

CAS@WORK

Das Magazin mit Infos, Tipps & Trends der CAS Software AG



Interview s. 6

Prof. Dr. Winkelmann
über CRM 3.0



CeBIT 2014 s. 7

Sicheres CRM in
smarten Apps



Workflow s. 8

Power im Vertrieb:
CAS genesisWorld
und Modul Sales Pro



Erfolgsgeschichten s. 10

xRM beschleunigt
Kommunikation
weltweit



Bildung s. 12

Berufliche Fortbildung
mit CAS PIA
leicht gemacht



Produkt s. 13

Produktkonfiguration
wie von Zauberhand



Aufbruch in neue

CRM-Welten

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Jahr 2014 wird in die europäische IT-Geschichte eingehen: Der NSA-Skandal hat Datenschutz in der vernetzten Welt zum brisanten Thema gemacht. Die Bundesregierung reagiert. Zukünftig sollen Verbraucherschutzorganisationen gegen den Missbrauch von Kundendaten klagen können. Die Snowden-Enthüllungen wirken für europäische Anbieter wie ein Konjunkturprogramm. Als deutscher Hersteller bieten wir unseren Kunden vertrauenswürdige Software, die die höchsten Anforderungen an IT-Sicherheit, Qualität, Zukunftssicherheit und Service erfüllt.



Erleben Sie die neuesten Trends rund um CRM und xRM auf dem CeBIT-Stand der CAS Software AG in Hannover. Wir setzen auf „Security by Design“ und „Software Made and Hosted in Germany“: Datenkommunikation findet verschlüsselt statt und

Informationen werden zuverlässig in deutschen Hochleistungsrechenzentren nach deutschem Datenschutzrecht gespeichert. Darauf können sich unsere Kunden verlassen. Mehr über den Aufbruch in vertrauenswürdige CRM-Welten erfahren Sie im Leitartikel dieser Ausgabe.

Der CRM-Experte Prof. Dr. Peter Winkelmann berichtet über die neuen Chancen, die das Jahr 2014 mit CRM 3.0 bietet. Wir werfen zudem einen Blick auf CRM-Lösungen in smarten Apps, lesen über elektrisches Tanken mit Echtzeit-Infos, erfahren, wie xRM die gemeinsame Kommunikation weltweit beschleunigt oder wie ein Produktkonfigurator den Vertrieb wie von Zauberhand optimiert.

Lassen Sie sich von diesen und vielen weiteren Themen inspirieren. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen – sehr gerne persönlich auf der CeBIT in Hannover.

Ihr Martin Hubschneider
Vorstandsvorsitzender

TITELSTORY

Aufbruch in neue CRM-Welten 3-5

INTERVIEW

Prof. Dr. Winkelmann über CRM 3.0 6

AKTUELL

CeBIT 2014: Sichere CRM-Lösungen in smarten Apps 7

WORKFLOW

Mehr Power in Vertriebsprozessen 8

Tipps & Tricks zu Verkaufschancen und Modul Sales pro 9

KOOPERATIONEN

Einladung: Die UnternehmerFreitage – das MittelstandsForum 9

ERFOLGSGESCHICHTEN

MS Motor Service International GmbH hebt Beziehungsmanagement auf neue Stufe 10 - 11

PRODUKT

SVG Seminarverwaltung setzt auf Cloud-Lösung CAS PIA 12

Produktkonfiguration wie von Zauberhand 13

FORSCHUNG

CAS Software forscht: Nutzerzentrierte Software 14

BETEILIGUNG

YellowMap und BELECTRIC schließen Kooperation: Elektrisches Tanken mit Echtzeit-Infos 14

EXPERTEN TIPPS

Mit aktivem Online-Marketing Kunden gewinnen 15

LETZTE MELDUNGEN

16

CAS@WORK Impressum

Herausgeber: CAS Software AG, CAS-Weg 1 - 5,
76131 Karlsruhe, Tel.: 0721/9638-0, info@cas.de, www.cas.de
Redaktion: Elina Böhm, Alexander Dupps, Cathrin Förg,
Verena Harms, Angelika Herzog, Martin Hubschneider,
Christine Kilian, Heike Kohler-Reineke, Elke Maulbetsch
Artwork/Layout: Jasmin Schmitt
V.i.S.d.P.: Martina Wöhr
Bild- und Textmaterial urheberrechtlich geschützt:
© CAS Software AG 2014
Nachdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung der CAS Software AG
Druck: Kraft Druck GmbH, Ettlingen
Verbreitete Auflage: 40.000 Exemplare



Zeitenwende im Beziehungsmanagement

Aufbruch in neue CRM-Welten

von Martin Hubschneider

Wir lieben gute Beziehungen: zu unseren Kunden, Mitarbeitern, Partnern. Und zur Öffentlichkeit. Vielleicht sogar zur NSA. Wir wissen, dass erfolgreiche Unternehmen Fans und Sympathisanten haben. Wir haben gelernt, dass gute Beziehungen nicht einfach entstehen. Sie wollen permanent entwickelt und gepflegt werden. Die 10 wichtigsten CRM-Trends zeigen auf einen Blick, wie sich Beziehungsmanagement 2014 grundlegend verändern wird.

1. Customer Centricity: Mindset

CRM optimierte in der Vergangenheit fast ausschließlich die Kundenbeziehungen in Vertrieb und Service. Doch: Sind Motivation, Engagement und Kompetenzen eines jeden Mitarbeiters nicht

ebenso erfolgskritisch? Wie wichtig ist die Gestaltung der Produkte, der Services, aller Touchpoints? Benötigen wir nicht eine laufende Investition in Innovationen, um uns zukunftssicher aufzustellen?

Die CAS Software AG positioniert unter dem Begriff „Customer Centricity“ eine umfassende Unternehmensstrategie und das Mindset für erfolgreiche Unternehmen in der vernetzten Welt. Customer Centricity bezeichnet eine Unternehmenskultur, die auf nachhaltige Wertschöpfung für jeden einzelnen Kunden ausgerichtet ist. Sie durchdringt das gesamte Unternehmen, die Werte, die Mitarbeiter, die Produkte, Services und Prozesse. Es geht um nachhaltigen Erfolg und eine Unternehmenskultur, die

den Mitarbeitern, Kunden und Partnern in der Zusammenarbeit Freude bereitet und dadurch automatisch zu Höchstleistungen beflügelt.

2. Exzellentes xRM-Management

CRM ist nicht nur eine Software, die man auf dem Smartphone, Tablet oder PC installiert. CRM und xRM (any Relationship Management) sind mehr. Es ist eine Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur, die sämtliche Beziehungen laufend optimiert, weil sie aktiv gelebt wird. Ganzheitliches Beziehungsmanagement analysiert, gestaltet und verbessert die Beziehungen zu Kunden, zu Mitarbeitern, zwischen Führungskräften und Mitarbeitern, zu Lieferanten, zu Partnern und zur Öffentlichkeit.

Bei der CAS Software AG sind die Unternehmensführung, die Führungskräfte und alle Mitarbeiter für die Erarbeitung und Umsetzung der Customer Centricity-Strategie und der xRM-Strategie verantwortlich.

3. Kunden emotional begeistern

Zufriedene Kunden sind gut – aber nur zufrieden ist zu wenig. Sie könnten auch Söldner sein und beim nächstbesten Angebot zu einem Wettbewerber wechseln. Unternehmen, die nachhaltigen Erfolg haben wollen, brauchen emotional verbundene Sympathisanten und Fans, die bereit sind, sie aktiv weiter zu empfehlen.

Die CAS Software AG pflegt seit Jahren eine strategische Kooperation mit forum!, dem führenden Marktforschungsinstitut für emotionale Kundenbindung. Das Modul fan-Indikator bietet für jeden Kunden Transparenz über die aktuelle emotionale Kundenbindung.

4. Vertrauen neu definieren

Edward Snowden hat uns am Beispiel der NSA bewusst gemacht, dass die Geheimdienste der Welt jede nur mögliche Information sammeln, um Terror abzuwehren – und vielleicht auch um ihre Wirtschaft zu stärken.

Die neue Sensibilität führt zu einem neuen „Security by Design“-Denken. Bereits im Softwareentwicklungsprozess muss vertrauenswürdige Software sichergestellt sein. Der Datenschutz wird durch sichere Authentifizierung und Live-Monitoring von ungewöhnlichen Abfragen verbessert.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert die Erforschung bahnbrechender Lösungen für sichere Datenhaltung. Bestes Beispiel: „Mimo-Secco“, ein Forschungsprojekt, an welchem unter anderem die CAS Software beteiligt ist. „MimoSecco“ macht es bereits heute möglich, Daten verschlüsselt an mehreren Orten zu speichern und sie erst beim Nutzer wieder sicher zusammenzuführen. Damit wurde bewiesen, dass der Datenschutz so gewährleistet

werden kann und trotzdem keine Geschwindigkeitseinbuße in Kauf genommen werden muss. Als Initiator der Gütesiegel „Software Made In Germany“ und „Software Hosted in Germany“ möchte die CAS Software gemeinsam mit anderen deutschen Softwareanbietern diese Siegel zu weltweiten Marken für vertrauenswürdige Software entwickeln.

5. On- und offline – jederzeit und überall

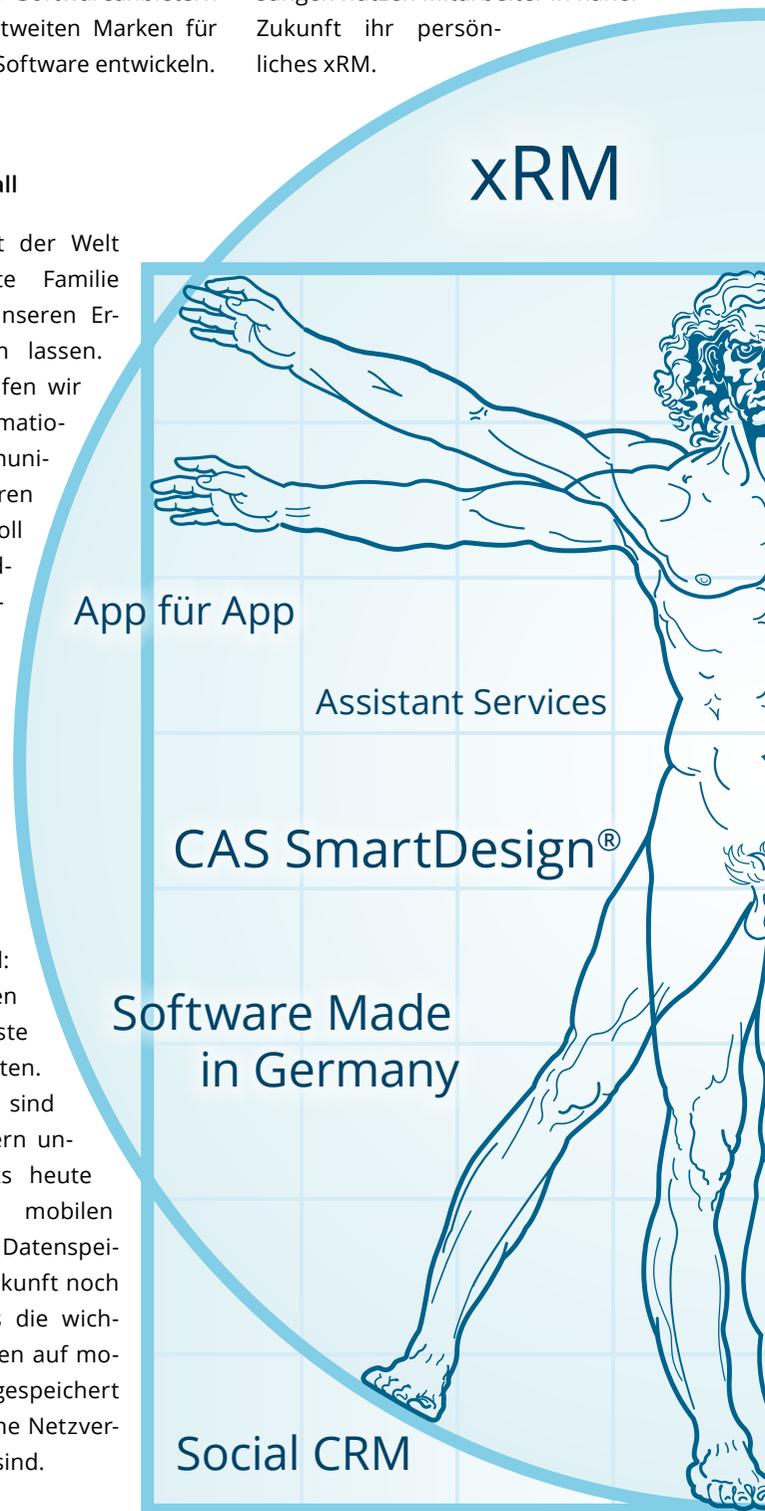
An fast jedem Ort der Welt können wir heute Familie und Freunde an unseren Erlebnissen teilhaben lassen. Auch im Beruf greifen wir auf jegliche Informationen zu und kommunizieren mit unseren Kollegen. Dabei soll jedes denkbare Endgerät, egal, ob Notebook, Tablet, Smartphone oder SmartTV einfach bedienbar sein und uns unterstützen.

CAS Software verfolgt seit drei Jahren ein ehrgeiziges Ziel: Wir wollen unseren Kunden das mobilste xRM der Welt bieten. Die ersten Schritte sind getan. Wir begeistern unser Kunden bereits heute mit umfassenden mobilen Lösungen. Hybride Datenspeicherung sorgt in Zukunft noch stärker dafür, dass die wichtigsten Informationen auf mobilen Endgeräten gespeichert und damit auch ohne Netzverbindung verfügbar sind.

6. Jedem sein xRM – App für App

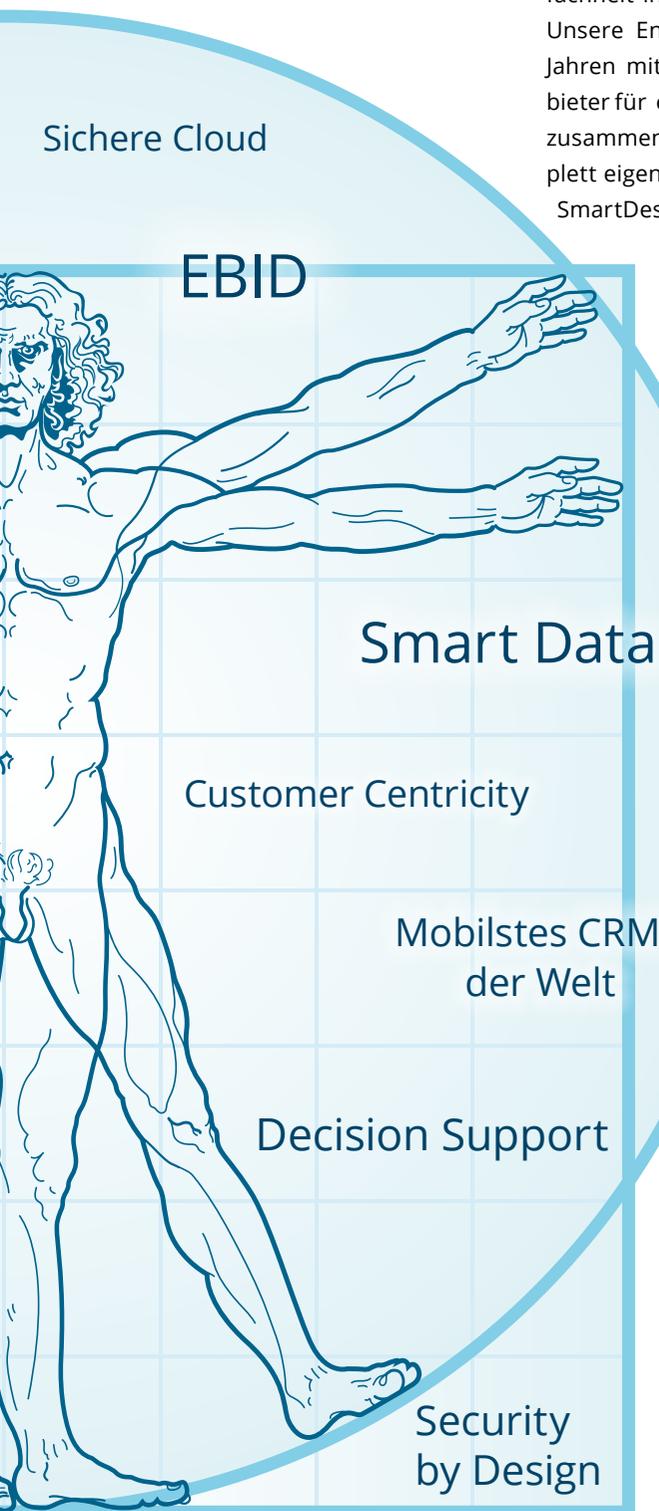
Mit iPhone und Appstore hat Apple IT-Geschichte geschrieben: Einheitliche, einfache Bedienung, eine riesige Auswahl an Apps und die Möglichkeit, auf

seinen Endgeräten Apps zu verwalten. Diese Prinzipien sind auch für zukünftige Software-Lösungen für Unternehmen relevant: Einheitliche, einfache Apps werden den Softwaremarkt revolutionieren. Statt monolithischen Lösungen nutzen Mitarbeiter in naher Zukunft ihr persönliches xRM.



Die CAS SmartDesign®-Technologie setzt dieses innovative Konzept heute schon weltweit einmalig um. Ein durchgängiges, responsives Bedienkonzept für alle Endgeräte von Browser, über Ta-

blets bis zu Smartphones von allen gängigen Herstellern. Dabei erhält jeder Nutzer genau die Apps, die er für seine Aufgabe benötigt. Durch das App-in-App-Konzept können sogar nutzerspezifische Anpassungen integriert werden.



7. Sexy. Einfach. Individuell. Effektiv.

Die Anforderungen an Benutzerschnittstellen sind enorm gewachsen. Während früher die Funktionalität im Vorder-

grund stand, stehen heute Effektivität ab dem ersten Tag und die Begeisterung der Nutzer durch ansprechende, intuitive Oberflächen auf der Tagesordnung. Software muss heute auf den ersten Blick sexy wirken, sie muss durch Einfachheit in der Bedienung überzeugen. Unsere Entwickler-Teams arbeiten seit Jahren mit einem marktführenden Anbieter für ergonomische User Interfaces zusammen. Das Ergebnis ist eine komplett eigenständige Designsprache: CAS SmartDesign®. Diese Technologie emotionalisiert in Design, Funktion und Effektivität: Durch individuelle Anpassbarkeit lassen sich komplexe Workflows abbilden und die Effektivität in allen Unternehmensbereichen noch weiter steigern.

8. Ziele erreichen mit Assistant Services

Head-up-Displays, Park-Assistenten oder Tempomaten: Wir alle kennen und schätzen Assistenzsysteme, die uns das tägliche Autofahren erleichtern. Eine Vielzahl von Assistenzsystemen wird auf ähnliche Weise die nächste Generation von xRM-Lösungen auszeichnen.

Die CAS Software AG bietet bisher exklusiv als einziger Hersteller die integrierte Anbindung von Unternehmensverzeichnis.org. In dieser Referenzdatenbank werden tagesaktuell die Stammdaten aller deutschen Kapitalgesellschaften gepflegt. Dadurch

lässt sich nicht nur die Datenpflege revolutionieren. Für bessere Entscheidungen stehen zukünftig zusätzlich aktuelle Informationen wie Firmenprofil, Bonität, News, Social Media Profile, offene Stellen auf Knopfdruck zur Verfügung.

9. Im Mittelpunkt: Der individuelle Mensch

Soziale Medien ermöglichen uns eine effiziente Kommunikation. Die digitale Vernetzung ersetzt aber nicht den persönlichen Kontakt. Denn: Emotionale Bindung entsteht durch persönliches Kennen der Geschäftspartner und durch verlässliches Engagement, getragen von dem Ziel, einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Kunden zu leisten. Im Vertrieb geht es heute um die stetige Wertschöpfung für jeden Einzelnen, bei sich laufend verändernden Kunden.

Die CAS Software AG stellt seit ihrer Gründung vor 28 Jahren konsequent den Menschen in den Mittelpunkt. Auszeichnungen wie „Innovator des Jahres“ oder „Arbeitgeber des Jahres“ belohnen unser Engagement, gleichermaßen attraktiv für Kunden und Mitarbeiter zu sein. Mit unseren xRM-Lösungen schenken wir Freiräume für die Gestaltung individueller, erfolgreicher Beziehungen.

10. CAS SmartDesign® begeistert

Die ersten Produkte der neuen Softwaregeneration mit CAS SmartDesign® sind auf der CeBIT 2014 live zu erleben. Doch das ist erst der Anfang: Die Integration zahlreicher Apps und Services – auch von Drittanbietern – wird folgen. Wir sind uns sicher: CAS SmartDesign® erobert den Verstand und die Herzen vieler Anwender.

Diese anspruchsvolle Vision treibt unser CAS-Team an: Wir bieten jedem einzelnen Kunden die weltbesten xRM-Lösungen und Dienstleistungen. Wir laden Sie ein, brechen Sie mit uns auf in eine neue Welt des universellen Beziehungsmanagements. Wir begleiten Sie als Partner mit zukunftsfähigen Lösungen auf Ihrem individuellen Weg zu Customer Centricity und Business Exzellenz.



■ www.cas.de

CRM im Wandel – die Chancen nutzen

Die Wirtschaftsweisen und andere Ökonomen prognostizieren der deutschen Wirtschaft für 2014 Wachstum. Unternehmen, die sich darauf einstellen, profitieren davon – besonders im Vertrieb. Denn noch immer wird das Geld durch Verkaufen verdient. Sinnvolle Verbesserungen und Erweiterungen bei Methoden, Prozessen und Systemen der Kundengewinnung und -bindung stehen an.

Prof. Dr. Peter Winkelmann, Sie sprechen von CRM 3.0. Was ist darunter zu verstehen?

Zu Zeiten von CRM 1.0 glaubte man, gute Kundenbeziehungen durch ein CRM-System kaufen zu können. Ein Ausufern von Funktionalitäten und eine Dominanz der Kundenverwaltung stehen für CRM 2.0. Nun sind wir bei CRM 3.0 angekommen, bei dem Mitarbeiter und auch Kunden einen viel größeren Einfluss auf die

Zur Person

Prof. Dr. Peter Winkelmann kommt aus der Praxis und ist seit 1995 Leiter des Studienschwerpunktes Marketing und Vertrieb und des Master-Studienganges „Marktorientierte Unternehmensführung“ an der Hochschule für angewandte Wissenschaften, Landshut. Er verbindet modernes Kundenmanagement mit Prozessen und IT-Systemen. Die CRM-Entwicklung in Deutschland hat Winkelmann von Anfang an maßgeblich mit beeinflusst.

Ausgestaltung von CRM erhalten. Weniger ist mehr. CRM soll vor allem Geschäftschancen erkennen, gezielt nutzen und Potenzialkunden nachweisbar voranbringen. CRM 3.0 umschließt dabei den Trend zum Tablet-PC gesteuerten mobilen Außendienst.

Sehen Sie noch weitere Trends neben mobile CRM?

Ja, vor allem die durch xRM auf den Punkt gebrachte Erkenntnis, dass der Markt mehr ist als der Kunde. xRM erlaubt, über den Tellerrand der Einkäufer-/Verkäuferbeziehung hinaus zu denken und bislang vernachlässigte Netzwerke in die CRM-Konzeption einzubeziehen. Es ergeben sich neue Verkaufschancen, wenn CRM entlang der gesamten Wertschöpfungskette gestaltet wird. Neue Zielgruppen wie Lieferanten, Kunden, Vertriebspartner, Fachhandwerk, Meinungsführer, Empfehler und Fans auf den sozialen Plattformen etc. können erfasst und zur Marktgewinnung und -sicherung genutzt werden.

Ertrinken Unternehmer nicht in einer Flut von Informationen, Kontakten und Daten? Wie finden sie heraus, was wirklich wichtig ist?

Die Auswertung und Analyse von Informationen gewinnt an großer Bedeutung. Nicht nur im klassischen CRM, sondern auch beim Einbezug der sozialen Netzwerke. Denken wir weiter, dann machen **Data Mining und predictive Analytics** den Kundenerfolg besser rechenbar, weil sie die **Big Data** Flut effizient bewältigen können.

In der Folge gilt es, die wirklich potenzialstarken Kunden zu identifizieren und entsprechend ihrem **Customer Value** aufzubauen. Ein Umdenken ist ange-

sagt: vom Value from the Customer (also die klassische ABC-Analyse) zum Value to the Customer. Nicht der Kunde ist der wichtigste, der mir umsatz- oder ergebnismäßig am meisten bringt, sondern der, mit dem ich als Lieferant gemeinsam das größte Potenzial entwickeln kann.

**Prof. Dr. Peter Winkelmann
live erleben**

22.05.2014 CRM/xRM Kompetenztag,
der CAS Software AG in Karlsruhe.

Termin jetzt vormerken!

**Und wie holen Sie die
Mitarbeiter ins Boot?**

2014 sollte mehr Spaß mit CRM und folglich mehr Freude bei der Kundenarbeit angesagt sein. Unternehmen, die ein **Change-Management** ernst nehmen, können ihre Mitarbeiter für CRM 3.0-Weiterentwicklungen begeistern. Es gilt, zu emotionalisieren, ein kopflastiges CRM-Konzept mit Gefühlen, Wünschen und Hoffnungen aufzuladen.

Ihr Fazit?

CRM schlanker und leichter machen. CRM muss leben, sich entwickeln und neue Impulse aus den beschriebenen Chancetrends nutzen. Weniger Kundenverwaltung, stattdessen neue Ideen, um Umsatzchancen besser und schneller zu erkennen und mit Hilfe qualitäts-sichernder CRM-Prozesse zu nutzen.



■ www.vertriebssteuerung.de

CeBIT 2014: CAS Software präsentiert Highlights des Jahres

Sichere CRM-Lösungen in smarten Apps

Wie lassen sich Geschäftsbeziehungen kundenzentrierter, sicherer und anwenderfreundlicher gestalten? Die CAS Software AG präsentiert gemeinsam mit ihren Partnern wegweisende Lösungen auf der diesjährigen CeBIT in Hannover.

Vom 10. bis 14. März 2014 lernen Messebesucher die neuesten Innovationen der CAS Software, Halle 6, Stand C16, kennen. Zu den diesjährigen Highlights gehört die app-basierte CAS SmartDesign®-Technologie, eine sichere Softwarearchitektur in der Cloud sowie die Anbindung an das Unternehmensverzeichnis.org für höhere Datenqualität.

Nutzer lieben Apps & Tablets

Einzigartig im CRM-Bereich: Die CAS SmartDesign®-Technologie. Mit ihr sind Lösungen auf allen marktrelevanten mobilen Geräten und Browsern in vergleichbarem Look & Feel nutzbar. Egal, ob iOS, Android, BlackBerry, Windows 8 oder Webbrowser. Das App-in-App-Konzept macht künftig die Zusammenstellung der benötigten Funktionen über

Apps möglich. Für verschiedene Rollen und Aufgabenbereiche lassen sich App-Gruppen definieren.

CAS SmartDesign® entwickelt sich zur Plattform für Apps

Dieses Jahr werden erstmals Apps von Drittentwicklern auf Basis von CAS SmartDesign® gezeigt: So zum Beispiel eine neue App zur Zeiterfassung sowie eine Applikation für Projekträume, in denen kleine Projektteams zusammenarbeiten können.

„Software Made in Germany“ hoch im Kurs

Die Nachfrage nach vertrauenswürdiger Software und zertifizierten Produkten mit dem Software-Siegel „Software Made in Germany“ ist deutlich gestiegen. Im Rahmen des Forschungsprojekts „MimoSecco“ beteiligt sich CAS Software an der Architektur sicherer Software in der Cloud. Daten werden an mehreren Orten verschlüsselt gespeichert und erst beim Nutzer wieder zusammgeführt.

CAS-Lösungen mit neuen Funktionen

Für CAS genesisWorld wird das neue Modul Easy Invoice vorgestellt. Damit können aus zentralen CRM-Prozessen heraus einfache Rechnungen erstellt werden. Der CAS Configurator Merlin setzt auf grafische Elemente und Oberflächen beim Konfigurationsprozess. Funktionale Erweiterungen für den internationalen Bereich vereinfachen die Arbeit mit ausländischen Unternehmen in verschiedenen Sprachen. Und die neue TYPO3-Schnittstelle „TYPO3 Connect“ sorgt für die Verbindung zwischen CRM- und CMS-System.

Neuer Maßstab in der Datenqualität durch integrierte EBID-Schnittstelle

Anwender der CRM-Lösung CAS genesisWorld können gespeicherte B2B-Kontakte in der eigenen Unternehmensdatenbank mithilfe des Webdienstes Unternehmensverzeichnis.org überprüfen und zukünftig mit Zusatzinformationen zu Umsatz, Bonität, Unternehmensnews und vielen anderen anreichern. Das alles gibt es dieses Jahr auf der CeBIT live zu erleben!



Die CAS Software AG
mit ihren Partnern
auf der CeBIT 2014:

Halle 6, Stand C16

- www.cas.de
- www.software-made-in-germany.org
- www.unternehmensverzeichnis.org



Durchdachte Vertriebsmethodik mit CAS genesisWorld und Modul Sales pro

Mehr Power in Vertriebsprozessen

Lässt sich schon im ersten Kundengespräch ein erfolgreicher Abschluss vorhersehen? Statt in Glaskugeln blicken Vertriebsmitarbeiter mit CAS genesisWorld und dem Modul Sales pro auf fundierte Prognosen.

1. Von der Visitenkarte zum Adressdatensatz

Ein interessantes Gespräch, eine Visitenkarte. Es wird Zeit, die Kontaktdaten des Interessenten im CRM zu erfassen: Der Adressassistent unterstützt und ergänzt automatisch Informationen wie zum Beispiel Anrede und Ort. Die Anbindung an die freie Referenzdatenbank „Unternehmensverzeichnis.org“ hilft, Adressdaten zusätzlich auf Richtigkeit zu überprüfen.

2. Verkaufschancen clever anlegen

Der hinterlegte Adressdatensatz wird mit einem Kontaktbericht verknüpft. Darin werden wichtige Gesprächsinhalte und eine erste Potentialeinschätzung festgehalten. Bei positiver Einschätzung wird der Kontaktbericht mit allen Informationen in eine neue Verkaufschance überführt. Adressdatensatz, Kontaktbericht und Verkaufschance sind transparent miteinander verknüpft.

3. Alle Faktoren im Blick mit Sales pro

Mithilfe von Ansprechpartnern werden alle Personen erfasst, die am Entscheidungsprozess beteiligt sind. Die Beurteilung eines Geschäftsführers kann zu einer anderen Entscheidung führen, als die eines externen Beraters. Über

den Eintrag von Mitbewerbern werden zusätzlich eine Bewertung der Konkurrenten sowie deren Einfluss auf die Kaufentscheidung vorgenommen.

4. Methodisch zum Abschluss

CAS genesisWorld und Sales pro bieten eine durchdachte Vertriebsmethodik. Ein Kriterienkatalog bildet standardisierte oder selbstentwickelte Vertriebsmethoden ab. Kennzahlen und Aktivitäten, wie beispielsweise ein Präsentationstermin, tragen zur Einschätzung der Verkaufschance bei. So wird gezielt über Maßnahmen, Fortführung oder Abbruch des Prozesses entschieden.

5. Schritt für Schritt ans Ziel

Angebots-, Abschluss- und After-Sales-Phase sind mit CAS genesisWorld und Sales pro transparent und einfach. Die Verkaufschance mündet in ein Projekt, das mit Produkteinführung, Schulung, Produktpassungen oder ähnlichem direkt mit weiteren Verkaufspotentialen verknüpft wer-

den kann. Mit dem Befragungsmodul Survey lässt sich im After-Sales die Kundenzufriedenheit messen.

6. Passendes Reporting für mehr Transparenz

CAS genesisWorld und Sales pro liefern verlässliche Zahlen. Aus den gewichteten Einflussgrößen Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess wird automatisch die Gesamt-Abschluss-Wahrscheinlichkeit der Verkaufschance ermittelt. Der Vertriebsbericht und das Reporting der Verkaufschance sind auf Knopfdruck erstellt. Jedem Vertriebsleiter liegen als Resultat die objektiven Wahrscheinlichkeiten individuell nach unterschiedlichen Kriterien als Auswertung oder Bericht vor.

■ www.cas-mittelstand.de



CAS genesisWorld-Experte Casimir verrät Tipps & Tricks

Heute: Verkaufschancen und Modul Sales pro

Clevere Funktionen erleichtern die alltägliche Arbeit spürbar. CAS genesisWorld-Experte Casimir gibt Tipps für den Vertriebsprozess.

Tipp 1: Verkaufschancen blitzschnell anlegen

Nach einem anstrengenden Messtag werden neue Leads als Verkaufschance erfasst. Casimir empfiehlt: „Belegen Sie bei der Verkaufschance direkt Felder vor, Sie sparen lange Nachbearbeitungszeit.“

Und so geht's: Markieren Sie alle Messe-Adressen, klicken Sie die rechte Maustaste, wählen Sie bei Aktion „weitere

Aktionen“ aus. Bestimmen Sie im neuen Fenster die „Art der Aktion“. Wählen Sie „Datensatz erstellen“ mit Datensatztyp „Verkaufschance“ und belegen Sie unten in der Auswahlliste die für Sie passenden Felder vor. Für alle Messekontakte wird nun eine Verkaufschance mit den vordefinierten Werten angelegt. Casimir freut sich: „So kann man hunderte von Messeleads sekundenschnell in die richtigen Vertriebsbahnen lenken!“

Tipp 2: Individuelle Auswertungen mit Modul Sales pro

„Einfacher kommt keiner an seine Leadauswertung“, sagt Casimir und stellt

gleich die dazugehörige Funktion für verschiedene Ansichten vor. Hier können durch einfaches Filtern im Kopfbereich sofort die dazugehörigen Leads mit entsprechendem Diagramm angezeigt werden. „Filterkriterien beliebig hinzufügen und ändern“, Casimir ist begeistert.

Verraten Sie Casimir doch auch Ihre Tipps zu CAS genesisWorld. Er freut sich! E-Mail an casimir@cas.de

■ www.cas-mittelstand.de

CAS genesisWorld



Kooperation mit SchmidtColleg

Einladung: Die UnternehmerFreitage – das MittelstandsForum

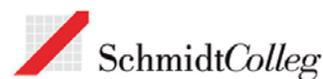
Die SchmidtColleg-UnternehmerFreitage sind das Forum für Exzellenz im Unternehmertum und erste Anlaufstelle interessierter Unternehmer und Führungskräfte. Auf insgesamt 10 Wirtschaftskongressen weisen ausgewählte Top-Referenten und interessante Praxis-Vorträge den Weg zum Erfolg.

Die UnternehmerFreitage bieten eine Bühne für den Austausch mit Entscheidern aus Unternehmen unterschiedlichster Branchen, die vor ähnlichen Anforderungen und Herausforderungen stehen. Teilnehmer/innen knüpfen Kontakte, bekommen neue Impulse und

Ideen für ihr Unternehmen und die Art und Weise ihrer Unternehmensführung. Die CAS Software AG ermöglicht Kunden mit CRM-Lösungen nachhaltigen Unternehmenserfolg und ist Partner und Hauptsponsor der UnternehmerFreitage. Neue Impulse sind dabei wichtig für wirtschaftlichen Erfolg. SchmidtColleg als langjähriger und führender Anbieter von Führungssystemen für den Mittelstand setzt die richtigen Impulse und ist Kooperationspartner der CAS Software AG.

Weitere Infos zu Programm, Anmeldung und Kosten:

■ www.schmidtcolleg.de/unternehmerfreitage



- 28.03.2014 – Kempten
- 11.04.2014 – Frankfurt / Main
- 16.05.2014 – St. Georgen / Schwarzwald
- 23.05.2014 – Berlin
- 06.06.2014 – Kaltenkirchen / Hamburg
- 27.06.2014 – München
- 26.09.2014 – Mannheim
- 24.10.2014 – Bad Oeynhausen / Bielefeld
- 21.11.2014 – Chemnitz
- 05.12.2014 – Stuttgart

MS Motor Service International GmbH hebt Beziehungsmanagement auf neue Stufe

xRM beschleunigt gemeinsame Kommunikation weltweit

Wenn irgendwo auf der Welt eine freie Kfz-Werkstätte nach Ersatzteilen sucht, ist Schnelligkeit, Qualität und Zuverlässigkeit gefragt. Um Kundenwünsche rund um die Uhr zu erfüllen, setzt die MS Motor Service International auf modernste Logistik – und mit CAS genesisWorld auf ein professionelles Beziehungsmanagement.

Besonders bekannt ist die MS Motor Service International GmbH durch den Vertrieb der Premium-Marken KOLBENSCHMIDT, PIERBURG und TRW Engine Components. Als einer der weltweit führenden Anbieter von Motorkomponenten für den freien Ersatzteilmarkt sind die Geschäftsbeziehungen von Motor Service vielfältig: Rund 600 Mitarbeiter kümmern sich täglich um die Bereitstellung von Kfz-Ersatzteilen jeglicher Art in über 130 Ländern.

Eine Lösung für alle Kontakte

Die Idee eines universellen Beziehungsmanagements war die Triebfeder, die standortübergreifende Kommunikation zu professionalisieren. „Statt weiter in einzelne Insellösungen zu investieren, wünschten wir uns eine zentrale, gemeinsame Lösung“, bringt es Stefan Ives, Geschäftsführer des Unternehmens auf den Punkt.



Eine einzige Software für sämtliche Geschäftskontakte: Da kam nur eine xRM-Lösung in Frage. Als natürliche Weiterentwicklung des klassischen CRM unterstützt xRM nicht nur bei der klassischen Kundenpflege, sondern auch beim Beziehungsmanagement mit Lieferanten, Handelspartnern, Speditionen, Werkstätten, Vertretern und vielen weiteren „x“-beliebigen Geschäftspartnern.

Projekt xRM: Suche nach der optimalen Lösung

Um die optimale xRM-Lösung für das Projekt zu finden, gaben die Verantwortlichen bei Motor Service die Erstellung eines herstellerunabhängigen Lastenhefts in Auftrag. „Der standortungebundene Zugriff, weltweiter Einsatz in allen Auslandsniederlassungen, die zentrale Datenhaltung und die Möglichkeit, jederzeit Anpassungen vorzunehmen – das waren die Hauptkriterien“, erläutert Daniel Maysack, Customer Relation Manager. Nach Demonstration konkreter Alltagsszenarien seitens diverser Anbieter entschied ein Mitarbeitergremium aus allen Abteilungen und Niederlassungen, welche Software es werden sollte. Im Finale setzte sich die xRM-fähige Lösung CAS genesisWorld gegenüber den anderen Lösungen durch.



Anpassungen und Schnittstellen

Der Roll-Out von CAS genesisWorld begann 2013 mit der Einführung in der deutschen Zentrale in Neuenstadt, gefolgt von vier weiteren Niederlassungen in Asperg, Dormagen, Nürnberg und Gröbenzell. Die Flexibilität der Lösung erlaubte es, umfangreiche Masken und Reiter individuell nach den Anforderungen zu gestalten. Hinzu kam die Einbettung von CAS genesisWorld in die bestehende IT-Systemlandschaft. So wurden Anbindungen realisiert: unter anderem zum SAP Warenwirtschaftssystem, um Adressen und Kennzahlen sowie Reklamationen in das xRM einzuspeisen. Weitere Schnittstellen wurden zu Lotus Notes, zum eigenen Homepageverwaltungs-System und zur Newsletter-Lösung Inxmail geschaffen, um die doppelte Datenpflege von vornherein zu vermeiden. Zahlreiche Alt-Systeme konnten abgelöst werden, dadurch wurden manuelle Nebenarbeiten überflüssig.

Mitarbeiter schulen Mitarbeiter

Heute ist CAS genesisWorld in nahezu allen Bereichen des Unternehmens im Einsatz. Im Rahmen eines Train-the-trainer-Konzepts übernahmen 18 Key-User die Schulung und Support ihrer eigenen Kollegen. Auf diese Weise wurde xRM innerhalb weniger Wochen in sämtlichen Abteilungen eingeführt. „Die Pflege eines gemeinsamen Kontakts erfordert es, dass sämtliche Abteilungen involviert sind und relevante Informationen



„Wir wünschten uns eine zentrale, gemeinsame Lösung: Da kam nur xRM in Frage.“

Stefan Ives, Geschäftsführer
MS Motor Service International GmbH

in der xRM-Lösung ablegen“, berichtet Daniel Maysack. „Vom Einkauf, über das Produktmanagement bis hin zum Vertriebsaußen- und Innendienst machen alle mit.“ Dabei greifen die Mitarbeiter in den Niederlassungen und außerhalb der Zentrale über das Netzwerk oder via Terminalserver auf die xRM-Daten zu, die in

einem Rechenzentrum eines externen Dienstleisters gespeichert sind.

xRM – der Erfolgsfaktor

Die gemeinsame Nutzung bei Motor Service schafft die Voraussetzung für ein ganzheitliches, lebendiges xRM mit aktuellen Informationen. „Es ist eine tolle Erfahrung, wie in einem System sämtliche Beziehungen abgebildet werden und wachsen“, ist CRM-Experte Maysack



fasziniert. „Zum Teil handelt es sich um die selben Ansprechpartner – allerdings in unterschiedlichen Rollen und Beziehungen, mal als Lieferant, mal als Kunde. Das wird jetzt erstmals sichtbar.“ Die virtuelle Akte in CAS genesisWorld sorgt gleichzeitig dafür, dass diese Beziehungen ordentlich strukturiert sind.

„Unser Beziehungsmanagement ist jetzt so vielfältig wie unser Handel mit Ersatzteilen weltweit. Wenn ein Kunde bei uns anruft, kann ihm im Prinzip jeder Kollege dank xRM konkret weiterhelfen“, sagt Maysack.

Telefonanbindung begeistert

Besonders begeistert sind die Mitar-

beiter von der Telefonanbindung, die lästiges Wählen ersetzt und eingehende Anrufe am Monitor anzeigt. „Die Software stellt auch in anderen Bereichen eine enorme Bereicherung dar – ob bei der Besuchsvorbereitung, der Steuerung von Marketingmaterialien, bis hin zu Aufgabenmanagement. Sie ermöglicht Transparenz bezüglich relevanter Korrespondenz und weiteren Berührungspunkten mit unseren Geschäftspartnern“, berichtet Maysack aus der Praxis.

Blick in die Zukunft

Nach der planmäßigen Einführung in Deutschland startet in Kürze das internationale Roll-out. „Wir beginnen mit unseren Niederlassungen in Spanien und Frankreich“, freut sich Daniel Maysack. Auf nationaler Ebene sind Erweiterungen durch CAS Module in Planung. Für Entscheider, die selbst eine xRM-Lösung in ihrem Unternehmen einführen möchten, rät Geschäftsführer Stefan Ives: „Man sollte sich im Vorfeld genau überlegen, was man mit xRM erreichen möchte. Dann stehen der Kunde und alle anderen Geschäftskontakte noch stärker im Mittelpunkt – das zahlt sich langfristig aus.“

- www.ms-motor-service.com
- www.cas-mittelstand.de

SVG Seminarverwaltung setzt auf Cloud-Lösung CAS PIA



Berufliche Fortbildung leicht gemacht

Ein gelungenes Seminar zeichnet sich durch wertvollen Inhalt und reibungslose Organisation aus. Deshalb unterstützt der Geschäftsbereich Seminarverwaltung der SVG eG die Niederlassungen mit einer maßgeschneiderten Software: Welchen Nutzen die Seminarteilnehmer und Mitarbeiter haben, zeigt der Blick in die Praxis.

„Die professionelle Berufskraftfahrerweiterbildung gehört zu unseren Kernkompetenzen“, berichtet Jutta Meyer,



„Die Funktionsfülle von CAS PIA ist enorm hilfreich.“

Jutta Meyer, Projektverantwortliche SVG Seminarverwaltung

Projektverantwortliche in der SVG-Zentrale. „Dazu zählen Fahrsicherheitstrainings, Infoveranstaltungen zum richtigen Einsatz von Pausen bei der täglichen Fahrt oder rechtliche Fragen.“ Jährlich finden rund 5.800 Veranstaltungen mit über 60.000 Teilnehmern deutschlandweit statt.

Zusatzfunktionen erwünscht

Bereits in anderen SVG-Geschäftsbereichen – zuerst in der Assekuranz –

hatte sich CAS PIA erfolgreich bewährt. „Was lag näher, als CAS PIA zur Assistentin in den Seminarverwaltungen zu machen“, berichtet Jutta Meyer. Sie wandte sich an die SmartCompany CAS Ecosystems, um die Software den Bedürfnissen individuell anzupassen.

Vorfahrt für Service

Seit mittlerweile vier Jahren ist die Lösung im Seminarbereich im Einsatz: Zuvor hantierten die Mitarbeiter mühevoll mit Excel-Listen. CAS PIA unterstützt an insgesamt 14 Standorten die professionelle Abwicklung. Das fängt bei der Teilnehmerbestätigung an und hört längst nicht bei der Terminplanung auf. Durch den Einsatz werden Fehlbuchungen und Missverständnisse auf ein Minimum reduziert.

Zu den Grundfunktionen zählt das integrierte Dokumentenarchiv. „Dieses zahlt sich insbesondere für die Kraftfah-

rer aus, die im Nachhinein eine Teilnahmebestätigung benötigen“, erklärt Jutta Meyer. „Da braucht es keinen Gang zum Aktenschrank, sondern lediglich einen Blick in die virtuelle Akte. Dieser Service hebt uns von anderen Anbietern ab.“

Sichere Nutzung

Aufgrund der dezentralen SVG-Struktur greift jede Niederlassung nur auf die eigenen Seminare und Teilnehmer zu. „Jeder sieht nur die Daten, die er tatsächlich sehen oder bearbeiten darf“, so Meyer. „Für unsere Mitarbeiter haben sich die täglichen Abläufe zweifellos vereinfacht. Unsere Referenten sind jederzeit informiert. Und unsere Teilnehmer fühlen sich sehr wohl“, bilanziert die Projektverantwortliche. „Die Funktionsfülle von CAS PIA ist enorm hilfreich“, bestätigt Meyer. „Einen ähnlichen Umfang bieten uns herkömmliche Seminarverwaltungsprogramme kaum.“

- www.svg.de
- www.cas-ecosystems.de



CAS Configurator Merlin setzt auf die Macht der Bilder

Produktkonfiguration wie von Zauberhand

Für die meisten Menschen grenzt die Planung einer komplexen Maschine oder Systemanlage an eine Herkulesaufgabe. Das muss nicht sein: Der CAS Configurator Merlin hilft, Produktvarianten fehlerfrei zu konfigurieren und wie von Zauberhand sichtbar zu machen. Zur CeBIT 2014 stellt die CAS Software AG ein neues Produktkonfigurator Modul zur grafischen Variantenanalyse sowie einen optimierten Grafik-Editor vor.

„Der CAS Configurator Merlin ist der erste Produktkonfigurator, der Produktstruktur, Regeln und Variantenspektrum grafisch aufbereitet“, erklärt Dr. Helmut Melcher, Mitglied der Geschäftsleitung CAS Software AG. „Die grafische Aufbereitung sorgt für den nötigen Überblick. Der Vertriebsprozess wird spürbar vereinfacht.“

Grafischer Editor beschleunigt die Regelpflege

„Die Arbeit in einer grafischen Umgebung fand bei unseren Kunden großen Anklang: Daher haben wir die Bedienoberfläche weiter visualisiert“, bestätigt Melcher. Grundsätzlich lassen sich mit dem CAS Configurator Merlin beliebige komplexe Produktstrukturen mit Hilfe eines Regelwerks abbilden. Mit der grafischen Datenpflege schafft der Produktkonfigurator Ordnung und Orientierung im Regelwerk und beschleunigt die Regelpflege. Diese Eigenschaften heben ihn von herkömmlichen Konfigurationssystemen ab.

Die Struktur eines Produkts lässt sich durch die visualisierte Vorgehensweise einfach überblicken. Der grafische Editor stellt die Produktstruktur mit entsprechenden Merkmalen dar. Die einzelnen Produktdetails werden per Drag-and-Drop eingefügt und miteinander

der in Beziehung gebracht. So verliert der Produktmanager selbst bei komplexen Strukturen nicht den Überblick.

Neu zur CeBIT 2014: Modul für grafische Analysen und Controlling

Das neue Modul „Design for Variety Toolbox“ eröffnet als Controlling Tool vielfältige Möglichkeiten zur grafischen Analyse der Produktstruktur. Das Modul visualisiert das Variantenspektrum eines Produkts. Damit lassen sich Produktvarianten, angereichert mit zusätzlichen Informationen, analysieren. Auf diese Weise werden erfolgreiche Kombinationen erkannt und zugleich unrentable, aufwändige Varianten identifiziert. Das Modul „Design for Variety Toolbox“ wurde gemeinsam mit der P3 Ingenieurgesellschaft mbH aus Aachen entwickelt, welche Beratungsdienstleistungen zum Thema Variantenmanagement anbietet.

■ www.cas-merlin.de/loesungen



Vertriebsmitarbeiter oder Kunden suchen einzelne Produktmerkmale aus und stellen daraus das Produkt zusammen.

CeBIT

CAS Software AG
und Partner:

Halle 6, Stand C16

Usability im Vordergrund

CAS Software forscht: Nutzerzentrierte Software

Die Entwicklung der Softwareindustrie verläuft ähnlich wie die der Autoindustrie. Zu Beginn erfüllten Autos den Grundnutzen: Fahrtauglichkeit und Beförderung. Erst als die Technik ausgereift war, gewannen Zusatznutzen wie Praktikabilität, Design und emotionales Erlebnis an Bedeutung.

Auch bei der Softwareindustrie rückt die Emotionalisierung und smarte Bedienbarkeit in den Vordergrund. Software sollte intuitiv sein. Besonders bei Unternehmenssoftware besteht noch Verbesserungspotential. Die CAS Software forscht mit namhaften Partnern an Ansätzen, die „Usability“ (Nutzerfreundlichkeit) im Mittelstand verankern.



Usability Inside

Ziel von „Usability Inside“ ist die Entwicklung von Konzepten, die es KMUs erleichtern, Usability in Softwareentwicklungs- und Auswahlprozessen nachhaltig zu integrieren. Hierfür wurde das Kompetenzzentrum „Usability im Mittelstand“ gegründet und am 19. Februar 2014 feierlich in Stuttgart eröffnet. Das Zentrum dient als Anlaufstelle und Netzwerk-Plattform für Anwender wie auch Entwickler.

■ www.usability-inside.net

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital



KMUsability / KompUEterchen4KMU

Im Rahmen des Projekts „KMUsability“ entsteht ein Usability-Kompetenzzentrum speziell für mobile Unternehmenssoftware. Es wird eine KMU-taugliche Entwicklungsmethode erarbeitet, die mobile Softwareentwicklung nicht als rein technische Disziplin betrachtet, sondern auch Usability Engineering mit einbezieht. Über ein Web-Portal und Schulungen wird die Methode an KMUs vermittelt.

■ www.kmu-usability.de

YellowMap und BELECTRIC schließen „wegweisende“ Kooperation

Elektrisches Tanken mit Echtzeit-Infos



Für Nutzer von Elektroautos gibt es ab sofort einen neuen Service: E-Mobilisten können vorab prüfen, was das Laden an den einzelnen Standorten kostet und welche Ladepunkte in Betrieb oder frei sind. In Zukunft wird sogar die Reservierung von Ladepunkten möglich sein. So lassen sich längere Strecken vorab planen.

Unter www.belectric-drive.com gibt das Portal den jeweiligen Status der Ladepunkte minutengenau bekannt und nutzt dafür die europaweite Referenzdatenbank für E-Mobilität smartranken.de. Diese wurde von der YellowMap AG,

dem Spezialisten für Geodatensysteme in Karlsruhe, initiiert und gemeinsam mit Partnern umgesetzt. „Wir fahren beständig etwa 2.000 Elektrotankstellen in Deutschland und Österreich ab, um den E-Mobilisten zuverlässige Informationen während der Fahrt anzubieten,“ sagt YellowMap-Vorstand Frank Dimpfel. „So können die Fahrer die nötigen Informationen in Echtzeit auf dem eigenen Tablet, Bordcomputer oder Smartphone abrufen und die nächste freie Ladestation anfahren.“

Der modulare Aufbau der webbasierten Geoanwendungen von YellowMap ermöglicht schnelle Realisierung und zeitnahe Anpassungen, um die wachsende Infrastruktur im E-Mobility-Markt innovativ und benutzerorientiert im Web zu erleben.

■ www.belectric-drive.com
■ www.yellowmap.com

Experte empfiehlt aktives Online-Marketing

Mit Inhalten verzaubern und neue Kunden gewinnen



Bereits im Mittelalter priesen Marktschreier ihre Waren an. Doch schon damals galt: Der Ton und die Darbietung machen die Musik. Gilt das auch heute noch für den Handel auf dem digitalen Marktplatz? Der Schweizer Online-Marketing Experte Alexis Kälin hat drei Tipps für Unternehmen in Zeiten von Facebook, Twitter & Co.

Herr Kälin, wieso ist Online-Marketing heute so unverzichtbar?

Bevor Interessenten eine Kaufentscheidung treffen, recherchieren sie im Internet. Dabei ist eine der ersten Anlaufstellen die Unternehmenswebseite. Kann diese nicht überzeugen, hat man in den meisten Fällen verloren und gute Chancen verspielt.

Tipp 1: Hinterfragen Sie Ihren Webauftritt kritisch: Ist dieser zeitgemäß, sind die Informationen aktuell. Würden Sie es einem guten Freund zumuten, mit Ihnen über die Seite Kontakt aufzunehmen?

Lassen Sie ruhig die Persönlichkeit Ihres Unternehmens durchschimmern, aber vermeiden Sie es, Ihre bestehende Imagebroschüre 1:1 ins Netz zu stellen – denken Sie interaktiv. Eine regelmäßige Aktualisierung, suchmaschinenoptimierte Artikel und Tipps helfen bei der Kundengewinnung.

Wie wichtig erachten Sie das Thema Content Marketing?

Aus meiner Sicht ist es eines der relevantesten Online-Marketing Themen. Content Marketing bedeutet, Besuchern vertrauenswürdige Inhalte zur Verfügung zu stellen.

Tipp 2: Sorgen Sie für guten und stetig aktuellen Inhalt auf Ihrer Webseite. Schreiben Sie lesenswerte Tipps & Tricks zu Ihren Angeboten. Diese Artikel werden gelesen, im Idealfall sogar über Online-Netzwerke weiterempfohlen. Dies stärkt Ihre Außenwirkung und sorgt für Fans und neue Kunden.

Gibt es andere Online-Marketing Instrumente, die Sie empfehlen?

Ich bin ein großer Freund des E-Mail-Marketings. Kaum ein Instrument lässt so gezielte, kostengünstige und auswertbare Marketingaktionen zu. Social Media Kanäle, wie zum Beispiel Twitter oder XING, können auch eine Hilfe darstellen. Meine Erfahrungen haben aber gezeigt, dass die wenigsten Unternehmen wirklich die Kapazitäten haben, diese Kanäle qualitativ und regelmäßig zu füttern.

Tipp 3: Verlieren Sie sich nicht in der Vielfalt der Online-Marketing Möglichkeiten. Hinterfragen Sie, wo Ihre Zielgruppe unterwegs ist und welches die optimale Schnittstelle ist. In vielen Fällen ist das der eigene Webauftritt. Kombinieren Sie ihn zum Beispiel mit einem regelmäßigen E-Mail-Newsletter. Setzen Sie sich realistische Ziele und holen Sie sich externe Hilfe, wenn die nötigen Ressourcen oder das Wissen nicht zur Verfügung stehen. Nur Kontinuität und Geduld bringen Erfolg.



■ www.artwin.ch
■ blog.artwin.ch

Zur Person

Alexis Kälin ist Mitbegründer und CRM-Projektleiter bei der Artwin AG in Lenzburg. Als Experte für CRM und E-Mail-Marketing weiss er als erfahrener Praktiker, mit Know-how und Humor zu begeistern. Mehr als 300 erfolgreiche Kundenprojekte der Artwin AG zeigen, dass das «Gewusst wie» entscheidet. Die Artwin AG ist Gewinner des CAS Online-Marketing Awards.

vitaliberty entscheidet sich für CAS PIA

Der Mannheimer Spezialist für „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ setzt auf individuelle Betreuung – auch im Beziehungsmanagement. Mit Unterstützung der cloud-basierten CRM-Lösung CAS PIA kümmert sich das Unternehmen um das Wohlbefinden von Mitarbeitern in großen und mittelständischen Unternehmen. Bekanntheit erlangte jüngst das Gesundheitsportal „moove-Tu's für Dich!“. Dieses verbindet neueste Technologien mit zielgruppengerechten Lösungen für die Gesundheitsthemen Schlaf, Rücken, Bewegung, Ernährung und Stress.

■ www.corporate-moove.de



Vertriebspartner: ISB AG und CAS Software AG kooperieren im Education-Umfeld

Ab sofort wird Schulen im deutschsprachigen Raum eine umfassende Managementlösung zur Verfügung gestellt. Die Kommunikationsplattform CAS Schulintranet wird durch die Schulmanagement-Lösung der ISB, die künftig bei bis zu 12.000 Schulen in Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz zum Einsatz kommen soll, optimal ergänzt. Öffentliche und private Schulen erhalten somit neben Werkzeugen zur Schulsteuerung eine zentrale Plattform zum Austausch von Informationen, Terminen und Dokumenten. Die Partnerschaft umfasst dabei mehr als eine reine Vertriebspartnerschaft. Die technologische Integration der jeweiligen Softwarelösungen hat bereits begonnen und wird sukzessive ausgebaut.

■ www.cas-education.de



Trendkonferenz *forum!XRM*

100%-Beziehungsmanagement: An allen Touchpoints Menschen zu Fans machen. Erfahren Sie von ausgewiesenen Experten, wie Sie Ihre Unternehmensbeziehungen ganzheitlich gestalten, emotional aufladen und damit Mitarbeiter, Kunden und andere Geschäftskontakte zu Fans machen.

**Am 8. Mai 2014 in Mainz.
Informationen und Anmeldung:**

■ www.forumXRM.de



Customer Excellence Award beim CRM & xRM Kompetenztage 2014

Am 22. Mai 2014 lädt die CAS Software AG zum CRM & xRM Kompetenztage nach Karlsruhe ein. Besucher erleben inspirierende Key-Notes u.a. vom CRM-Experten Prof. Dr. Winkelmann und dem Zukunftsforscher Dr. Pero Mičić.

Merken Sie sich schon jetzt den Termin vor!

Bereits zum siebten Mal wird der Customer Excellence Award verliehen, die begehrte Auszeichnung für vorbildliches Beziehungsmanagement. Wenn auch Sie Ihre Kunden auf ganz besondere Art und Weise zu begeistern wissen, freuen wir uns auf Ihre Award-Bewerbung.

Weitere Informationen:

■ www.cas.de/kompetenztage



Termine

Webinare

Individualtermine auf dem CAS Campus oder direkt vor Ort im Unternehmen.

Terminanfragen an
schulung@cas.de

Anmeldung unter
www.crm-webinar.de

Messen & Veranstaltungen

CeBIT
Halle 6, Stand C16
10. - 14. März 2014
Hannover

CAS Schulintranet
didacta
25. - 29. März 2014
Messe Stuttgart

CAS Communities Kundentag
6. Mai 2014
CAS Campus Karlsruhe

CAS Alumni
alumni-clubs.net Konferenz
9. - 11. Mai 2014
Georg-August-Universität
Göttingen

