

Ziel / Aufgabe



- Entwicklung einer internationalen CRM-Strategie
- Unterstützung des Unternehmensziels, größter Autobauer weltweit zu werden
- Ableitung von CRM-Maßnahmen aus dem Vertragsprozess zum Aufbau einer Customer Journey
- Unterstützung beim Rollout der CRM-Prozesse weltweit
- Senkung der Fahrzeughaltedauer durch zielgerichtete Kundenansprache zum vertraglich optimalen Tauschzeitpunkt

Branche



- International Automotive Financial Captive
- Retail Financing



Projektinhalte



- Definition des Customer Sales Cycles
- Modellierung eines einheitlichen CRM-Implementierungsprozesses
- Entwicklung einer Customer Journey auf Basis der definierten Prozesse
- Entwicklung einer Vision und Mission als oberstes Ziel der CRM-Strategie
- Herunterbrechen der Vision und Mission auf Ziele und Unternehmenswerte
- Herausarbeiten des Zusatznutzens durch den Einsatz von CRM-Prozessen

Ergebnis / Nutzen



- Finalisierung der internationalen CRM-Strategie
- Einheitliches Verständnis und Transparenz über die CRM-Prozesse weltweit
- Implementierung der CRM-Maßnahmen sind auf Basis eines standardisierten Prozesses weltweit möglich
- Intensivierung der CRM-Prozesse in den Auslandsgesellschaften