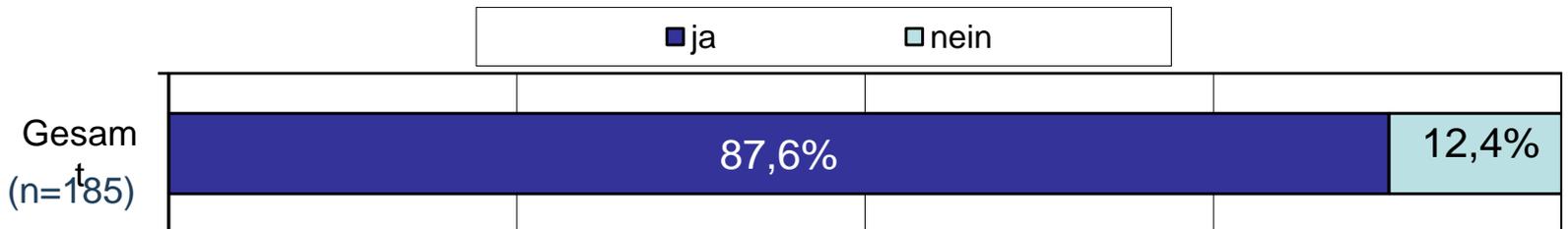
- ▶ Kür – Unified Communications
- ▶ Pflicht – E-Mail-Kommunikation
- ▶ Fazit

Reaktion von Handelsunternehmen auf Kundenanfragen per E-Mail – Ergebnisse einer Mystery Mailing-Studie

? Wird eine echte Antwortmail versendet?



? Wird eine echte Antwortmail versendet, wenn zuvor ein oder mehrere automatische Antwortmails versendet wurden?

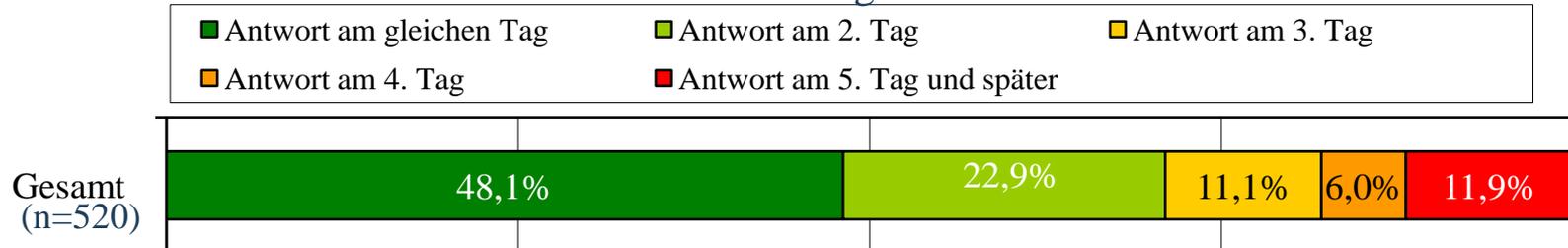


Quelle: ECC Handel 2008

Wie schnell wird auf E-Mails reagiert?



In welchem Zeitraum wird die Antwort-E-Mail zugesandt?



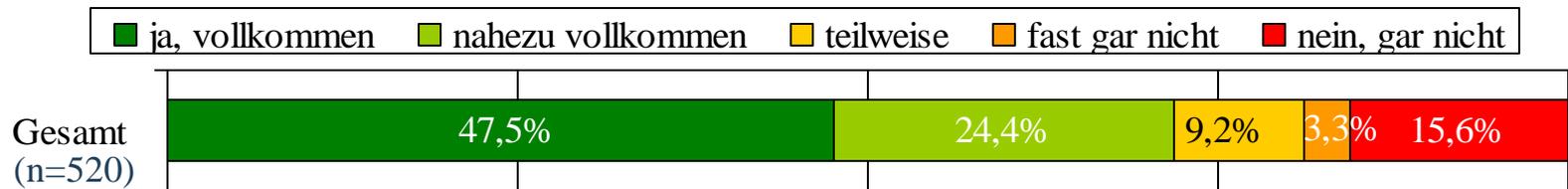
- ▶ Dem alltäglichen Umgang mit E-Mails geschuldet, erwarten Kunden zeitnah eine Antwort auf ihre Anfragen. Positiv ist daher hervorzuheben, dass 71% der manuell verfassten Antwort-E-Mails noch am gleichen oder am nächsten Tag versandt werden, obwohl mehr als ein Drittel der Unternehmen laut eigener Aussage ein E-Mail-Aufkommen von mehr als 1.000 E-Mails täglich bewältigen muss.*
- ▶ Durchschnittlich erfolgt eine Antwort nach 1,5 Tagen. Die Reaktionsdauer schwankt je nach Inhalt der Anfrage zwischen durchschnittlich nur einem Tag bei der Frage nach einer technischen Störung und 2,8 Tagen bei der Frage nach der Sicherheit des Online-Shops.**
- ▶ Die Anzahl der Antworten variiert insgesamt sehr stark zwischen den Anfrageinhalten. Während die Frage nach der eigenen Firmengeschichte z. B. nur 37 Unternehmen beantworten, wird die Frage nach dem Datenschutz und der Bestelländerung von immerhin 62 Unternehmen beantwortet.**

* Tendenzaussage auf der Grundlage der Unternehmensbefragung

** hoch signifikanter Unterschied ($p < .01$)

Inhaltliche Beantwortung

? Wird die E-Mail-Anfrage inhaltlich beantwortet?



- ▶ Fast die Hälfte aller Anfragen wird inhaltlich vollkommen beantwortet, so dass die erwartete inhaltliche Qualität durchgängig gegeben war.
- ▶ Jede fünfte Kundenanfrage wird jedoch kaum oder gar nicht beantwortet, sodass der (potenzielle) Kunde trotz Antwort-E-Mail nicht zufrieden gestellt wird. Hier fließen auch die Antworten ein, die lediglich auf eine andere Quelle oder einen anderen Kontakt verweisen, ohne die Frage direkt zu beantworten.
- ▶ Im Gegensatz zu der Annahme, dass die Qualität unter einer kurzen Reaktionszeit leiden könnte, nimmt der Anteil der vollkommen beantworteten Anfragen mit der Antwort-zeitdauer ab. So liegt der Anteil der Antwort-E-Mails, die am 5. Tag und später versendet werden und die inhaltlich gar nicht auf die Anfrage eingehen, bei fast einem Drittel. Hier wird offenbar versucht, dem Kunden zumindest „irgendetwas“ zurückzuschreiben, um der gewünschten Reaktion Rechnung zu tragen.

Worst-Practice „Umfang der Information“

Sehr geehrte Kundin, sehr geehrter Kunde,
steht alles auf der Seite unter "Versandkosten".

Mit freundlichen Grüßen
Ihr [REDACTED] Team



Worst-Practice „Rechtschreibung“

Sehr geehrte Frau Toebben,
vielen Dank für Ihre Email.

Sie erhalten bei und Grundsätzlich 10 % auf alle
Apothekenpflichtigen Arzneimittel die nicht im
Angebot

sind. Angebotspreise sind teilweise bis zu 50 %
rabattiert.

Fall Ihr Bestellwert über 500 % liegt, gewähren
wir Ihnen noch mal 5 %.

Ich hoffe ich konnte Ihnen soweit weiterhelfen
und wünsche einen schönen Tag noch.

Herzliche Grüße

x [Name]

[Position und Funktion im Unternehmen] ting

Kundenservice Center



Online-Ratgeber des NEG zum E-Mail-Management

Hilfestellung für Unternehmen bei der optimalen Gestaltung des E-Mail-Managements nach organisatorischen, technischen und rechtlichen Aspekten

- ▶ Beantwortung von 12 kurzen Fragen zum E-Mail-Management
- ▶ Ergebnispräsentation und kurze Handlungsempfehlungen
- ▶ Downloadmöglichkeit eines ausführlichen Leitfadens „E-Mail-Management von kleinen und mittelständischen Unternehmen“

The screenshot displays the results of an online advisor for E-mail management, organized into three distinct sections, each with a traffic light icon indicating the severity of the findings:

- Ergebnis im organisatorischen Fragenbereich:** Indicated by a yellow light. The text states that the organizational area shows some deficiencies and that a cost-free guide is available for assistance.
- Ergebnis im technischen Fragenbereich:** Indicated by a red light. The text warns of a pressing need for action in the technical area to optimize the handling of incoming e-mail inquiries.
- Ergebnis im rechtlichen Fragenbereich:** Indicated by a green light. The text offers congratulations and emphasizes the importance of fulfilling legal requirements, with a cost-free guide provided for support.

The interface also includes a sidebar on the left with navigation options and a top navigation bar with links like 'Kontaktieren Sie uns' and 'Schließen Sie ab'.

Der Ratgeber ist unter <http://www.emr.zetis.de> abrufbar.

Agenda

- ▶ Kür – Unified Communications
- ▶ Pflicht – E-Mail-Kommunikation
- ▶ **Fazit**

CRM im E-Business-Zeitalter in KMU: Chance und Herausforderung zugleich

- ▶ E-Business bietet auch KMU große Chancen bei der Kundenansprache
- ▶ Die neuen Funktionalitäten bzw. Lösungen wären für KMU sehr hilfreich
- ▶ Die Umsetzung in KMU ist sehr schwierig: KMU sind keine kleinen Großunternehmen!
- ▶ Viele KMU haben noch Nachholbedarf bei der Umsetzung technischer Lösungen

Kontakt

Dr. Kai Hudetz

E-Commerce Center Handel

Dürener Straße 401 b

50858 Köln

Tel.: 0221 943607-70

Fax: 0221 943607-59

k.hudetz@ecc-handel.de

www.ecc-handel.de

