

Executive Summary für eine CRM Implementierung

Ein CRM ist dann erfolgreich, wenn es im Arbeitsalltag konsequent genutzt wird und Entscheidungen verbessert: Das Sales-Team weiss zu jederzeit, was als Nächstes zu tun ist, das Management erhält verlässliche Forecasts und die Daten sind so sauber, dass niemand mehr mit Excel Listen arbeiten will. Die folgenden Punkte helfen Schweizer KMU, ein CRM so aufzusetzen, dass es nicht nur eingeführt, sondern im Unternehmen erfolgreich genutzt wird.

Die 7 Must-haves eines CRM, das genutzt wird

- 1. Klares CRM-Zielbild (1–2 messbare Outcomes)**
Beispiel: „Transparente Pipeline und Forecast“ oder „Saubere Übergabe von Lead zu Sales“. Ohne Zielbild wird das CRM ein Teil deiner Tool-Sammlung.
- 2. Einfacher und eindeutiger Sales Prozess (wenige Stages, klare Definitionen)**
Maximal 6-8 Pipeline-Stufen mit Eintritts- und Austrittskriterien reichen aus. Je mehr Interpretationsspielraum, desto geringer ist die Nutzung. Keep it simple lautet die Devise.
- 3. Minimaler Datenstandard (Pflichtfelder, die Sinn machen)**
Wir empfehlen wenige, aber relevante Pflichtfelder pro Objekt (Unternehmen, Kontakt, Deal). Ziel: Datenqualität ohne Eingabefrust.
- 4. Ownership & Governance (wer ist verantwortlich für was?)**
Klarer CRM-Owner (Business), ein CRM-Admin (System), definierte Regeln für Felder, Pipeline, Dubletten und Rechte.
- 5. “Next Best Action” im Alltag (Tasks, Erinnerungen, Standards)**
Das CRM muss Handlungen auslösen: Follow-ups, Aufgaben, Templates. Wenn es um reine Dokumentation geht, stirbt die Nutzung bereits nach wenigen Tagen.
- 6. Reporting, das Führung wirklich nutzt (wenige KPIs, aber fix definiert)**
Ein Standard-Dashboard mit klaren Definitionen (z. B. Win Rate, Sales Cycle, Pipeline Coverage). Die Management-Nutzung treibt die Team-Nutzung voran.
- 7. Sauberer Start: Migration/Integrationen erst nach Prozess & Datenmodell**
Zuerst müssen die Prozesse, die Felder und die Rollen klar definiert sein. Erst dann findet die Datenübernahme und Integrationen statt. Sonst werden Fehler automatisiert anstatt gelöst.

Die Top 5 Fehler, die CRM-Projekte in KMU scheitern lassen

1. **CRM als IT-Projekt statt als Sales-Projekt**

Wenn das Sales-Team nicht der Owner des Projektes ist, entsteht ein System, das zwar funktioniert, aber von den Sales-Mitarbeitenden nicht genutzt wird.

2. **Zu viel auf einmal (Feature-Overload)**

Alles wird parallel aufgebaut (Pipelines, Automationen, Integrationen, Reports).
Ergebnis: Komplexität ist zu gross, Widerstand macht sich im Sales-Team breit und führt zu einer mässigen Nutzung.

3. **Unklare Pipeline-Definitionen und inkonsistente Daten**

Die Pipeline Stages werden nach Bauchgefühl definiert. Fehlende Pflichtfelder führen zu schlechten Reports, fehlender Trust und Rückfall in Excel.

4. **Kein Change Management (Training + Routinen fehlen)**

Einmaliges Training reicht oftmals nicht. Ohne wöchentliche Routinen und klare Standards fällt das Team in alte Muster zurück.

5. **Datenmigration ohne Bereinigung & Dubletten-Logik**

“Shit in, shit out”: Alte Dubletten, fehlerhafte Kontakte und ungeklärte Unternehmensstrukturen ruinieren Akzeptanz und das gesamte Reporting.

Mini-Check: “Seid ihr bereit für ein CRM?”

Beantwortet jede Frage mit Ja/Nein. **Ab 6x Ja** seid ihr sehr gut startklar. **4-5x Ja**: Start möglich, aber zuerst müsst ihr die grössten Lücken schliessen. **0-3x Ja**: zuerst Grundlagen klären, sonst wird das CRM teuer und unbeliebt.

1. **Zielbild**: Können wir in einem Satz sagen, wozu das CRM primär dient (z. B. Pipeline-Transparenz, Bestandskundenmanagement)?
2. **Owner**: Gibt es eine verantwortliche Person aus dem Business (nicht nur IT), die Entscheidungen trifft?
3. **Prozess**: Haben wir einen definierten Lead-/Sales-Prozess (mindestens grob), der im CRM abgebildet werden soll?
4. **Pipeline**: Können wir 6-8 Deal-Stages mit klaren Kriterien definieren (wann rein/wann raus)?
5. **Datenstandard**: Wissen wir, welche 8-12 Pflichtfelder wir je Objekt (Unternehmen/Kontakt/Deal) wirklich brauchen?
6. **Routinen**: Gibt es fixe Team-Meetings (z. B. wöchentliches Pipeline-Review), die das CRM zur Arbeitsgrundlage machen?
7. **Datenquelle**: Sind unsere bestehenden Kundendaten auffindbar und grundsätzlich exportierbar (Excel/ERP/altes CRM)?
8. **Ressourcen**: Können wir intern Zeit bereitstellen (ca. 2-4h/Woche pro Key User) für Testing, Feedback und Go-live?