

Omnichannel war gestern – dem mobilen CRM gehört das Morgen: 6 Trends für gelingende Kundenbeziehungen 2021

Baden, 8. Dezember 2020 – Während sich 2020 langsam dem Ende zuneigt, nimmt die digitale Transformation weiter Fahrt auf: Wie der aktuelle CIO-Priorities-Report bestätigt, nahmen IT-Entscheider aller Branchen die Krise zum Anlass, IT-Investitionen auszubauen, um vor allem die Kundenerfahrung zu verbessern – und Kundenbeziehungen somit langfristig zu stärken. Welche Entwicklungen zum Thema Kunden- und Datenmanagement an Tempo gewinnen, welche Trends neu hinzukommen und wie Sie am Puls der Zeit bleiben: Dafür wagt der CRM-Hersteller BSI einen Blick in die Glaskugel und gibt 6 CRM-Trendprognosen an die Hand.

Trendprognose 1: Die Krise wird der Digitalisierung weiter Schub verleihen

Der digital entfachte Wettbewerb um die Gunst der Kunden flaut nicht ab: Unternehmen aller Branchen sind gut beraten, ihre neu digitalisierten Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und sich dafür auch zu Ökosystem-Verbünden zusammenzuschliessen: Ob nun ein Restaurant via QR-Code Zugang zur virtuellen Speisekarte mit E-Mail-Bestellfunktion bietet, oder ein Versicherer über ein erfolgreich digitalisiertes Daten- und Adressformular eine hohe Einwilligungsquote für Werbeangebote erzielt: diese Dynamik bei der Interaktion mit Kunden gilt es jetzt beizubehalten – und 2021 in der Tiefe umzusetzen.

Trendprognose 2: Das Smartphone wird zur wichtigsten Plattform für die Kundenansprache

Drei revolutionäre Produkte in einem Device: Die wegweisende Botschaft, die Steve Jobs beim Launch des ersten iPhone unter die Leute brachte, scheint bis heute nicht angekommen zu sein. Dabei verrät spätestens ein Blick in die Kinderzimmer, welches Computing Device auch in Zukunft erste Anlaufstelle für die Kundenansprache sein wird. Über das Smartphone lassen sich spannende Customer Journeys triggern – ob nun per E-Mail-Adresse, telefonisch, auf den Social-Kanälen und mit oder ohne Push-Benachrichtigung. Alle Kanäle führen zum Kunden – und die meisten davon erreichen ihn über sein Handy. Dank Geo-Targeting kann der Weg zur nächsten Filiale gewiesen und passgenaue Unterstützung angeboten werden – und das rund um die Uhr: Mobile macht's möglich.

Trendprognose 3: Sharing is Caring – Kooperationen ermöglichen echte Kundenbindung

Im Zusammenspiel von Digitalisierung und neuen Datenmanagement-Konzepten entstehen fortlaufend neue Dienstleistungen – gerade im Bereich der Sharing Economy. So erleichtern

beispielsweise zunehmend mehr Banken ihren Kunden den Zahlungsverkehr neuerdings durch partnerschaftliche Angebote: Kontaktlose Bezahl-Apps, Live-Chats zur Hilfestellung bei Online-Payments und geldwerte Mitarbeitervorteile durch Zusammenschlüsse von Banken mit Unternehmen zum Datenaustausch. Grundvoraussetzung sind hier wie dort effiziente CRM-Systeme – für eine 360°-Sicht auf die Kundenhistorie und um Kontaktinformationen für die automatisierte Ansprache in 2021 noch gezielter bereitzustellen.

Trendprognose 4: Zero Party Data lassen Kundenbedürfnisse Wirklichkeit werden

Jede gute Beziehung kommt an den Punkt, wo Wünsche ungehört verhallen. Kommt die Sprache dann doch darauf, heisst es da: «Warum fragst du mich nicht einfach?» Genauso verhält es sich mit Zero Party Data: Verbraucher realisieren mittlerweile, dass es durchaus für beide Seiten von Vorteil sein kann, wenn sie bestimmte Daten mit Unternehmen teilen. Anbieter, die ihren Kunden durch intelligente und unterhaltsame Kampagnen, passende Abfragen und attraktive Incentives gute Gründe dafür liefern, werden langfristig profitieren. Denn so lassen sich gute Kundenbeziehungen entwickeln und Dienstleistungen gewinnbringend personalisieren – und das alles im Einklang mit dem Datenschutz.

Trendprognose 5: Akzeptanz für komplizierte Tools lässt nach

Genauso wie sich der Austausch zwischen Unternehmen und Kunden intensiviert, wandelt sich die Interaktion von Mensch und Maschine. Die hohen Ansprüche an Usability, die Nutzer an die Anwendungen und Bedienoberflächen ihrer privaten Endgeräte stellen, wollen sie auch in Automation Tools im Geschäftsalltag verwirklicht finden. Use Cases und Geschäftsprozesse schnell umsetzen, ohne den Weg über die IT gehen zu müssen – darauf kommt es heute an.

Trendprognose 6: CRM-Systeme brauchen kontinuierliche Innovation – und Anschlussfähigkeit

Klassische CRM-Systeme sind mittlerweile eine Commodity. Um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Lösungen Unterscheidungsmerkmale aufweisen, die den Kunden einen echten Mehrwert und Investitionsschutz bieten: Ein erfolgskritischer Faktor ist eine kontinuierliche Produktentwicklung, denn eine veraltete Lösung mit unzähligen Updates für Unternehmen «fit zu patchen», führt letztlich in die Sackgasse. Best-of-Breed-Anwendungen sind gefragt, die sich nicht nur durch Nutzerfreundlichkeit, sondern auch durch eine hohe Anschlussfähigkeit an bestehende IT-Umsysteme in Unternehmen sowie an Ökosysteme wie beispielsweise die SDA Open Industry Plattform und Zapier auszeichnen. Wenn solche Service-Plattformen dann auch noch in der Digital

Experience Platform zentral verwaltet werden und das reine Daten- mit dem gezielten Kontaktmanagement zusammengebracht wird, kann das Potential der CRM-Trends 2021 voll ausgeschöpft werden.

«Unternehmen haben auf Grundlage moderner CRM-Systeme die Chance, sich mit einem Top-Kundenservice und intelligenter Datenanalytik im Markt zu differenzieren», kommentiert Zeno Hug, CRM und CX Community Manager beim Software-Hersteller BSI. «Bei einem Angebot von über 8000 verfügbaren MarTech-Lösungen und den enormen Möglichkeiten zur Personalisierung kann es nicht darum gehen, Kunden etwas aufzudrängen, was nicht ihrem Bedarf entspricht. Bestmöglich digitalisierte Prozesse und ein gutes CRM sollten die Kriterien eines zuvorkommenden Butlers erfüllen: Sie sollten individuelle Beratung dort leisten, wo und wann sie benötigt wird und bei der Prozessbewältigung unterstützen, ohne zu behindern oder Entscheider aus ihrer Verantwortung zu entlassen.»

BSI Medienkontakt

Kontakt

Charlotte Malz, +41 (0)417668633
charlotte.malz@bsi-software.com
BSI Business Systems Integration AG
Täfernweg 1, CH-5405 Baden
www.bsi-software.com

Pressekontakt

Daniel Bastan, +49 89 628 175 19
WE Communications
dbastan@we-worldwide.com

Über BSI

Impress your customer – das ist unser Versprechen an Sie. Dank unseren smarten Softwarelösungen für Customer Relationship Management (CRM) und Marketing Automation erreichen Sie Leads und Kunden da, wo sie sind und begleiten sie durch die gesamte Customer Journey. Mit strukturierten Kundendaten, Künstlicher Intelligenz und echten Emotionen lassen sich Kundenherzen gewinnen. Bei BSI gehen Beratung, Software-Entwicklung und -Implementierung Hand in Hand. BSI bietet eine der führenden Omnichannel-Suiten im Markt und Lösungen von CRM über Customer Experience bis zu Data Management. Unsere Lösungen bieten eine breite Funktionalität und die nahtlose Anpassung an individuelle Kundenbedürfnisse – spezialisiert für Retail, Banking und Insurance. Das Ergebnis: Eine überraschend einfache und intuitive Bedienung sowie ein Experience Management, das Endkunden begeistert. BSI wurde 1996 in der Schweiz gegründet und beschäftigt über 338 Mitarbeiter an Standorten in Baar, Baden, Bern, Darmstadt, Düsseldorf, Hamburg, München und Zürich.