

Der CRM-Einkaufs- leitfaden für die Fertigungs- industrie

Vertrieb, Marketing, Service und Händlernetzwerke
optimal ausrichten – für das beste Kundenerlebnis in
der Fertigung.

FERTIGUNG · HÄNDLERNETZWERKE · VERTRIEB

Themen in diesem Leitfaden:

Daten intelligent verknüpfen

CRM einfach bedienbar machen

Bedarfsprognosen automatisieren

Proaktivere Vertriebsteams

Händler- & Servicenetzwerke

Marketing & Service integrieren

CRM-Erfolgskennzahlen

Einleitung: Warum CRM in der Fertigung entscheidend ist

Das Leben in der Fertigungsbranche war schon immer herausfordernd, doch die letzten Jahre haben den Druck erheblich erhöht. Lieferketten wurden unterbrochen, der Fachkräftemangel hat sich verschärft, und Kunden sind anspruchsvoller denn je.

Das Leben in der Fertigungsbranche war schon immer herausfordernd, doch die letzten Jahre haben den Druck erheblich erhöht. Lieferketten wurden unterbrochen, der Fachkräftemangel hat sich verschärft, und Kunden sind anspruchsvoller denn je.

Allein großartige Produkte zu entwickeln reicht nicht mehr aus. Führungskräfte müssen erkennen, wie wichtig überzeugende Kundenerlebnisse, hochwertige Händlerbeziehungen und einfache, zeitsparende Funktionen für Endanwender sind. CRM-Lösungen können für Fertigungsunternehmen entscheidend sein, um wettbewerbsfähig zu bleiben, Kosten zu senken und operative Komplexität zu reduzieren.

Daten intelligent verknüpfen

Fertigungsunternehmen verfügen über ein breites Spektrum an Aktivitäten – Produkte entwickeln, verkaufen, liefern und warten. Wenn Beteiligte nicht wissen, wie andere mit Kunden interagieren, entstehen inkonsistente Erlebnisse, die Unternehmen unkoordiniert erscheinen lassen.



„Es ist bedauerlich, dass diejenigen, die am meisten von einem CRM profitieren könnten, es nicht nutzen, weil es zu komplex ist. Für Fertigungsunternehmen muss CRM eine praxisnahe Anwendung sein, die echten Mehrwert bietet.“

— SugarAI – CRM-Leitfaden Fertigung

Ein Vertriebsmitarbeiter, der eine wichtige Vertragsverlängerung abschließen will, aber nichts von einem schwerwiegenden Serviceproblem weiß, kann unbeabsichtigt die Kundenbeziehung gefährden. Marketingteams, die Lieferanten- oder Servicechancen nicht kennen, senden falsche Botschaften an beschäftigte Kunden.

Der Schlüssel liegt darin, Daten zu verknüpfen. Durch die Verbindung unterschiedlicher Datenquellen erhält jeder Beteiligte eine aktuelle, umfassende Sicht auf alle Kundenaktivitäten. Die Erkenntnisse aus dieser 360-Grad-Sicht helfen Organisationen, vom reaktiven zum proaktiven Handeln überzugehen und bei jeder Interaktion überzeugende Erlebnisse zu schaffen.

Was Teams dadurch können

- Relevante Themen für jede Chance sichtbar machen: Preise, Rückstände, Verfügbarkeit
- Detaillierte Einblicke in Konten mit kontextbezogenen Dashboards gewinnen
- Kontobewertungen erstellen, um wichtige Kontaktpunkte zu identifizieren
- Externe Quellen wie LinkedIn einbinden, um Netzwerke besser zu verstehen

CRM für die Fertigung: Einfach bedienbar, leicht einzuführen

Gerade für Fertigungsunternehmen mit vielen zu überwachenden Prozessen muss CRM eine praxisnahe Anwendung sein. Die vernetzten Workflows sollten jede wichtige Interaktion optimieren und mithilfe von Benachrichtigungen und Dashboard-Hinweisen zur Lösung von Problemen beitragen. Nutzer sollten das System reibungslos bedienen können – ohne technische Schulung. Sie sollten es nutzen wollen, nicht dazu gezwungen werden.

Schneller Zugriff auf relevante Informationen

- Schnelle Übersicht über den letzten Kauf oder ein aktuelles Serviceticket
- Nahtlose Kommunikation mit Vertriebspartnern
- Transparenz über den Status von Bestellungen innerhalb der Lieferkette

Jeden Mitarbeiter zum Kundenexperten machen

Richtig umgesetzt stellen Sie jedem Mitarbeiter die richtigen Informationen direkt bereit – oft noch bevor danach gefragt wird. Die Benutzeroberfläche sollte individuell anpassbar sein, sodass Ansichten auf jeweilige Anforderungen zugeschnitten werden können, ohne zusätzliche Komplexität zu schaffen.

Erkenntnisse sollten möglichst visuell dargestellt werden, damit Nutzer Informationen besser erfassen und fundierte Entscheidungen treffen können. Die intuitive Benutzeroberfläche muss sowohl auf Desktop- als auch auf mobilen Geräten verfügbar sein.

Das richtige CRM bietet:

- Drag-and-Drop-Konfigurationen, anpassbar durch Nutzer oder lokale Admins
- Schnellen SDK-Zugriff, um das System an Unternehmen und Marke anzupassen
- Einfache ERP-/MRP-Integration mit unbegrenzten API-Aufrufen
- Mobile Funktionen für Außendienstmitarbeiter – unabhängig von Gerät oder Standort
- Vordefinierte Benutzertypen mit rollenspezifischen Ansichten

56 %

der Nutzer bezeichnen
SugarAI als anpassbar

46 %

bewerten es als
einfach zu nutzen

1 Tab

ersetzt mehrere offene
Fenster im Arbeitsalltag

#1

Nutzerakzeptanz
im CRM-Markt

Zentrale CRM-Workflows für die Fertigungsindustrie

Bedarfsprognose

In einer optimalen Wertschöpfungskette müssen Informationen in beide Richtungen fließen. Während die Fertigung die richtigen Produkte in den richtigen Mengen bereitstellen muss, ist es ebenso wichtig, dass der Vertrieb Prognosen erstellt und die Produktion informiert, welche Produkte wann benötigt werden. Timing und Genauigkeit der Bedarfsprognosen bilden die Grundlage für die Optimierung von Lagerbeständen, Rohstoffen und Lieferkettenprozessen.

Diejenigen mit dem besten Einblick in die Nachfrage – Händler und Gebietsleiter – sind oft am weitesten von der Angebotsseite entfernt. Eine vertriebsbasierte Bedarfsprognose nutzt Daten aus der Praxis:

- Nachfrage auf Basis realer Zahlen statt Vermutungen vorhersagen
- Genau die richtige Menge an Rohstoffen bestellen
- Rückstände und Verschwendung reduzieren, Durchlaufzeiten verkürzen
- Händler-Bestellmengen und Pipeline-Fortschritte in Echtzeit erfassen
- Kapazitätsbedarf des Vertriebsteams verstehen



Proaktiverer Vertriebsteams

Vertriebsteams sind ständig unterwegs und stehen in kontinuierlichem Austausch mit Kunden. Dennoch sind sie eingeschränkt, wenn sie keinen sofortigen Zugriff auf relevante Kundendaten haben. Moderne CRM-Systeme verwandeln Vertriebsteams von reaktiven Transaktionsabwicklern in proaktive Beziehungsmanager:

- Gebietsanalysen, Kundenaufträge, Rückgaben und Nachfrageindikatoren antizipieren
- Laufenden Cashflow überwachen und Geschäftsphasen besser verstehen
- Genehmigungsprozesse für Kundenbesuche und Rabatte sicherstellen
- Kundentermine durch tiefere Einblicke inkl. Social-Media-Infos beschleunigen
- Mobile Vertriebsfunktionen nutzen: Dokumentenzusammenführung, Checklisten, Standortverif.

„Vertrieb und Marketing arbeiten effektiver, wenn das CRM Business-Rule-Engines und fortschrittliche Workflows nutzt, die nahtlose Übergaben und intelligente Eskalationen ermöglichen.“

— SugarAI – CRM-Leitfaden Fertigung

Außendienst-, Service- und Händlernetzwerke optimieren

Fertigungsunternehmen sind häufig stark auf Händlernetzwerke, Außendienst und Serviceteams angewiesen. Es geht weniger um die Nachverfolgung einzelner Aufgaben, sondern vielmehr um die optimale Nutzung der Zeit von Händlern und Außendienstmitarbeitern zur Stärkung von Beziehungen. Teams benötigen keine Komplexität, sondern genau die richtigen Informationen.

CRM unterstützt Händlernetzwerke dabei:

- Händlerleistung messen, Lücken identifizieren und gemeinsame Ziele abstimmen
- Gebietsdaten erfassen und teilen, um die Pipeline zu maximieren
- Händler über lokales Marketing, Trends, Aktionen und Lieferprognosen informieren
- Gemeinsame Pläne, Wachstumsziele und Anreize abstimmen
- Neue Händler einfach integrieren und Unterstützungsbedarf schnell erkennen

Wie Marketing & Service den CRM-Erfolg beeinflussen

Die vollständige CRM-Story lässt sich nicht ohne Marketing- und Serviceaktivitäten erzählen. Als erster Kontaktpunkt muss Marketing alle relevanten Informationen mit Vertrieb und Service teilen: heruntergeladene Inhalte, Webseiten-Besuche, Produktempfehlungen, Webinare. Diese Kontaktpunkte formen eine Buyer Persona, die den Ausgangspunkt der Customer Journey bildet.

Service und Support sind ebenso entscheidende Kontaktpunkte. Vertrieb und Service arbeiten effizienter, wenn das CRM-System eine Business-Rule-Engine und Workflows nutzt, die nahtlose Übergaben und intelligente Eskalationen ermöglichen. Um SLAs einzuhalten, muss der gesamte Serviceprozess für mehrere Beteiligte transparent sein. Das System sendet Warnmeldungen, wenn Schwellenwerte überschritten werden.

Weitere optimierbare Fertigungsprozesse:

Vertragsmanagement	Auftragsmanagement	Servicebereitstellung	Reklamationen	Bestellanforderungen
Abschlusszeiten verkürzen, Erstellung automatisieren	Nachverkaufsprozesse automatisieren, Zahlung sicherstellen	Lieferung und Installation nach Verkauf automatisieren	Rücksendungen und Erstattungen mit Finanzsystemen verknüpfen	Intelligente Bestellungen, Benachrichtigungen, Beschaffungsrichtlinien

CRM-Optimierung: Was es ermöglicht

Vertrieb & Pipeline

- Transparenz in der Pipeline: neue Chancen frühzeitig erkennen
- Verbesserte Conversion-Raten über alle Vertriebsphasen zur Benchmark-Bildung
- Wachstum im Neugeschäft durch Nachverfolgung neuer Kunden und Upsells
- Höhere Kundenbindung und Profitabilität pro Kunde
- Detaillierte Vertriebsanalysen: Verkaufszyklen, Abschlussquoten je Mitarbeiter

Service & Kundenzufriedenheit

- Einhaltung von Service-Level-Agreements
- Höhere Kundenzufriedenheit, Messung von Kundenstimmung und Abwanderungsraten
- Schnellere Problemlösung im Service bei gleichzeitig höherer Zufriedenheit

Marketing & Automatisierung

- Automatisiertes Kampagnenmanagement und Lead-Scoring
- Reduzierung manueller Marketingprozesse
- Einfachere IT-Workflow-Automatisierung zur Optimierung des Kundenerlebnisses

Finanzen & Compliance

- Vollständige Nachverfolgung von Zahlungen mit Kennzeichnung bei Ausfall
- Vertragsmanagement mit verkürzten Abschlusszeiten
- Automatisiertes Auftragsmanagement und Abrechnungsprozesse

In einer Zeit, in der selbst große Fertigungsunternehmen agil sein müssen, ist die Fähigkeit, ein vernetztes Kundenerlebnis zu bieten, entscheidend. Wenn alle Beteiligten auf derselben Grundlage arbeiten, wird die Gestaltung und Pflege dieses Erlebnisses erheblich erleichtert.

95 %

schnellere Kampagnen-
erstellung (Nucleus Research)

50 %

weniger Aufwand für
Marketing-Teams

15 %

höhere Produktivität
im Vertrieb

45 %

weniger Zeit für
Dateneingaben

Revolutionieren Sie Ihr CRM und Ihr Unternehmen.

In einer Zeit, in der selbst große Fertigungsunternehmen agil sein müssen, um auf sich verändernde Märkte, belastete Lieferketten und neue Kundenanforderungen zu reagieren, ist die Fähigkeit, ein vernetztes und überzeugendes Kundenerlebnis zu bieten, von entscheidender Bedeutung. Die richtige CRM-Lösung kann wesentlich dazu beitragen, die Anforderungen aller kundenorientierten Bereiche zu erfüllen.

Demo anfordern

Erfahren Sie, welches Potenzial SugarAI in Ihrem Unternehmen freisetzen kann.

→ sugarai.com

ÜBER SUGARAI

SugarAI unterstützt Vertriebsteams dabei, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Unternehmen entscheiden sich für SugarAI, um Komplexität zu reduzieren, Chancen gezielt zu priorisieren und Upselling mit vorhandenen Ressourcen zu steigern – ideal für Fertigung, Großhandel und Distribution.

Mehr erfahren unter www.sugarai.com

[Nordamerika](#) · [Lateinamerika](#) · [Europa](#) · [Asien-Pazifik](#)

Inhalt

S. 2 Einleitung: Warum CRM in der Fertigung entscheidend ist

S. 2 Daten intelligent verknüpfen

S. 3 CRM: Einfach bedienbar und leicht einzuführen

S. 3 Jeden Mitarbeiter zum Kundenexperten machen

S. 4 Bedarfsprognose – zentrale Workflows

S. 4 Proaktivere Vertriebsteams ermöglichen

S. 5 Außendienst-, Service- und Händlernetzwerke optimieren

S. 5 Marketing & Service: Einfluss auf CRM-Erfolg

S. 6 CRM-Optimierung: Was es ermöglicht

S. 6 Erfolgskennzahlen und messbare Ergebnisse

S. 7 Fazit & Demo