

Der CRM- Auswahl- ratgeber

Mit der richtigen CRM-Lösung Ihre Kunden wirklich kennen – und Vertrieb, Planung und Leistung auf ein neues Niveau bringen.



01	CRM-Auswahl leicht gemacht	3
02	Die Kundenerfahrung stärken	4
03	KI-gestütztes CRM	5
04	Einfach, intuitiv, zugänglich	6
05	Kernprozesse und Stakeholder verknüpfen	7
06	Zentrale CRM-Anwendungsfälle	8
07	Die Leistungsstärke der CRM-Plattform	9
08	Vernetzte Kundendaten und Erkenntnisse	10
09	Checkliste: Erfolgskennzahlen	11
10	Den Auswahlprozess strukturiert angehen	12

CRM-Auswahl leicht gemacht

Die Auswahl eines CRM-Systems ist eine weitreichende Entscheidung – egal ob Sie erstmals ein System einführen, Einzellösungen ablösen oder eine abteilungsübergreifende Erneuerung vornehmen. Der Prozess muss jedoch keine schlaflose Nacht verursachen.

Standardfunktionen eines CRM sind gut – entscheidend ist aber, wie Sie damit echten Mehrwert für Ihre bestehenden Kompetenzen schaffen. Die meisten CRM-Systeme decken 80 % Ihrer Anforderungen ab. Die verbleibenden 20 % machen die Einführung jedoch besonders.

Es gibt viele Optionen. Manche CRM-Systeme bieten umfangreiche Funktionalität, erkaufte durch hohe Komplexität. Andere lassen sich leichter einführen, bieten aber kaum Gestaltungsspielraum. Ein weiterer Aspekt ist Ihre Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen.

Am Ende geht es darum, die richtige Balance zu finden: zwischen umfassenden technischen Funktionen – einfach einzuführen, zu konfigurieren und nutzbar zu machen – und der Wahrung sowie Stärkung Ihrer Marke und Ihres Geschäftsstils.

„SugarAI verfolgt eine vierteilige Vision: hochwertige Kundenerfahrung, automatisiertes Informationsmanagement, kontinuierliche Innovation und langfristige Kundenbindung – als Grundlage für transformatives Wachstum.“

— Jeanine S., Industry Director, Frost & Sullivan



Die Kundenerfahrung stärken

In einer Zeit zunehmender Kundenorientierung interessieren sich Ihre Kunden ausschließlich für ihre eigene Erfahrung – nicht für Ihre internen Herausforderungen. Sie erwarten eine nahtlose, abteilungsübergreifende Erfahrung: vom ersten Website-Besuch bis zur langfristigen Kundenbindung.

Wenn Kunden eine reibungslose Customer Journey erleben, entsteht eine hochwertige Kundenerfahrung (HD-CX) – eine, die ihr Bild von Ihrem Unternehmen auf einer grundlegenden und persönlichen Ebene prägt.

MIT DEM RICHTIGEN CRM KÖNNEN SIE

- Alle Kontaktpunkte der Customer Journey bewerten und personalisieren
- Die Kundenerfahrung vom ersten Kontakt bis zum Vertragsabschluss optimieren
- Eine konsistente Abfolge von Vertriebs-, Marketing- und Serviceaktivitäten sicherstellen
- Allen kundennahen Teams eine einheitliche 360°-Sicht bieten
- Kundenbedürfnisse mit KI-gestützten Prognosen proaktiv adressieren
- Nahtlose Omnichannel-Erfahrungen gestalten

„Unsere Kunden waren durch inkonsistente Abläufe verwirrt. Das neue CRM hat einen kulturellen Wandel ausgelöst. Unsere Vision für die Kundenerfahrung ist jetzt Wirklichkeit.“

— Erik F., CIO, P&N Bank

KI-gestütztes CRM

Wenn KI von Grund auf in die Infrastruktur Ihres CRM integriert ist, erhalten Sie beispiellose Vorhersageintelligenz und automatisierte Erkenntnisse, um Effizienz und Ergebnisse im Vertrieb zu steigern.

Vorkonfigurierte, eingebettete Analysen verknüpfen Erkenntnisse mit konkreten Massnahmen – ohne Data-Science-Kenntnisse. Ein KI-gestütztes CRM deckt ein breites Spektrum an Anwendungsfällen ab:

- Engagement-basiertes Lead-Scoring und Conversion-Prognosen
- Bewertung von Vertriebschancen nach Abschlusswahrscheinlichkeit und nächster Aktion
- Sales Playbooks und vorgeschlagene Kommunikationsschritte
- KI-gestütztes Forecasting, Churn-Prognosen sowie Upsell-/Cross-sell-Optimierung
- Time Intelligence zur Erfassung von Phasenveränderungen im Vertrieb
- Conversational AI für Chatbot-Interaktionen und Gesprächsanalysen
- Generative KI zur Unterstützung bei E-Mails, Gesprächsleitfäden und mehr

„SugarAI sorgt dafür, dass KI einfach funktioniert – für jedes Unternehmen, unabhängig von Grösse, Reifegrad oder technischer Kompetenz.“

— Rich G., Chief Technology Officer, SugarAI



04

KAPITEL

Einfach, intuitiv, zugänglich

Wie jede Technologie muss auch ein CRM seinen Nutzen unter Beweis stellen, damit es eingesetzt wird. Wenn Sie die Bedienung ansprechend, leicht zugänglich und praxisnah gestalten, werden Ihre Teams das System freiwillig nutzen.

Denken Sie bei CRM nicht in Kategorien wie „Konfiguration“. Denken Sie stattdessen in Zugänglichkeit – die Nutzer erhalten die volle Kontrolle. Laut einer aktuellen SugarAI-Studie beschreiben Verantwortliche die Plattform am häufigsten als anpassbar (56 %) und einfach zu nutzen (46 %).

DAS RICHTIGE CRM-SYSTEM BIETET

- Drag-and-drop-Konfiguration der Benutzeroberfläche, auch für mobile Geräte
- Einfache Anpassung der Oberfläche durch Administratoren im Sinne Ihrer Marke
- Kein Schulungsaufwand: Nutzer haben volle Kontrolle über UX, Dashboards und Berichte
- Unkomplizierte Konfiguration mobiler Funktionen für Vertriebs- und Aussendienstteams

„SugarAI hat die höchste Nutzerakzeptanz am Markt, weil es für die Endanwender sehr einfach gehalten wird.“

— Garrett H., VP Customer Experience, Brainsell

56 %

der Nutzer bezeichnen SugarAI als anpassbar.

SugarAI Nutzerstudie

Kernprozesse und Stakeholder verknüpfen

Mit der CRM-Grundlage an Ort und Stelle können vernetzte Arbeitsabläufe das System zum Leben erwecken. Der Ausgangspunkt ist eine vorab definierte Strategie: KPIs werden frühzeitig ausgerichtet, ein abteilungsübergreifend anerkanntes Begriffssystem wird etabliert.

Durch den Aufbau eines gemeinsamen „Wörterbuchs“ weiss jedes Team, woran Erfolg gemessen wird – was ein qualifizierter Lead ist, wann ein Problem als gelöst gilt und was einen zufriedenen Kunden ausmacht.

Darüber hinaus muss der interne Übergabeprozess klar dokumentiert sein, um einen reibungslosen Übergang von Marketing zu Vertrieb, Service und Finanzen sicherzustellen. Je mehr jedes Team vorab über die Übergabeanforderungen weiss, desto konsistenter wirkt die Kundenerfahrung.

„SugarAI ist zur zentralen Informationsquelle geworden. Dank Automatisierung ist es schnell zu einem unverzichtbaren Werkzeug geworden – die Akzeptanz ist kein Thema.“

— Delv

Zentrale CRM-Anwendungsfälle

Pipeline-Kontrolle

Account Manager ermitteln, welche Opportunities im Quartal voraussichtlich zum Abschluss kommen. Erweiterte Funktionen machen die Analyse auf jeder Genehmigungsebene transparent.

Umsatzprognose

Vertriebsteams können mit dem richtigen CRM schneller und effizienter analysieren, wie viel Potenzial jede Opportunity bietet. Prognosen lassen sich problemlos aggregieren und bei Bedarf anpassen.

Marketing und Vertrieb

Marketing-Teams mit vollständiger Account-Sicht können gezielter interagieren und den Staffelfstab zum richtigen Zeitpunkt übergeben. Eine bessere Lead-Qualifizierung stärkt die Abstimmung zwischen Vertrieb und Marketing.

Wiederkehrender Umsatz

Intelligente Lösungen erleichtern automatische Verlängerungen, Preisanpassungen und lückenlose Transaktionsdokumentation für Abonnements und Servicekontrakte.

„Die Möglichkeit, E-Mail-Kampagnenergebnisse zu analysieren, hat direktere Folgekommunikation und mehr Aktivität ermöglicht.“

— Laron W., Sales Manager, Neenah Paper

Die Leistungsstärke der CRM-Plattform

Leistungsstarke CRM-Plattformen sind auf Flexibilität ausgelegt – sie lassen sich in jede Infrastruktur, Technologie oder Prozessumgebung integrieren. Drei gängige Entwicklungsmodelle:

NO-CODE

Prozessautomatisierung läuft vollständig im Hintergrund. Jeder Nutzer kann Oberflächen mit einfachen Mitteln konfigurieren.

LOW-CODE

Einfaches Einbinden von Daten aus externen Quellen (z. B. LinkedIn) und Integration mit anderen Systemen.

FULL-CODE

Für Unternehmen, die etwas Einzigartiges schaffen und ihre Alleinstellungsmerkmale sichtbar machen möchten.

Das System sollte Cloud- und On-Premises-Optionen, mobile Funktionen, ERP-Integration sowie KI-gestützte Vorhersagemodelle unterstützen.

„Sie brauchen nur eine Vision, wohin Sie wollen – dann können Sie SugarAI entsprechend anpassen.“

— Sheila J., EVP of Operations, Star2Star Communications

Vernetzte Kundendaten und Erkenntnisse

Alles, was Sie tun, hängt von Ihrer Fähigkeit ab, auf Kundendaten zu reagieren und aufeinander abgestimmte Massnahmen zu koordinieren. Wenn alle Teams dieselbe Sicht auf jede Kundeninteraktion erhalten, legen Sie die Basis für eine konsistente Erfahrung.

ALLES AUTOMATISIEREN

Investieren Sie in eine Plattform, die Informationen automatisch erfasst und kontextbezogen allen zur Verfügung stellt. Erst dann können Vertriebsmitarbeiter mehr Zeit mit dem Verkaufen verbringen.

ALLES BESCHLEUNIGEN

Smarte Leitfäden und Playbooks beschleunigen Verkaufszyklen und verbessern die Abschlussquoten. Fokussieren Sie sich auf die richtigen Leads und lassen Sie die Plattform arbeiten.

DAS NÄCHSTE ANTIZIPIEREN

Gewinnen Sie Vertriebserkenntnisse durch prädiktives Forecasting. Verstehen Sie die Vergangenheit, um präzise Vorhersagen zu treffen und fundiertere Entscheidungen zu ermöglichen.

Checkliste: Erfolgskennzahlen

ERFOLGSKENNZAHLEN: CHECKLISTE

- ☐ **Customer Relationship Management**
Haben Vertrieb, Marketing und Service ein klares Bild der Kunden- und Interessentenaktivitäten?
- ☐ **Konversionsraten**
Verfolgen Sie aktuelle Konversionsraten in allen Vertriebsphasen – inkl. Upsells und Cross-sells.
- ☐ **Neukundengewinnung**
Tracken Sie neue Kundenaccounts und netto wiederkehrenden Umsatz.
- ☐ **Vertriebsleistung**
Analysieren Sie: Verkaufszyklus, Auftragsgröße, Gewinnrate, Lead-Reaktionszeiten.
- ☐ **SLA-Einhaltung**
Steuern und kontrollieren Sie Service Level Agreements – intern und mit Kunden.
- ☐ **Kundenbefürwortung**
Verknüpfen Sie NPS, Bewertungsplattformen und Social-Media-Signale.
- ☐ **Kundenbindung**
Erkennen Sie Abwanderungsrisiken frühzeitig und handeln Sie proaktiv.
- ☐ **CRM-Akzeptanz**
Setzen Sie Akzeptanz- und Nutzungsziele pro Abteilung.
- ☐ **Mitarbeiterproduktivität**
Identifizieren Sie Vereinfachungspotenziale durch bessere Daten.
- ☐ **Lead-Qualität**
Nutzen Sie KI, um Konversionswahrscheinlichkeiten vorherzusagen.
- ☐ **Automatisierte Ansprache**
Vergleichen Sie Ergebnisse automatisierter vs. manueller Programme.
- ☐ **Engagement & Kommunikation**
Halten Sie Kundenbeziehungen mit dem CRM aktiv.
- ☐ **Reaktionsgeschwindigkeit**
Tracken Sie die Zeit bis zur Lösung bei Serviceanfragen.
- ☐ **Abwicklung & Onboarding**
Messen Sie, ob das CRM Nachverkaufsprozesse beschleunigt.
- ☐ **TCO**
Setzen Sie ein Budget und messen Sie Kosteneinsparungen durch das CRM.



Ihr CRM und Ihr Geschäft optimieren.

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

DEMO VEREINBAREN

ÜBER SUGARAI

SugarAI unterstützt Vertriebsteams dabei, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Unternehmen wählen SugarAI, um Komplexität zu reduzieren, Prioritäten klar zu setzen und Upsell-Potenziale mit vorhandenen Ressourcen zu nutzen – ideal für komplexe, beziehungsgetriebene Branchen wie Fertigungsindustrie, Grosshandel und Distribution.

www.sugarai.com

© 2025 SugarAI Inc. Alle Rechte vorbehalten.