

Anhang: Wesentliche Use-Cases CRM

Use Case 1 Kontaktverwaltung und Beziehungsmanagement	Use Case 2 Heben und Steuern von Förder- und Vertriebspotenzialen	Use Case 3 Lead Management und Anbahnungsphase	Use Case 4 Auswertung von Daten und Steuerung	Use Case 5 Marketing- und Veranstaltungsmanagement	Use Case 6 Prozess- steuerung
Beschreibung					Wird nicht weiter- verfolgt
• Zentrale, digitale Erfassung von externen Kontakten und GPs • Darstellung von Netzwerken • 360 Grad Überblick über Kunden/Kontakte	• Identifikation und Segmentierung von Zielgruppen, Marktsegmenten und Potenzialen • Bereichsübergreifende Anzeige von Gesprächsanlässen	• Darstellung Anbahnungsprozess (Vor SAP) • Überblick über Vorhaben und wesentl. KPIs • Auswertungsgrundlage (bspw. Absagegründe)	• Darstellung historischer Daten und Ist-Analysen • Erstellung von Forecast-Szenarien oder Prognosen • Auswertungen für Mitarbeitende und Führungskräfte	• Marketinglisten und Weiterverarbeitung zu Kampagnen oder Veranstaltungen • Rücklaufüberwachung Erfolgsmessungen • Zusammenführung von Marketingtools	
Ziel					
Einheitliche, hausweite und systemgestützte Datenbasis zur Erhaltung der Geschäftskontinuität	Generierung Value Proposition durch datenunterstützte Identifizierung von Potenzialen	Transparente Darstellung der Anbahnungsphase als Überblick für KBs und zur Steuerung relevanter Themen	Effiziente Steuerung und Transparenz über Erträge, Geschäftsentwicklungen oder Ressourcen	Marketingkampagnen, Zielgruppensteuerungen und Veranstaltungen effizient, synchronisiert planen und durchführen.	
Datenqualität					