



Checkliste für die CRM-Strategie

STRATEGIE & ZIELE

- Klare CRM-Ziele definiert (z. B. Leads, Umsatz, Kundenbindung)
- Priorisierte Bereiche festgelegt (Marketing, Vertrieb, Service)
- Zielsetzung ist messbar (KPIs & Zeitrahmen)
- Erwarteter Business-Mehrwert definiert
- Interne Stakeholder & Verantwortliche benannt

KUNDEN & CUSTOMER JOURNEY

- Zielkunden / ICP klar definiert
- Buyer Personas beschrieben
- Customer Journey von Erstkontakt bis Bestandskunde dokumentiert
- Zentrale Touchpoints identifiziert
- Schwachstellen & Optimierungspotenziale erkannt

PROZESSE & DATENSTRUKTUR

- Marketing-, Sales- & Service-Prozesse definiert
 - Klare Übergaben zwischen Abteilungen festgelegt
 - CRM-Datenmodell definiert (Kontakte, Deals, Tickets)
 - Relevante Datenfelder & Pflichtfelder festgelegt
 - Lifecycle-Stufen & Lead-Definitionen definiert
-

TECHNOLOGIE & AUTOMATISIERUNG

- Passendes CRM-System ausgewählt
- Notwendige Integrationen definiert (Website, E-Mail, Tools)
- Automatisierungspotenziale identifiziert
- Lead-Routing & Follow-ups geplant
- Reporting & Dashboards vorgesehen

EINFÜHRUNG, NUTZUNG & OPTIMIERUNG

- Einführung in klaren Phasen geplant
- Datenmigration & Datenqualität sichergestellt
- Nutzer geschult & Akzeptanz gefördert
- Datenschutz & Governance berücksichtigt
- Regelmäßige Reviews & Optimierung eingeplant

ABSCHLUSS-CHECK

- CRM wird aktiv genutzt
 - Entscheidungen sind datenbasiert
 - Prozesse sind klar & nachvollziehbar
 - Kundenbeziehungen werden systematisch entwickelt
 - CRM unterstützt messbar Wachstum & Effizienz
-