Die Loyalität des Kunden ist oberstes Ziel des in Österreich noch wenig CRM-Anbieters Remedy Corporation. Man will dieses Ziel durch absoluten Kundenservice erreichen, wobei man neben den Kunden im herkömmlichen Sinn auch die Mitarbeiter der Auftraggeber als Kunden betrachtet.

Hildegard Fatahtouii

John Siniawski, Vice President von Remedy

Neue Wege im eBusiness

Remedy ist Anbieter von IT Service Management- und Customer Relationship Management (CRM)-Lösungen, die global an mehr als 10.000 Kunden-Standorten installiert sind. Mit Hilfe dieser Service-Anwendungen können Unternehmen ihre Entwicklung in Richtung eBusiness beschleunigen und sich so einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil sichern. Die Lösungen von Remedy helfen, den internen sowie den externen Kundenservice zu optimieren. Unternehmen erhalten dadurch die Möglichkeit, einerseits die Zusammenarbeit mit dem Kunden zu intensivieren, andererseits interne Abläufe zu verbessern.

Die CRM-Applikationen von Remedy sind leicht zu implementieren und können ohne großen Programmieraufwand an die spezifischen Voraussetzungen eines Unternehmens angepasst werden, indem bestimmte Geschäftsprozesse oder individuelles Systemverhalten über die Definition sogenannter „Business Rules" festgelegt werden. Von Marketing über Sales- und Support-Automatisierung bis hin zum Qualitätsmanagement greifen alle kundenrelevanten Applikationen, die die Verwaltung von Kundenbeziehungen unterstützen, auf eine gemeinsame Datenbank zu. Dadurch können alle Abteilungen eines Unternehmens an umfassenden aktuellen Informationen über Kunden teilhaben.

Remedys CRM-Lösungen sind für mittelständische Betriebe bis hin zu Unternehmensbereichen großer Organisationen konzipiert und bestehen aus den Applikationen **Customer Support** für den technischen Support, **Quality Management** für den Bereich Produktentwicklung, **Leads Management** für die Verwaltung von Kundenkontakten sowie **Sales Continuum** zur Optimierung von Vertriebsprozessen.

Der **Customer Support**, eine Komponente der CRM Suite, sorgt für die Kommunikation zwischen Support, Technik, Marketing und Kunden, indem sie die gesamte Kundenkommunikation, wie beispielsweise die Bearbeitung von Problemen, Vorschlägen oder Informationsfragen, protokolliert, verfolgt und vereinfacht. So können Kunden jederzeit auf eine Webseite zugreifen, die sowohl die Nutzung eines modernen Self-Service-Angebotes als auch die Eingabe von Supportfragen erlaubt. Ungelöste Probleme werden automatisch zu den kompetenten Mitarbeitern weitergeleitet. Häufiger auftretende Probleme können schneller und ef-

CRM in der ewigen Stadt

Remedy Tagung in Rom am 13. Februar 2001

Zugegeben, es fiel ein wenig schwer, diesen römischen Frühlingstag in einem überheizten Vortragssaal des St. Regis Grand Hotel zu verbringen. Chris Hill und John P. Siniawski haben es mit ihren anschaulichen und lebendigen Vorträgen dennoch geschafft, CRM zu einem spannenden Thema zu machen.

Life inside and outside

Chris Hill, Marketingleiter für Europa, den Nahen Osten und Afrika, ging in seinem Referat darauf ein, dass sich der Kontakt zum Kunden stark verändert hat. Die persönlichen Kontakte nehmen ab, Geschäfte werden mehr und mehr über das Telefon und über das Internet abgewickelt.

Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, hat sich Remedy das Ziel gesetzt, sowohl auf die Bedürfnisse der externen (CRM) als auch der internen Kunden (Help Desk) einzugehen. Als interne Kunden sieht Remedy die Mitarbeiter ihrer Kunden, deren Zahl in großen Organisationen bis zu 70.000 beträgt und die ebenso zufrieden sein müssen wie der Auftraggeber selbst.

Management Workflow - die IT-Architektur zur Schaffung zufriedener Kunden

John P. Siniawski, Vice President von Remedy, nannte als oberstes Ziel die Loyalität des Kunden. Zur Erreichung dieses Zieles ist es notwendig, auf jeden Prozeß, auf jede Veränderung rasch zu reagieren und Business Rules festzuschreiben. Das passiert im Management Workflow, mit dessen Hilfe Reaktionen und Entscheidungen vereinfacht werden.

Laut Siniawski unterscheidet sich Remedy von anderen CRM-Anbietern hauptsächlich durch zwei Kriterien: den Management Workflow und die Integration aller Workflow-Prozesse in eine einzige Plattform.

Zum Unternehmen

Die Remedy Corporation wurde 1990 von Larry Garlick, Dave Mahler and Doug Mueller gegründet und hat ihren Hauptsitz in Mountain View/Kalifornien.

Die europäische Zentrale befindet sich in London, weitere europäische Niederlassungen liegen in Paris, Rom, Stockholm, Amersfoort (Niederlande) und in Frankfurt a.M. Die deutsche Niederlassung besteht seit 1997 und betreut die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz und Osteuropa.

Darüber hinaus ist die Remedy Corporation in Japan und Australien vertreten. Mehr als 1.000 Mitarbeiter werden weltweit beschäftigt.

Im Jahr 2000 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 288,5 Millionen US-$, was einer Steigerung von 26 % gegenüber 1999 (228,9 Millionen $) entspricht.

fizienter gelöst werden, weil die integrierte Wissensdatenbank für alle Nutzer einfach zugänglich ist. Das Ergebnis ist eine Steigerung der Kundenzufriedenheit und ein großer Schritt in Richtung Kundenloyalität.

Eine weitere Komponente der CRM Suite ist das **Quality Management**, das für den konstruktiven Dialog zwischen der Support-Abteilung, den Entwicklern und den Kunden sorgt. Das Quality Management bietet einen innovativen Workflow-Prozeß für das Management von Produktfehlern und von Anfragen nach bestimmten Funktionen. Das System verfolgt Änderungswünsche sowie alle anderen Verfahren rund um die verschiedenen Produkte und kommuniziert die geforderten Modifikationen zum verantwortlichen Techniker oder Supportmitarbeiter. Wenn nötig, benachrichtigt es die betroffenen Kunden. Marketing- und Entwicklungsabteilung werden automatisch über Produkterweiterungen informiert.

Das **Sales Continuum** unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung neuer Vertriebsmöglichkeiten, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Durch integrative Methoden zur Sammlung und Verarbeitung

von Kundendaten ist das Vertriebsteam besser informiert und damit in der Lage, schnellen und umfassenden persönlichen Service zu leisten, realistische Prognosen zu entwickel und fundierte Etnscheidungen zu fällen. Die Applikation erfasst alle wesentlichen Elemente des Verkaufsprozesses und wertet diese aus.

Das **Leads Management** automatisiert und optimiert durch den Einsatz moderner Workflow-Technologie das Kontaktmanagement in den Bereichen Telesales und Marketing. Es ist außerdem ein wichtiges Instrument zur Überwachung und Optimierung der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, zur Wettbewerbsanalyse und Erfolgskontrolle.

Auf der diesjährigen CeBIT zeigte Remedy zum ersten Mal die komplette deutschsprachige CRM-Suite. Darüber hinaus wurden auch die Portalanwendung Remedy Personalization und die deutschen Versionen von Asset- und Change-Management vorgestellt.

Fusion mit Deodis SA

Durch die Übernahme von Deodis, einem französischen Asset Management- und CRM-Integrator mit Sitz in Paris, will Remedy seine Marktposition in Europa ausbauen.

Deodis konzentriert sich hauptsächlich auf Asset Management-, Help Desk- und CRM-Implementierungen auf Unternehmensebene. Einige der größten europäischen Firmen setzen auf die Lösungen des Pariser Unternehmens, um ihre Unternehmenswerte strategisch verwalten zu können.

Für Remedy ist die Fusion mit Deodis ein wichtiger Schritt zu dem Ziel, die Global 2000 Unternehmen bei der schnellen und professionellen Umsetzung von Lösungen für strategisches Asset Management und CRM zu unterstützen. http://www.remedy.com/