



Proaktives CRM – Triggering der Kundeninteraktion durch die Integration von Schenk-Prozessen in die CRM-Life Cycle-Systematik

Eines der Kernelemente eines systematischen und ganzheitlichen CRM ist die Interaktion und der kontinuierliche Dialog zwischen Unternehmen und Kunden. In der Praxis suchen Unternehmen nach neuartigen Ansätzen diese zu realisieren – die primäre Herausforderung besteht dabei darin, die Kunden nicht zu stören oder zu belästigen, sondern diesen mit der Interaktion erkennbaren Nutzen (= Geschenke) zu stiften und sie zu engagierter, für das Unternehmen positiv nutzbarer Kommunikation zu bewegen.

Die Arbeit soll – idealerweise anhand von fiktiven Case Studies, die entsprechende Branchenspezifika identifizieren und berücksichtigen – aufzeigen, wie individualisierte (aber: automatisierte, in CRM-Systeme eingebettete) Schenkaktivitäten die Kundeninteraktion triggern und gleichzeitig sowohl dem Kunden als auch Unternehmen Nutzen stiften können.

Die Betrachtungen sollen konsequent entlang des Customer Life Cycle erfolgen – von der Interessentenansprache, über die Neukundenbegrüßung, die Kundenentwicklung über Cross- und Up-selling bis hin zu Kundenbefragungen, Beschwerdeverfahren/-wiedergutmachung oder Kundenrückgewinnungsaktivitäten (Win-Back).

Die Arbeit muss eine empirische Komponente enthalten, im Rahmen derer eine Befragung potentieller Anwender (= Unternehmen) eines entsprechenden Instruments durchgeführt wird: Diese soll die Einsatzmöglichkeiten in unterschiedlichen Branchen validieren, zugleich aber auch die Akzeptanz und sowie die Grenzen entsprechender Ansätze erheben.

Aufgabenstellung

Im Rahmen der Abschlussarbeit sollen folgende Punkte bearbeitet werden:

- Identifikation und Beschreibung von Ansätzen zur Realisierung eines Proaktiven CRM in fiktiven Case Studies => Einsatzmöglichkeiten in unterschiedlichen Branchen
- Durchführung einer Kosten-/Nutzenbetrachtung (nach vorgesehenen Kundenprozessen) und Bewertung der Machbarkeit (bzw. Benennung von deren Grenzen)
- Entwicklung eines Ansatzes zur Integration in bestehende CRM-Systeme
- Empirischer Teil

Anforderungen

- Studium der Betriebswirtschaft oder Wirtschaftsinformatik
- CRM-Prozess und/oder CRM-IT-Grundverständnis aus Studium oder Praktika
- Analytische Fähigkeiten
- Selbstständige und eigenverantwortliche Arbeitsweise
- Teamfähigkeit
- Motivation und Leistungsbereitschaft

Organisatorisches

Die Abschlussarbeit kann sofort begonnen werden und wird vergütet.

Über uns

ec4u expert consulting ag mit Sitz in Karlsruhe, Frankfurt, München, Pfäffikon und Zürich ist eines der marktführenden Unternehmen für Dienstleistungen in den Bereichen Customer Relationship Management (CRM) und Business Intelligence (BI) im europäischen Markt.

ec4u bietet ihren Kunden Best Practices in den Bereichen CRM on Premise, Business Intelligence (BI) und Real Time Decisions (RTD), CRM on Demand, Application Integration Architecture (AIA) und Service Oriented Architecture (SOA) und Master Data Management (MDM) mit Fokus auf Oracle und Microsoft als stärkste Softwarepartner.

Ergänzt werden die Leistungen durch die strategische und fachliche CRM-Beratung (Strategien für Marketing, Vertrieb und Service).

Zu den Kunden gehören z.B. Arcor, Bosch, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, DPD, RWE, Swisscom und UBS.

Ihr Ansprechpartner

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen und aussagekräftigen Unterlagen unter Angabe der Jobnummer ec4u-11 per E-Mail an:

ec4u expert consulting ag

Human Resources
Christoph Schmidt
HR@ec4u.com
Tel. +49 721 46 476-100

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Besuchen Sie unsere Karriereseiten auf <http://www.ec4u.de/karriere>

ec4u
expert consulting