

„Kundenbeziehungen muss man leben“

Als unabhängiger CRM-Dienstleister mit zwei Softwarestandbeinen begleitet k.section Unternehmen auf dem Weg zur dauerhaften Kundenbeziehung.

Dominik Troger

„CRM ist mehr als Aktivitätenmanagement.“ In dieser Aussage von k.section-CEO, DI (FH) Mark S. Kaslatler MBA steckt schon der ganze Full-Service-Gedanke, mit dem Unternehmen der Weg zu einem profitablen Kundenbeziehungsmanagement eröffnet werden soll. „Viele Unternehmen, die sich über CRM Gedanken machen, sehen darin in erster Linie eine softwaregestützte Adress- und Kontaktverwaltung“, meint Kaslatler. „Dass hier auch komplexe Geschäftsprozesse in Verkauf, Marketing und Service ins Spiel kommen, wird oft unterschätzt.“

Kaslatler kommt selbst aus dem CRM-Business und hat bei namhaften Systemintegratoren und Produkthäusern europaweite Projekterfahrung gesammelt. 2004 gründete er mit seinem Partner DI (FH) Gerhard Keplinger, einem ausgewiesenen CRM- und Datenbankspezialisten, das Unternehmen k.section business solutions gmbh. Angeboten werden softwareunabhängige Beratungskompetenz und Implementierungs-Know-how. Als Partner von Microsoft und Oracle/Siebel setzt das Unternehmen auf zwei Softwarestandbeine, mit denen vor allem der heimische KMU-Markt fokussiert wird.

Stolpersteine ausräumen

Die Abkürzung „CRM“ hatte in der Vergangenheit nicht immer den besten Leumund, viele Projekte brachten nicht den gewünschten Erfolg. „Die implementierte Funktionalität der Software ist für den nachhaltigen Erfolg des Projektes nicht von so essentieller Bedeutung wie Mitarbeiterakzeptanz, einfache Bedienbarkeit, laufender Support während und nach der Einführung, die volle Unterstützung des Managements und eine konsolidierte Datenbasis“, erläutert Kaslatler



Das Management-Team von k.section (v. l. DI (FH) Pirngruber MBA, DI (FH) Keplinger, DI (FH) Kaslatler MBA setzt auf Teamgeist und Know-how

Wichtig sei es auch, mit kleinen Schritten zu beginnen und Erfahrungen zu sammeln. „Es macht durchaus Sinn, mit nur ein oder zwei Abteilungen und nur einem sehr kleinen Personenkreis zu starten. Das Projekt bleibt auf diese Weise überschaubar und es wird risikolos Erfahrung gesammelt, die dann in den weiteren Ausbauphasen genützt werden kann“, ist Kaslatler überzeugt.

Er plädiert dafür, vor Projektbeginn mit ausgewählten Betroffenen aus den einzelnen Abteilungen zu sprechen und deren geschäftsprozess-indizierte Anforderungen zu erfragen. „Unternehmen setzen bei der Erstellung eines Pflichtenheftes oft die falschen Schwerpunkte, weil sie die Zielvorgaben nicht genau genug definiert haben“, so Kaslatler. Es wäre aber extrem wichtig, die Schlüsselfaktoren für die Zielerreichung rechtzeitig zu kennen, denn „damit hat man nicht nur die Stolpersteine aus dem Weg geräumt, sondern auch eine optimale Erfolgskontrolle“.

„Mit der Einführung eines CRM-Systems ist es aber nicht getan“, betont Kaslatler. „Ein CRM-System muss ständig weiter gepflegt und verbessert werden. Wir zeigen Unternehmen wie sie ihre kundennahen Prozesse und ihre Applikationen ständig weiterentwickeln können und unterstützen die Mitarbeiter beim Arbeiten mit dem System.“

Microsoft und Siebel

Auch produktseitig wird ein universeller Ansatz vertreten. Mit Microsoft und Oracle/Siebel setzt man auf zwei bewährte Hersteller. „Damit können wir der Softwarestrategie eines Unternehmens entgegenkommen“, erklärt Kaslatler, der die Entscheidung für einen bestimmten Hersteller nicht an der Funktionalität festmachen möchte. „Es sind viele Kriterien entscheidend, aber der Kosten-Nutzen-Faktor spielt dabei immer die wichtigste Rolle. Der Einschulungs- und Betriebsaufwand ist bei beiden Produkten etwa gleich.“

Mit k.trans gibt es eine auf Microsoft Dynamics CRM 3.0 basierende Branchen-CRM-Lösung für Transport- und Logistik-Unternehmen im Programm. Herstellerunabhängige Add-ons ergänzen das Produktportfolio. „Mit ihnen können Unternehmen zum Beispiel ihre Datenqualität erhöhen, Dubletten erkennen, Kundendatenbanken zusammenführen“, erklärt Kaslatler.

k.section beschäftigt derzeit zehn Mitarbeiter. Neben Österreich werden auch Projekte in der Schweiz und in Deutschland abgewickelt. Zu Referenzkunden zählen unter anderem Swisscom, BMW Financial Services, Truck24, Artaker Büroautomation, Lamda Printware, Austria Wirtschaftsservice.

www.ksection.com