

Trends im NDS CRM – CRM Trends durch das NDS

Seit 2002 bietet die Zürcher Hochschule Winterthur das Nachdiplomstudium «Executive Master of Marketing (CRM)» an. Dabei sind viele interessante Lehrveranstaltungen und Praxisarbeiten entstanden. Grund genug, die Highlights vorzustellen.

Mireille
Troesch-Jacot*

Dr. Nils Hafner*

Thematisch behandelt das Nachdiplomstudium (NDS) in den Lehrveranstaltungen (in der Regel Freitag/Samstag) das Thema Customer Relationship Management in allen Ausprägungen. Die integrierte und entscheidungsorientierte Sicht des CRM-Marketingansatzes steht dabei im Vordergrund. Ziel ist es, Nachwuchsführungskräfte aus Marketing, Vertrieb und Servicemanagement für die Leitung eines CRM-Programmes und nachfolgend für die Leitung von Marketing, Vertrieb und Services auf Ebene Geschäftsleitung «fit» zu machen. Grundlage dafür ist das von der ZHW und Mummert Consulting entwickelte CRM-Framework:

benstellungen individuelle Anpassungsmöglichkeiten der CRM-Prozesse, Methoden und Hilfsmittel im Hinblick auf die Veränderung «ihres Unternehmens» zum Kundenunternehmen. Dabei stehen vor allem branchentypische Besonderheiten im Vordergrund, die für die jeweiligen Geschäftsbeziehungen entscheidend sind. So sieht ein typischer Vertriebsprozess von Dienstleistungen bei einer Bank beispielsweise anders aus als in der Softwareindustrie. Dem internationalen Dozententeam der ZHW ist dabei wichtig, dass es im Bereich CRM keine «Pauschalrezepte» gibt, sondern lediglich solide Hilfsmittel in Form eines «Werkzeugkastens» zur Entwicklung individueller Marketing-, Vertriebs- und Servicestrukturen.

In einem zweiten Block nehmen die Führungshilfsmittel einen gewichtigen Platz ein. Eingehend wird über die klare Einschätzung von Kosten und Nutzen eines CRM Programmes debattiert. Anschliessend betrachten die TeilnehmerInnen den Faktor Mensch. Der Haupterfolgsfaktor von CRM ist nämlich oftmals eine neue Einstellung den Kunden gegenüber, die von allen Menschen im Unternehmen getragen wird. Die Vermittlung des Nutzens von CRM an die Mitarbeiter als Teilhaber der Veränderungen und deren Führung, sei es im CRM Projekt, sei es in der Linienfunktion als Leiter Marketing, Vertrieb und Service trägt diesem Kernaspekt Rechnung. Dementsprechend wird Wert auf eine gründliche Projekt- und Change-Managementausbildung gelegt. Gerade die souveräne Begleitung und das Management der geplanten Neuerungen hin zu einer konsequenten Ausrichtung des Unternehmens auf Kundenorientierung und die Zufriedenheit profitabler Kunden zeichnen heute erfolgreiche Führungskräfte aus. Die TeilnehmerInnen üben anhand verschiedener Gruppen- und Einzelaufgaben, grosse Organisationen und einzelne Mitarbeiter mit der neuen Ausrichtung vertraut zu machen.

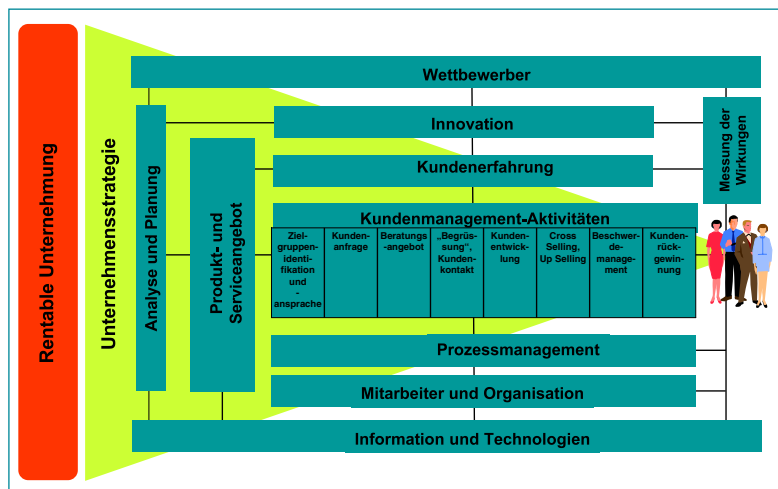


Abb.1: Das CRM Framework

Es geht dabei jedoch nicht nur um die Vermittlung prototypischer Strategien und Prozesse aus der modernen Fachliteratur, sondern die Umsetzung ist von entscheidender Bedeutung für die Gestaltung der Kundenbeziehung. In einer eigens für diesen Studiengang entwickelten Methodik werden sämtliche Konzepte aus der «Theorie» anhand von eigenen Problemstellungen der TeilnehmerInnen in Ihren Unternehmen auf ihre Praxistauglichkeit geprüft. Die Entwicklung der Führungspersönlichkeit der TeilnehmerInnen ist dabei ein nicht zu unterschätzender Nebeneffekt dieser intensiven Auseinandersetzung.

Hilfsmittel in Form eines «Werkzeugkastens»

Für diese praxisorientierte Arbeit diskutieren in einem ersten Block Teams von 4 bis 6 Personen anhand von Aufga-

Umsetzungsprobleme im Unternehmensalltag

Das Studium wird begleitet durch die Darstellung erfolgreicher Praxisfälle. In 20 Gastreferaten stellen Manager aus mittleren und grossen schweizerischen Unternehmen, darunter Migros, Swiss International Airlines, Swisscom und andere, erfolgreiche CRM Projekte vor. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf den Umsetzungsproblemen von CRM in den Unternehmensalltag. Hier können die Studierenden

von den Erfahrungsberichten der Manager aus Projekt- und Linienorganisation profitieren. In diesem Zusammenhang bilden die «CRM vor Ort» – Veranstaltungen besondere Highlights. So besichtigten die Teilnehmer verschiedene Unternehmen, um sich vor Ort ein Bild von der Kundenorientierung in Marketing, Vertrieb und Service machen zu können. Dazu erklärten sich unterschiedliche Firmen, wie die Telekommunikationsriesen Orange und Swisscom Mobile oder im Bankenbereich die Luzerner Kantonalbank bereit. Der Besuch des jährlichen CRM Forums, das von der Studiengangsleitung des NDS CRM an der ZHW massgeblich mitgestaltet wird, bildet einen weiteren Höhepunkt des Programms.

Im dritten Teil des Nachdiplomstudiums zum Executive Master of Marketing (CRM) rückt die IT Unterstützung von CRM Prozessen im Mittelpunkt. Aus der Fülle der über 200 Softwaresuiten zum Thema CRM wurden 10 führende Programme ausgewählt und den Studenten anhand eines von Ihnen erarbeiteten Pflichtenheftes präsentiert. Das Vorgehen gewährleistet, dass einerseits nur gezielt ausgewählte Aspekte vorgestellt und andererseits jedes Jahr neue Schwerpunkte auf Trends in der technologischen Entwicklung gelegt werden können.

Den Abschluss des Studiums bilden Veranstaltungen, die den Teilnehmern die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen im CRM-Umfeld näher bringen. Sowohl die jeweils aktuellen rechtlichen Möglichkeiten eines umfassenden CRM in der Schweiz als auch die ethisch-gesell-

schaftlichen Aspekte beispielsweise des Datenschutzes und des Umgangs mit persönlichen, privaten Informationen des Kunden werden hier besprochen und deren Folgen gemeinschaftlich erarbeitet.

NDS CRM Erbe

Da es sich beim Customer Relationship Management noch um eine sehr junge Disziplin handelt, legt die Zürcher Hochschule Winterthur Wert darauf, die Entwicklung dieses Themas genau zu dokumentieren und somit auch den Erfolg oder Misserfolg einzelner Trends festzuhalten. Zentrales Instrument dazu ist das «NDS CRM Erbe» eine Zusammenstellung aller aktuellen Themen in den Lehrveranstaltungen, den Praxisvorträgen, den Exkursionen vor Ort und den besuchten Fachtagungen. Dieses Compendium wird von jeder TeilnehmerInnen-Abschlussgeneration ergänzt und aktualisiert. Es soll den Ablauf von Trends im modernen Management dieser Disziplin widerspiegeln.

Sollten Sie Interesse an der Teilnahme an diesem Studium haben, oder ein interessantes Projekt im Umfeld CRM abgeschlossen haben und möchten dieses präsentieren, interessieren Sie sich für Möglichkeiten einer sonstigen Unterstützung dieses Studiengangs, bitte kontaktieren Sie Nadja Lachmann, Tel.: +41 52 267 78 91.

**Mireille Troesch-Jacot, Dr. Nils Hafner, Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW)*