

KOSTENFREI

Mit **16 Checks**  
zu wirksameren  
CRM Projekten

**wv|sd.**

DAMIT IHR NÄCHSTES PROJEKT  
EIN VOLLER ERFOLG WIRD



# Schwierige CRM Vorhaben?

Wann haben Sie das letzte Mal beobachtet, das ein wichtiges IT-Projekt die Erwartungen verfehlt? Alle Organisationen, die solche wichtigen Projekte machen - im Besonderen im Bereich von Geschäftsprozessen - hoffen auf gute Ergebnisse. Sie möchten so investieren, dass es sich lohnt. Dennoch scheitern die Vorhaben häufig an den gleichen und immer wiederkehrenden Herausforderungen.

Und doch schaffen manche Organisationen es, Ihre Projekte so abzuschließen, wie sie es sich vorgenommen haben. Viele unserer Kunden haben nach dem Abschluss eines Projektes andere Vorstellungen, wie sie das anpacken müssten, als vorher. Diese Vorstellungen sind

klar, spezifisch und bestens geeignet, die wichtigsten Herausforderungen zu lösen, bevor sie das Projekt beeinflussen. Wir haben gemeinsam mit unseren Kunden festgestellt, dass schon wenige wichtige Checks vor dem Projekt helfen, die richtigen Prioritäten zu identifizieren und Ihr Vorhaben so umzusetzen, dass die Investition sich wirklich rentiert. Diese Checks haben wir hier für Sie zusammengetragen. Wir hoffen, dass Sie diese Erfahrungswerte nützlich finden.

Bitte lassen Sie uns wissen, falls aus Ihrer Sicht wichtige Checks fehlen. Und wir freuen uns über Ihr Feedback!

Ihr Philipp Schulze-Tertilt  
Gründer WYSA GmbH

Ihr Jens Voigt  
Gründer WYSA GmbH



**wysa.**

Gemeinsam. Erfolgreich. Handeln.

FÜR IHRE RESULTATE

# Wofür ein Arbeitsbuch

Wir haben dieses Arbeitsbuch mit den Erfahrungen und Erkenntnissen unserer Kunden entworfen. Damit möchten wir Organisationen wie Ihrer ein Werkzeug an die Hand geben, mit dem Sie alle wichtigen Anforderungen durchdringen, für sich selbst richtig priorisieren und in einen noch wirksameren Austausch mit möglichen CRM-Partnern eintreten können.

Viele unserer Kunden schätzen Fragen, die sie sich selbst noch nicht gestellt haben.

Wir wissen, dass diese 16 Checks Arbeit mit sich bringen. Wir wissen auch, dass die ganz konkrete Zielsetzung einen großen und wichtigen Anteil am Erfolg eines Vorhabens rund um CRM- und Digitalem Marketing hat. Projekte werden schnell komplex und ein klares Ziel sorgt für angenehme Klarheit. Wenn sich diese Checks für Sie wie ein freundliches Verhör anfühlen, ist das nicht unsere Absicht.

Wir haben nur Fragen ausgewählt, die andere Unternehmen sich rückblickend gerne schon zu Beginn ihres Projektes gestellt hätten.

Die Fragen sind so aufgebaut, dass Sie uns die Antworten schicken können, wenn Sie möchten. Wir melden uns dann mit einer individuellen Handlungsempfehlung bei Ihnen zurück.

## Noch ein Hinweis

Dieses Arbeitsbuch funktioniert nach der Erfahrung unserer Kunden am besten in der vorgeschlagenen Reihenfolge. Teilen Sie die Arbeit gerne in Etappen auf. Wir hören immer wieder, dass sich diese Vorbereitung wirklich bezahlt macht!



Um weiter zu sehen, als andere, stellte ich mich auf die Schultern von Giganten.

Sir Isaac Newton

## CHECK 1

# Ihre wichtigsten Prozesse

---

Welche Prozesse in Ihrem Unternehmen sind für Ihre Strategie so wichtig, dass Sie sie mit diesem Vorhaben weiterentwickeln möchten?

Denken Sie an Ihre wichtigsten Geschäftsprozesse. Nicht für alle Prozesse hat Ihre CRM Strategie eine gleich starke Bedeutung. Schreiben Sie zunächst die Geschäftsprozesse auf, an die Sie denken und vergeben Sie dann jeweils eine Bewertung von 1-10 für die Wirkung des Prozesses auf die Gesamtstrategie Ihres Unternehmens und eine Einschätzung, wie sie diesen Prozess in Ihrem CRM Projekt priorisieren möchten. Niedrigere Zahlen bedeuten nicht, dass das Thema unwichtig ist. Nutzen sie die gesamte Skala. Das hilft Ihnen später, die Themen in die optimale Reihenfolge zu bringen. Markieren Sie dann die, auf die Sie in diesem Projekt nicht verzichten können.

10: sehr hoch, 1: sehr niedrig

Geschäftsprozess	Wirkung 1-10	Wichtigkeit 1-10
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>

## CHECK 2

# Ihre wichtigsten Effekte

Woran würden Sie in 3 Jahren erkennen, dass das Vorhaben die Ziele erreicht hat und, dass die Investition das gewünschte Resultat bewirkt hat?

Denken Sie an die Geschäftsprozesse, die Sie im ersten Schritt ausgewählt haben. Notieren Sie für jeden dieser Prozesse die wichtigste Kennzahl und den aktuellen Rahmen, in dem sich diese Kennzahl heute bewegt.

Wir beschäftigen uns im nächsten Schritt damit, wie Sie diese Kennzahlen gerne entwickeln möchten.

Geschäftsprozess	Kennzahl	Von	Bis
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

CHECK 3

# Langzeitwirkung

Welche messbaren Verbesserungen müssen in den nächsten 3 Jahren insgesamt erreicht werden, damit Sie dieses Projekt zu einem vollen Erfolg erklären?

Denken Sie an die Kennzahlen, die Sie im zweiten Schritt ausgewählt haben. Notieren Sie für jeden dieser Kennzahlen jetzt bitte den Rahmen, in dem sich diese Kennzahl zukünftig bewegen muss und ihr angestrebtes Optimum.

Kennzahl	Von	Bis	Optimum
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

## CHECK 4

# Wirtschaftliche Effekte

---

Welche Wirkung entsteht daraus für Ihre Organisation, die ein Investment in das Projekt rechtfertigt?

Jede Investitionen in Systemen & Software sollte sich lohnen. Die Langzeitwirkung, die durch veränderte Kennzahlen entsteht, hat immer auch eine wirtschaftliche Auswirkung.

Hier wollen wir bewerten, welche Veränderung den größten Effekt für ihre strategische Zielsetzungen haben wird und die besten Investments identifizieren.

Bitte übernehmen Sie Ihre Kennzahlen und konkretisieren Sie dann die erwartete Veränderung und den wirtschaftlichen Mehrwert, der damit verbunden ist.

Kennzahl	Änderung (+/-)	Wert
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>



## CHECK 5

# Weitere Erfolgsfaktoren

Woran außerdem erkennt Ihre Organisation in 3 Jahren, dass das Projekt erfolgreich war?

Eine CRM Strategie und die Geschäftsanwendungen, die sie tragen und ausführen, werden nicht nur danach beurteilt, ob sich wesentliche Kennzahlen positiv verändern. Viele Organisationen haben weitere klare Kriterien und Erfolgsfaktoren, die für den Erfolg eines Projektes wichtig sind. Bitte schreiben Sie alle auf, die Ihnen bekannt sind und priorisieren Sie diese wieder mit 1-10.

10: sehr hoch, 1: sehr niedrig

**Erfolgsfaktor**

**Priorität  
1-10**

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

CHECK 6

# Die wichtigsten Stakeholder

Welche Personen in Ihrer Organisation sind für die Anforderungen, Umsetzungen oder die spätere Nutzung des Systems wichtig?

Jedes CRM System wird von Menschen benutzt. Nehmen Sie Ihre Stakeholder in diese Liste auf und bewerten Sie dann deren jeweilige Offenheit für das Projekt und das neue System, ihren Einfluss auf das Gelingen und die spätere Nutzung, und den potentiellen Mehrwert, den sie durch Anforderungen, Ideen und durch ihre Unterstützung für das Projekt mitbringen.

Bitte schreiben Sie Ihre Einschätzung auf einer Skala von 1-10 auf.

10: sehr hoch, 1: sehr niedrig

Stakeholder	Offenheit 1-10	Einfluss 1-10	Mehrwert 1-10
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Stellen Sie ihr Projektteam, dann bevorzugt aus den Personen zusammen, die eine höhere Punktzahl erhalten. Personen mit geringer Offenheit kreisen sie bitte ein. Hier wird gutes Change Management besonders wichtig.



## CHECK 8

# Weitere Funktionalität

---

Welche sonstige Funktionalität wünschen Sie sich von ihrem neuen System?

In der Vorbereitung für ein CRM und digitales Marketing Projekt beschäftigen sich viele Entscheider und ihre Organisation intensiv mit den neuen Möglichkeiten. Möglicherweise sind sie auch bereits in Kontakt gekommen, mit Funktionalitäten, die sie sehr ansprechen und inspirieren. Über die wirtschaftlich notwendigen Funktionalitäten hinaus, die wir bereits gesammelt haben, welche weiteren Funktionalitäten wünschen Sie sich? Und wie würden Sie diese auf einer Skala von 1-10 priorisieren?

10: sehr hoch, 1: sehr niedrig

**Funktionalität**

**Wichtigkeit  
1-10**

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

## CHECK 9

# Die Möglichkeiten

---

Wie genau kennen Sie als Entscheider die technischen Möglichkeiten eines CRM- und Digital-Marketing-Systems?

In einem Vorhaben wie Ihrem werden zahlreiche Entscheidungen getroffen, die verschiedene Auswirkungen auf das Projekt selbst, Dokumentation, Schulung und die spätere Wartung des Systems haben können. Dazu gehört beispielsweise, wie nah sie eine Umsetzung am Standard eines Systems halten möchten, welche Erweiterungsmöglichkeiten Sie wählen und wie stark Ihre Organisation Erweiterungen individuell auf die wichtigsten Anwendungsfälle anpassen möchte. Eine gute Informationsgrundlage für diese Entscheidungen ist die Kenntnis der Möglichkeiten.

Wie gut fühlen Sie sich über die Möglichkeiten eines CRM-Systems und die damit verbundenen Chancen informiert?

Kaum  100%

Wie wichtig ist ein vollständiger Überblick über die Möglichkeiten eines CRM- und Digitalen-Marketing-Systems für Ihre Organisation?

Unwichtig  Sehr wichtig

Wie offen ist Ihre Organisation, Erfahrungswerte und Ergebnisse von anderen, ähnlichen Unternehmen kennenzulernen?

Kaum  Sehr offen

## CHECK 10

# Die wichtigsten Bausteine

Welche Module und Funktionalitäten aus dem neuen System möchten Sie bevorzugt verwenden, um ihre Anwendungsfälle richtig zu unterstützen?

Sie müssen diese Frage selbstverständlich nicht beantworten, wenn sie sich dafür nicht bereit fühlen oder sich noch kein eigenes Bild über die Bausteine Ihres neuen CRM-Systems machen konnten.

Sie haben die wichtigsten Geschäftsprozesse, Ziele und Steakholder identifiziert und daraus die wichtigsten Anwendungsfelder priorisiert. Nutzen Sie diesen Schritt, um ein Mapping zwischen den Möglichkeiten, auf der einen Seite und den abzudecken, den UseCases auf der anderen Seite herzustellen. Verbinden Sie dann die passenden Boxen.

### UseCase

### Baustein / Funktionalität


Sales
Service
Marketing
Erweiterungen Dritter
Eigene Erweiterungen

BEISPIEL

# Technische Erwartungen

---

Welche Erwartungen haben Sie an die Technik Ihres neuen Systems?

Wenn alle inhaltlichen und fachlichen Anforderungen bekannt sind, bieten moderne Systeme auch für die technische Umsetzung zahlreiche Möglichkeiten. In manchen Fällen stehen für eine einzelne Funktionalität drei oder mehr Wege bereit, die sich mit Blick auf den Umsetzungsaufwand, die Testbarkeit, die Erweiterbarkeit und den späteren Betrieb deutlich unterscheiden. Häufig hängt die richtige Entscheidung von bestehenden Regulationen und dem Agilitätsgrad Ihrer Organisation ab. Hier fragen wir nach diesen Voraussetzungen.

Welche technische Flexibilität erwartet Ihre Organisation von Ihrem System

Gering \_\_\_\_\_ Sehr hoch

Wie wichtig ist für Ihre Organisation, dass Sie Regeln und Funktionalitäten selbst erweitern und konfigurieren können?

Unwichtig \_\_\_\_\_ Sehr wichtig

Wie wichtig ist für Ihre Organisation, dass implementierte Prozesse jederzeit vollständig getestet oder im Sinne von bestehenden Regulierungen validiert sind?

Unwichtig \_\_\_\_\_ Unerlässlich

Wie wichtig ist für Ihre Organisation, dass Sie Systeme selbst betreiben können im Unterschied zu einem Betrieb in einer Cloud-Umgebung?

Unwichtig \_\_\_\_\_ Sehr wichtig

# Erwartungen an das Projekt

Wie stellen Sie sich den Ablauf Ihres Projektes vor?

Geschmäcker sind bekanntlich verschieden. Ganz ähnlich verhält es sich mit den Erwartungen unserer Kunden rund um Ihr Projekt. Manche Organisationen möchten gerne einmal Ihre Anforderungen schildern, dann einen passenden Vorschlag für die Umsetzung und möchten danach informiert bleiben bis zum erfolgreichen Abschluss des Projektes. Andere wünschen sich eine sehr agile Vorgehensweise, möchten in kurzen Zyklen in die Entwicklung begleiten und sich über viele kleine Ergebnisse freuen. Hier fragen wir nach Ihren Erwartungen und Wünschen.

Was gewichten Sie höher: Eine 100%ige Einhaltung des Projektplans oder eine höhere Flexibilität?

Plan \_\_\_\_\_ Flexibilität

Wie wichtig ist für Sie, dass ein einmal geplantes Projekt 100% im Kostenrahmen bleibt?

Wichtig \_\_\_\_\_ Unerlässlich

Wie wichtig ist für Ihre Organisation, dass ein Projekt mit einer vollständigen Dokumentation begleitet wird?

Unwichtig \_\_\_\_\_ Sehr wichtig

Wie attraktiv wirkt auf Sie grundsätzlich die Idee eines fertigen Baukastens, der Implementierungen schnell und günstig in hoher Qualität erlaubt, auch wenn er im Intellectual Property eines Partners verbleibt?

Unattraktiv \_\_\_\_\_ Sehr attraktiv



# Wirtschaftlichkeit

---

Wie bewertet Ihre Organisation in 3 Jahren, ob die das Projekt auch wirtschaftlich eine gute Entscheidung war?

Die Wirtschaftlichkeit von Projekten ist der beste Garant dafür, dass ihr auch in Zukunft Freude daran hat, in Technologie zu investieren. Wenn Ihre Organisation heute und in der jüngsten Vergangenheit in ähnliche Vorhaben investiert, wie legen Sie Ihre wirtschaftlichen Erwartungen an den Return on Invest und die Zeit fest, bis sich ein Vorhaben rentiert?

Mit dem Blick auf die priorisierten Prozesse, die Use Cases für die wichtigsten Stakeholder und die bereits ausgearbeiteten Effekte, wie würden Sie ihre wirtschaftliche Gesamterwartung für dieses Projekt zusammenfassen?

Von ähnlichen Vorhaben erwarten einen durchschnittlichen Return von \_\_\_\_\_ %

Wir streben eine Amortisation von Investments nach \_\_\_\_\_ Monaten an.

Für dieses Vorhaben gelten

die gleichen Erwartungen.

andere Erwartungen, weil \_\_\_\_\_

---

---

---

Wir streben eine direkte Wirkung von insgesamt \_\_\_\_\_ € mit diesem Projekt an.



# Kriterien für einen Partner

Woran erkennen Sie einen guten Partner?

Die meisten Organisationen setzen ein Projekt im Umfeld CRM und Digitales Marketing mit einem Partner um. Dabei gehen die Wünsche weit auseinander, welche Rollen und Verantwortungen der ideale Partner erfüllen soll. Viele Organisationen wünschen sich schon in der Anforderungsphase ein gutes und inspirierendes Sparring und erwarten eine umfassende Beratung. Andere wünschen sich einen Partner, der einfach möglichst kostengünstig die Anforderungen umsetzt. Manche Unternehmen legen Wert auf beides.

Hier fragen wir nach Ihrer Perspektive.

Für uns erfüllt ein guter Partner mindestens diese Kriterien:

- Ein hohes Maß an Professionalität
- Mehr als \_\_\_\_\_ ähnliche Projekte abgeschlossen
- Entfernung vom eigenen Standort unter \_\_\_\_\_ km
- Hat relevante Erfahrung mit Kunden zwischen \_\_\_\_\_ und \_\_\_\_\_ Mitarbeitenden
- Organisiert sich selbst
- Organisiert nötige Ressourcen auf unserer Seite
- Kann \_\_\_\_\_ % unserer Anforderungen über wiederverwendbare Bausteine abdecken
- Kann \_\_\_\_\_ % unserer Anforderungen nah am Standard lösen
- Erfüllt mindestens folgende Microsoft-Spezialisierungen \_\_\_\_\_
- Hat einen Tagessatz zwischen \_\_\_\_\_ € und \_\_\_\_\_ €
- Höhe der Vermögensschadenversicherung mindestens \_\_\_\_\_ €

# Erwartungen an einen Partner

Über diese Kriterien hinaus, was macht für Ihre Organisation einen richtig guten Partner aus? Welche Erwartungen sind damit verbunden?

Neben messbaren Kriterien haben die meisten Organisationen auch weniger gut messbare Erwartungen an einen potentiellen Partner für ein so wichtiges und häufig auch strategisches Projekt. Bitte schreiben Sie Ihre Erwartungen auf und bewerten Sie diese wieder mit 1-10.

10: sehr hoch, 1: sehr niedrig

**Erwartung**

**Wichtigkeit  
1-10**

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

GESCHAFFT!

# Nächste Schritte

---

Sie erreichen uns  
jederzeit über  
<http://wysa.de>

Wenn alles nach Plan lief, haben Sie jetzt einen deutlich tieferen Einblick in Ihre Anforderungen an ein CRM-System und fühlen sich gut vorbereitet.

Wenn Sie noch nicht genug haben und direkt weiter machen möchten, haben wir zwei weitere Optionen für Sie.

## Weitere Informationen

Wenn Sie interessiert, wie andere Unternehmen die 16 Checks für sich beantwortet und anschließend ihre Projekte organisiert haben, lassen Sie uns gerne sprechen. Auch falls Sie noch Fragen haben, oder sich bei der Bearbeitung unsicher waren, stehen wir Ihnen natürlich gerne zur Seite!

## Challengen Sie uns

Sie wollen herausfinden, wie gut wir in Ihr Anforderungsprofil passen und ob wir für Sie als Partner in Frage kommen? Wir nehmen die Challenge gerne an und freuen uns auf einen Austausch zu Ihrem geplanten Projekt!

**Noch Fragen oder Interesse an Inspirationen?**

**Wir sind nur einen Klick entfernt.**