

Leitfaden zur Benutzerakzeptanz

EINFÜHRUNG

Dieser Leitfaden soll Ihnen helfen, die Nutzer von den Vorteilen eines CRM zu überzeugen sowie die Umstellung und die Akzeptanz zu erleichtern. Kombinieren Sie modernes CRM und wirksame Adoptions- und Akzeptanzstrategien, um sicherzustellen, dass Ihre Software-Implementierung die Erwartungen erfüllt.

DER LEITFADEN

Viele Unternehmen sind dabei, ihre CRM-Systeme oder -Technologien zu überholen oder zu ersetzen. Wie immer, wenn eine Neuerung bevorsteht, kann dies eine Herausforderung darstellen, vor allem wenn Anwender nicht ausreichend auf die Umstellung vorbereitet sind. Um diesen Herausforderungen entgegenzuwirken haben wir uns mit den wichtigsten Fragen beschäftigt, die die Benutzerakzeptanz beeinflussen. Die nachfolgenden Szenarien sollen Sie dabei unterstützen, diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.

	SZENARIO	PROBLEM	ZIEL
1	Nutzen kommunizieren	Benutzer erkennen das volle Potenzial des CRM nicht	Vorteile des CRM erklären und aufzeigen, welche Erleichterungen es mit sich bringt
2	Anreiz für Benutzer setzen	Mangelnde Motivation, das neue CRM zu nutzen	Erfolgreiche Nutzung anerkennen und belohnen
3	Interne PowerUser	Akzeptanz wird intern zu wenig getrieben weil es keinen internen PowerUser gibt	Spezialisten mit überdurchschnittlichen Systemkenntnissen identifizieren, die es verstehen, andere zu motivieren
4	Change Management	Nutzer sind unzufrieden mit der Produktfunktionalität	Den Nutzern zeigen, wie sie von der CRM-Investition profitieren
5	Zufriedene Nutzer	Die Nutzer sind mit dem neuen CRM zufrieden – was jetzt?	Nutzer zufrieden halten, damit sie weiterhin motiviert und engagiert bleiben



Szenario Nr. 1 – Mehrwert vermitteln

ZIEL: Vorteile des CRM erklären und aufzeigen, welche Erleichterungen es mit sich bringt

Es gibt gewisse Situationen, in denen Nutzer möglicherweise nicht einsehen, warum sie ein neues CRM verwenden sollten:

- › Ungenügend definierte Geschäftsprozesse
- › Unklarheit über kurz- und langfristige Ziele
- › Nutzer fragen sich „Was habe ich davon?“
- › Schwer zu bedienende Benutzeroberfläche

Um diese Herausforderungen zu lösen, berufen Sie ein Meeting mit den Nutzern ein, in dem Sie ihnen den Mehrwert des CRM-Systems aufzeigen.

- › Wiederholen Sie die strategische Vision hinter der CRM-Implementierung. Stellen Sie sicher, dass die Nutzer die Gründe für die Entscheidungen verstehen.
- › Bewerten Sie die Art und Weise, wie das CRM derzeit genutzt wird, und geben Sie Tipps und Anregungen, um dessen Nutzung zu erweitern.
- › Heben Sie die Vorteile des CRM hervor, etwa die Erleichterung von Routine-Aufgaben und die Nutzung von Automatisierung, wodurch die Übersicht über Informationen, die für die einzelnen Nutzer wichtig sind, verbessert wird. Gestalten Sie das Training interessant und relevant.
- › Profitieren Sie von den Tools und Ressourcen des CRM-Anbieters. Schulungen sind entscheidend für eine erfolgreiche Implementierung und stärken das Vertrauen der Nutzer in die Softwareauswahl.
- › Finden Sie den richtigen Schulungsleiter – jemanden, der sowohl über den Mehrwert als auch über die praktische Anwendung spricht.
- › Verwenden Sie konkrete Anwendungsfälle und Beispiele, um zu zeigen, wie das neue System hilft, Geschäftsziele auf einfache Weise zu erreichen
- › Halten Sie es einfach und unkompliziert! Führen Sie die Funktionen schrittweise ein. Beginnen Sie mit denen, die den Nutzern sofort einen spürbaren Mehrwert bringen.
- › Betonen Sie den individuellen Mehrwert für jeden Nutzer. Erwägen Sie eine interne Marketingkampagne, damit die Nutzer den Vorteil und Mehrwert verstehen, der ihnen aus dem Einsatz des neuen CRM erwächst.

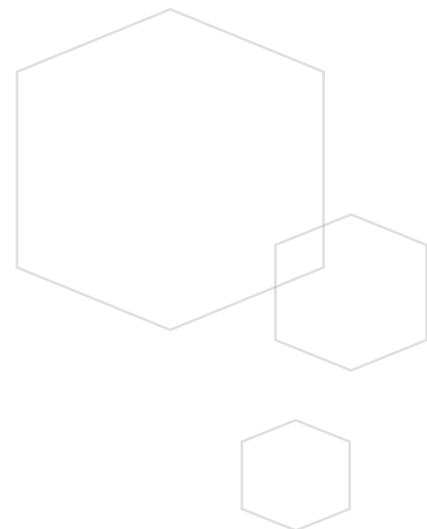


Szenario 2 : Anreiz für Benutzer setzen

ZIEL: Erfolgreiche Nutzung der Plattform anerkennen und belohnen

Nutzen Sie die positive Verstärkung zu Ihrem Vorteil:

- › Belohnungen anbieten, z.B. in der Form kleiner Geschenkgutscheine für absolvierte Aufgaben. Diese können helfen, die Akzeptanz zu stärken.
- › Integrieren Sie eine spielerische Komponente mit Wettbewerbscharakter zur Förderung der Software Adoption und Akzeptanz.
- › Menschen werden durch Anerkennung motivierter und erbringen bessere Leistungen.
- › Beziehen Sie die CRM-Nutzung in die monatlichen oder vierteljährlichen Zielvorgaben der Mitarbeiter mit ein. Halten Sie es einfach: Unterteilen Sie die Einführung bis zum erfolgreichen Abschluss in kleine Abschnitte. Halten Sie es einfach mit einem progressiven Weg zur vollen Adoption des Systems.





Szenario 3 – Interne Power-User

ZIEL: Power-User mit überdurchschnittlichen Systemkenntnissen identifizieren, die es verstehen, andere zu motivieren

Interne Power-User zu identifizieren und verstärken ist ein kritischer Schritt in der Benutzerakzeptanz:

- › Nutzer, die den Wert des CRM erkennen und ihn erfolgreich einsetzen, sind am ehesten bereit, ihre positiven Erfahrungen mit anderen zu teilen. Bringen Sie diese Nutzer dazu, starke CRM-Champions zu werden.
- › Identifizieren Sie Power-User mit folgenden Merkmalen:
 - Positive Einstellung, werden durch Veränderung motiviert
 - Genießen das Vertrauen der Teamkollegen
 - Empfehlen den Teamkollegen die CRM-Nutzung
 - Erkennen Schwachstellen und Fehler, die helfen, die Leistungsfähigkeit des CRM zu verbessern
 - Verfügen über überdurchschnittliche Kenntnisse und zeigen kreative Möglichkeiten auf, den täglichen Gebrauch des CRM zu verbessern
- › Benutzer, die den Wert des CRM erkennen und es erfolgreich anwenden, teilen eher ihre Erfahrungen und beeinflussen andere.
- › Die Power-User geben Einblick in gut aufgenommene Trainingsmethoden und können spezifische Anwendungsfälle für ihr Team aufzeigen.
- › Rhythmen, die für die Nutzeradoption eingerichtet wurden, können von Profis-Usern als Fürsprecher und nicht als Durchsetzer verstärkt werden.



Szenario 4 – Change Management

ZIEL: Den Nutzern zeigen, wie sie von der CRM Investition profitieren

Häufige Gründe, warum Nutzer sich gegen Änderungen sträuben:

- › Unzureichende Benutzerschulung und interne Kommunikation
- › Fehlende Einbindung im Entscheidungsprozess
- › Produktfunktionalität entspricht nicht den Erwartungen
- › Fehlende interne Power-User, die sich für eine positive Umsetzung stark machen

Change Management ist eine Herausforderung und erfordert Geduld. Folgende Empfehlungen werden Ihnen dabei helfen, sich auf Widerstand entsprechend zu vorbereiten:

- › Binden Sie die Nutzer frühzeitig ein. Bitten Sie um kontinuierliches Feedback
- › Setzen Sie die Implementierung in Form eines Projekts um. Entwickeln Sie einen Projektplan für die schrittweise Umsetzung mit angemessenen Meilensteinen bis hin zu einem festlichen Launch
- › Passen Sie die Trainingsmaterialien an und binden Sie während der Einführung spielerische Komponenten ein, um Spaß und positive Anreize zu fördern
- › Veranstalten Sie Meetings, um Feedback von den Nutzern entgegenzunehmen und dieses dem CRM-Anbieter für Verbesserungen weiterzuleiten
- › Binden Sie die Führungskräfte mit ein, um eine erfolgreiche Einführung zu gewährleisten



Szenario 5 – Zufriedene Nutzer

ZIEL: Nutzer zufrieden halten, damit sie weiterhin motiviert und engagiert bleiben

Eine kontinuierliche Interaktion mit den Anwendern über die erste CRM-Adoption hinaus ist besonders wichtig:

- › Bedenken Sie, dass die Systemadoption über die ersten 90 Tage hinaus geht. Die anfängliche Akzeptanz ist entscheidend, aber genauso wichtig ist die kontinuierliche weitere Nutzung
- › Überwachen Sie die Akzeptanz und Nutzung, indem Sie die richtigen Kennzahlen wie Benutzer-Logins und regelmäßig genutzte Funktionen verfolgen
- › Bewerten Sie weiterhin die Produktfunktionalität und Benutzerfreundlichkeit, um sicherzustellen, dass das CRM die konkreten Anforderungen Ihres Unternehmens auch wirklich erfüllt
- › Auch wenn die Akzeptanz hoch ist, kann sich dies im Laufe der Zeit wieder ändern. Versuchen Sie, proaktiv zu sein, indem Sie sich kontinuierlich weiterbilden und die Feedbackschleifen offen halten
- › Sprechen Sie Ihren ausdrücklichen Dank und Ihre Anerkennung für die Fortschritte bei der CRM-Adoption aus.
- › Setzen Sie ein « Power-User » Programm auf, um die Nutzer für Ihre hohe Nutzung und effiziente Nutzung zu belohnen

SCHLUSSFOLGERUNG

Konsequentes Engagement ist wichtig, um sicherzustellen, dass Ihre Nutzer zufrieden bleiben und das CRM zu ihrem vollen Vorteil nutzen. Arbeiten Sie mit Ihrem CRM-Anbieter zusammen, um im Voraus Ziele zu definieren, und legen Sie gemeinsam einen Plan zur Akzeptanzförderung fest, um die Software erfolgreich auf alle Nutzer einzuführen. Tools und Ressourcen sind unerlässlich, um Ihre Nutzer zu schulen und ihnen zu helfen, mit der Veränderung richtig umzugehen.

Optimieren Sie die Customer Experience für Ihre Kunden

SugarCRM ist die weltweit erste intelligente berührungslose CX-Plattform mit drei einzigartigen Produkten, die zusammen für die ultimative Customer Experience sorgen: Sugar Market, Sugar Sell und Sugar Serve. Angetrieben durch die neueste KI-Technologie und gewonnene Kundeninformationen, beliefert die bahnbrechende Software von Sugar Vertriebs-, Marketing- und Service-Teams mit prädiktiven Insights, die genutzt werden können, um Kunden auf Lebenszeit zu binden.



No-Touch-Information-Management erfasst automatisch Daten aus E-Mail, Sprache, Text und Anwendungen von Drittanbietern und vermittelt relevante Insights.



Mit einer intelligenten Kundenerfahrungsplattform erhalten Sie in Echtzeit laufend Insights – und haben damit eine 360-Grad-Sicht auf die „Journey“ Ihrer Kunden.



Kontinuierliche Cloud-Innovation sorgt dafür, dass Sugar die Freiheit hat, neue Features und Funktionen zu entwickeln, wenn sich die Trends ändern – ohne übermäßige Kosten an die Nutzer weitergeben zu müssen.