

Liebe Leserinnen und Leser,

der CRM-Markt brummt und laut Studien wird er sich in den kommenden Jahren positiv entwickeln. Auch wir profitieren von der Investitionsbereitschaft der Unternehmen. So konnten wir im Jahr 2006 unseren Umsatz erneut steigern. Für 2007 haben wir uns wieder ehrgeizige Ziele gesetzt.

Lesen Sie in der aktuellen Ausgabe von unserer **printCRM**-Installation beim Verlag Lensing-Wolff in Dortmund und erfahren Sie mehr über die neuen Filtermöglichkeiten in **smartCRM** und **printCRM**.

Viel Spaß beim Lesen  
Ihr Team von B&R

## Inhalt

<b>Über uns</b> Impressum	Seite 1
<b>Installation</b> Verlag Lensing-Wolff GmbH & Co. KG	Seite 2
<b>Neuheiten</b> Filter	Seite 4

## Über uns

## Neues aus Kandel

Neues Gesicht im Vertrieb • Erfolgreiche Branchenlösung mausert sich zu eigenständiger CRM-Lösung • B&R auf Tour mit der Computerwoche

### Verstärkung im Vertrieb

Uwe Franz hat zum 1. Januar 2007 die Geschäftsleitung Vertrieb bei B&R übernommen. Mit der Neubesetzung möchten wir unsere Vertriebsarbeit ausbauen und intensivieren. Uwe Franz verfügt über mehr als 16 Jahre Erfahrung im Bereich CRM. Er war bereits bei anderen namhaften CRM-Anbietern in leitender Position tätig; zuletzt bei der T-Systems International als Head of Sales Team Manufacturing Industries. Darüber hinaus ist Uwe Franz Experte auf der [crm-expert-site.de](http://crm-expert-site.de) und war Ideengeber des Golf-Networking-Events CRMopen.

### smartCRM print wird printCRM

Vor einem Jahr haben wir **smartCRM print** als Branchenlösung für Verlage am Markt eingeführt. Inzwischen ist die Entwicklung von **smartCRM print** soweit vorangeschritten, dass sich die Branchenlösung

deutlich von **smartCRM** unterscheidet. **smartCRM print** ist damit nicht mehr länger nur eine Branchenlösung, sondern eine eigenständige CRM-Software, die auch einen eigenen Namen verdient: **printCRM**.



### B&R auf der Computerwoche CRM-Initiative 2007

Vom 7. bis 13. Februar 2007 ging die Computerwoche in Sachen CRM auf Tour. Die Roadshow führte durch Neuss, Frankfurt am Main und München. Wir präsentierten uns

erstmalig als Aussteller auf der kongressähnlichen Veranstaltung und konnten wertvolle Kontakte knüpfen. Bereits während der Veranstaltung diskutierten wir mit den Fachbesuchern konkrete CRM-Projekte.

### Terminvorschau

Besuchen Sie uns vom 15. bis 21. März 2007 auf der CeBIT in Hannover. Sie finden uns in Halle 4 am Stand F70. Wir haben unseren Messestand neu gestaltet – seien Sie gespannt! Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

### Herausgeber:

B&R DV-Informationssysteme GmbH  
Georg-Todt-Straße 1, D-76870 Kandel  
Tel.: +49 (0) 72 75 / 9 88 66 – 0  
[www.smartCRM.de](http://www.smartCRM.de) / [www.printCRM.de](http://www.printCRM.de)

### Redaktion:

Daniela Treptow  
[Daniela.Treptow@smartCRM.de](mailto:Daniela.Treptow@smartCRM.de)  
smartCRM-Info und alle darin enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. smartCRM-Info erscheint dreimal jährlich mit 2.000 Exemplaren.

## Verlag Lensing-Wolff setzt auf printCRM

Mit einer Gesamtauflage von ca. 218.000 Exemplaren gehört das Medienhaus Lensing zu den größten Zeitungsunternehmen in Nordrhein-Westfalen. Größter Zeitungstitel des Verlags sind die Ruhr Nachrichten.

Das Medienhaus Lensing mit Hauptsitz in Dortmund verlegt sieben Tageszeitungen im Ruhrgebiet und Münsterland. Darüber hinaus ist das Unternehmen im Anzeigenblattgeschäft und im lokalen Rundfunk sowie in den Bereichen Internet und Call Center aktiv. Neben dem Betrieb von drei Druckereien ist der Verlag außerdem im Briefdienst und Fachzeitschriftensegment tätig.

### Ruhr Nachrichten

Das Beste am Guten Morgen

Seit Mitte 2006 setzt das Medienhaus Lensing **printCRM** aus dem Hause B&R DV-Informationssysteme GmbH ein. „**printCRM** ist für uns die CRM-Lösung am Markt, die unsere Anforderungen erfüllt. Trotz seiner Komplexität ist **printCRM** flexibel und intuitiv zu bedienen“, freut sich Frank Henke, CRM-Projektleiter beim Medienhaus Lensing.

In den verschiedenen Verlagsstandorten arbeiten heute

mehr als 120 Mitarbeiter in den Bereichen Anzeigen- und Beilagenverkauf mit dem CRM-System. Das Medienhaus verfügt über mehr als 120.000 gewerbliche Kundenadressen in **printCRM**.

#### Daten zusammenführen

Mit der **printCRM**-Einführung gelingt es dem Medienhaus seine Daten aus verschiedenen Quellen in einem System zu konsolidieren. Die verschiedenen Datenquellen führten dazu, dass zahlreiche Kunden mehrfach in den Datenbeständen vorhanden waren. „Dubletten in den Adressbeständen werden mit **printCRM** maßgeblich reduziert“, so Frank Henke.

#### Eine Datenquelle für alle

Die Adressakte von **printCRM** vereint alle Informationen rund um den Kunden einschließlich aller klassifizierenden Merkmale, Ansprechpartner, Abschlüsse und Dokumente. Die Anwender dokumentieren dort ihre Aktivitäten mit dem Kunden – von Telefo-

naten über E-Mails bis zu Reklamationen. Alle Mitarbeiter greifen auf dieselben Daten zu – damit ist für einen identischen Wissensstand gesorgt.

#### Zielgruppen definieren

Das Medienhaus klassifiziert seine Adressen umsatz- und branchenbezogen. Die Anzeigenberater kennzeichnen die Adressen mit Merkmalen, z.B. Sonderthemen oder Veranstaltungen. Die Klassifizierung ist sehr detailliert, damit bei Aktionen die Zielgruppe punktgenau bestimmt wird.

Bei jedem Kunden ist die Buchungsfrequenz für Anzeigen hinterlegt, z.B.:

- Quartalsweise
- Monatlich
- Wöchentlich

**printCRM** sendet automatisch Erinnerungen, wenn Abschlüsse auslaufen oder Termine für regelmäßige Anzeigenschaltungen näher rücken.

#### Kollektive organisieren

Die Mitarbeiter des Medienhauses Lensing bearbeiten pro Jahr mehr als 2.000 Sonderveröffentlichungen – auch Kollektive genannt. Das Kollektiv in **printCRM** zeigt alle Informationen des Verkaufsprozesses, z.B.:

- Ausgabe und Erscheinungstermin
- Umfang in Zeilen und mm
- Format
- Übersicht der zu akquirierenden Kunden
- Beteiligte Inserenten
- Buchungsstatus der Inserenten und des Kollektivs
- Kollektivbezogene Dokumente und Aufgaben
- Technische Planungsdetails

D	E	P	Datum	Bearb.	Art	Adr.-Suchname	Partner	Thema	Koll. Status	Koll. Datum
			22.11.2007	BD	Tel_Aus	ANNOS	Schadle	Bauen & Wohnen 11/2007	Verkaufsphase	31.12.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	REGENSCHNEIN	Langhans	Bauen & Wohnen 11/2007	kein Interesse	30.11.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	ZEICHEN-DIENST	Neumann	Bauen & Wohnen 11/2007	kein Interesse	30.11.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	MANAGEMENT VEHICLES	Unmuth	Bauen & Wohnen 11/2007	Auftrag	31.12.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	AUSTRIA MANAGEMENT	Mittermaier	Bauen & Wohnen 11/2007	Auftrag	30.11.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	BINGO	Schauffner	Bauen & Wohnen 11/2007	kein Interesse	31.03.2007
			20.11.2007	AD	Tel_Aus	HEIMBEDARF	Kaufmann	Bauen & Wohnen 11/2007	Auftrag	30.11.2007

Kollektiv mit Beispieldaten

Ausgabe	2007	2006	Zeitraum 06 €	07/06 %	07/06	2005
Großraum Kaiserslautern	1.838.393	2.157.921	1.787.078	2,87		2.141.050
Kombi Idar Oberstein-Balbeck	23.728	88.756	67.104	-64,64		105.547
Zweibrücken	943.159	1.056.543	857.436	10,00		1.037.633
Kombi Steinf.-Rh.	87.878	116.712	95.364	-7,85		120.246
Gesamtangabe ALS	20.455	38.539	32.664	-37,38		44.667
Großraum Koblenz	500.537	635.882	516.686	-3,13		648.328
Mainz	256.635	336.290	271.592	-5,51		312.489
Eisenach	103.851	130.284	103.552	0,29		154.688
Kaiserslautern-Nord/Ost	65.903	96.404	78.121	-15,64		100.742
Rhein-Mainanzeiger (RM)	106.231	188.853	158.716	-33,07		125.598
WIRA Trier ohne MLZ	146.261	160.680	129.169	13,23		120.747
Trierländische Volksztg	7.546	6.426	4.462	69,12		9.471
Koblenz	493.298	567.816	468.489	5,30		574.592
Stellenm. Kaiserslautern	1.634	3.487	3.135	-47,88		2.227
Edenkoben	327.093	439.019	352.738	-7,27		461.966
ALS Gesamtausg. plus	61.978	62.248	55.214	12,25		66.392

Verkaufsstatistik mit Beispieldaten

Um zielgruppengenau Adressen potentieller Inserenten einem Kollektiv zuzuordnen, nutzt das Medienhaus die Selektionen in **printCRM**. Sie selektieren z.B. nach Gartenbauunternehmen, die an einer Ausstellung teilgenommen haben oder Firmen einer Region. Ferner besteht die Möglichkeit, Adressen aus einem früheren Kollektiv zu übernehmen.

### Inserenten akquirieren

Um den Verkaufsprozess für ein Kollektiv zu starten, erzeugen die Mitarbeiter über die Selektionsfunktion für sich bzw. für das Call Center Akquise-Aufgaben. Die Aufgaben erscheinen im Aufgabenkorb des zuständigen Bearbeiters und sind automatisch mit dem Kollektiv verknüpft. Mit einem Klick rufen die Mitarbeiter aus den Aufgaben weitere Details des Kollektivs, z.B. Argumentationshilfen oder die Adressakte des Inserenten auf.

Ist die Aufgabe erledigt, dokumentieren die Bearbeiter ihre Tätigkeiten in der Adressakte. Sie erfassen den Buchungsstatus, z.B. Auftrag oder kein Interesse. Ist der Inserent unentschieden, steuern sie ihre Folge- bzw. Nachfassaktionen mit **printCRM**.

### Erfolgskontrolle

Den Buchungsstatus und alle weiteren Informationen übernimmt **printCRM** automatisch in das Kollektiv. Das CRM-System zeigt jederzeit den aktuellen Status des Kollektivs, die Anzahl und den Umfang der Buchungen sowie alle Kontakte und die noch zu erledigenden Aufgaben.

### Aufträge erfassen

Zur Anzeigen- und Auftragserfassung setzt das Medienhaus die Software Dialog der Firma Funkinform ein. **printCRM** wurde das führende Datenbanksystem.

B&R installierte eine Schnittstelle zum kaufmännischen System, so dass Kundendaten ausschließlich im CRM-System erfasst werden. Buht ein Inserent einen Auftrag, gelangen die Mitarbeiter per Knopfdruck automatisch in die Anzeigenmaske und erfassen dort den Auftrag. Nach Erscheinen der Anzeige importiert **printCRM** das Motiv und hinterlegt dieses als Aktivität in der Adressakte.

### Reklamationen abwickeln

Ist der Inserent nicht zufrieden und möchte seinen Auftrag reklamieren, bildet **printCRM** die notwendigen Prozesse ab.

Der Bearbeiter erfasst eine Aktivität vom Typ Reklamation und hinterlegt z.B. Ausgabe und Reklamationsgrund. Im Gegenzug bietet der Bearbeiter dem Inserenten eine Ersatzanzeige oder Teilgutschrift an. Daraufhin startet der Genehmigungsworkflow – **printCRM** versendet dazu entsprechende Aufgaben an die zuständigen Mitarbeiter.

### Verkaufszahlen auswerten

Über die Schnittstelle zum kaufmännischen System importiert **printCRM** Umsatzzahlen, Abschlüsse und Umfänge.

Mit nur einem Klick gelangen die Mitarbeiter zu den detaillierten Verkaufsstatistiken. Das CRM-System zeigt die Verkaufszahlen aus verschiedenen Perspektiven, z.B.:

- Auf Jahres-, Quartals- und Monatsebene
- Umfänge in mm / Zeilen
- Umsatz je Ausgabe / Rubrik
- Je Inserent
- Provisionen

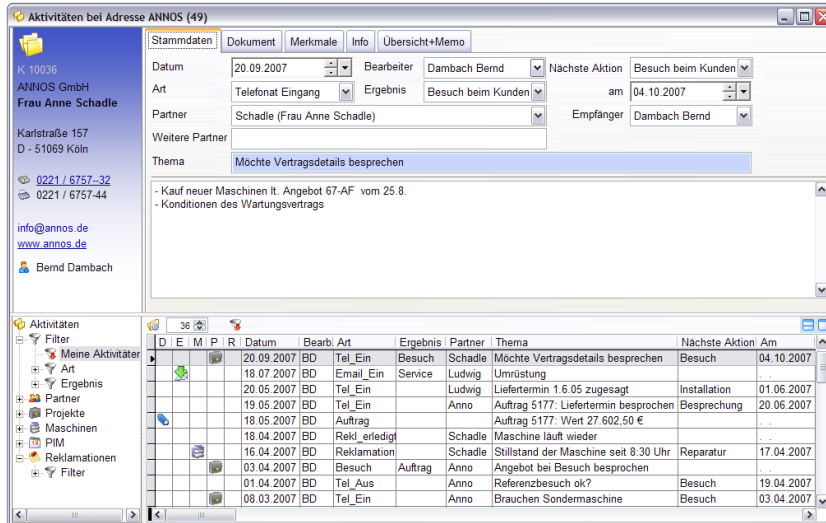
Alle Statistiken sind individuell konfigurierbar und erweiterbar. Durch vorkummulierte Zahlen ist die Auswertung auch bei großen Datenmengen schnell aufgebaut. Mit der Drill Down-Funktion gehen die Mitarbeiter den Zahlen auf den Grund – von der Übersicht bis ins Detail. Über Filter werden die Auswertungen einschränkt, z.B. für einen Zeitraum oder eine Rubrik.

### Lohnende Investition

„Mit dem Einsatz von **printCRM** haben wir unsere Prozesse deutlich vereinfacht. Die Investition hat sich für das gesamte Unternehmen gelohnt. Ständen wir noch einmal vor der Entscheidung für ein CRM-System, **printCRM** wäre wieder unsere erste Wahl“, ist Frank Henke überzeugt.

## Filter individuell einsetzen

Nutzen Sie die Möglichkeit, Einträge in den Masken zu filtern. Der Filter ist von jedem Benutzer individuell und einfach einstellbar.



von Aktivitäten filtern Sie so mit nur einem Klick Ihre Aktivitäten mit dem Kunden oder Interessenten heraus. Weitere Beispiele sind in der Aktivitätsmaske z.B. *Alle PIM-Einträge* oder *PIM-Einträge zur Aktivität*.

### Filter kombinieren

Nutzen Sie außerdem die Möglichkeit, Filter zu kombinieren. Wählen Sie z.B. Ihre Aktivitäten vom Typ Angebot mit dem Ergebnis Auftrag. Sofort zeigt Ihnen **smartCRM** die gewünschte Auswahl.

### Schluss mit Suchen

Mit den neuen Filtermöglichkeiten in **smartCRM** finden Sie Einträge jetzt noch schneller. Alle Bildschirmmasken mit Baumstruktur verfügen über die neuen Filter:

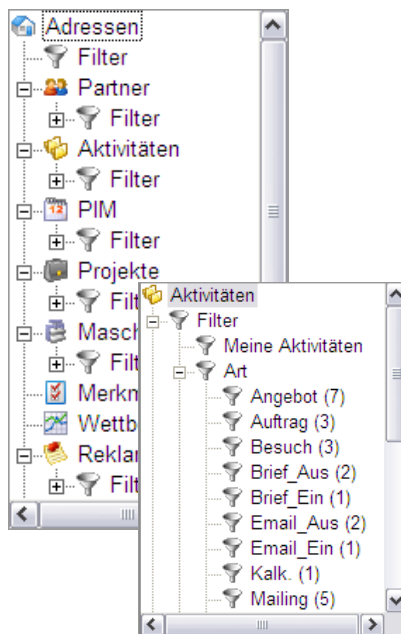
- Adressen
- Ansprechpartner
- Aktivitäten
- Projekte
- Positionen
- Maschinen
- Reklamationen

Ein Filtersymbol über der Übersicht zeigt Ihnen, dass in **smartCRM** ein Filter aktiv ist.

### Individuell einstellbar

**smartCRM** kann alle auf den Masken befindlichen Auswahllisten in den Filter übernehmen. Sie aktivieren und deaktivieren Felder für den Filter ganz einfach mit der rechten Maustaste. Jeder Benutzer ist so in der Lage, seine persönlichen Filter zu erstellen. Lassen Sie sich z.B. die Aktivitäten nach ihrer Art oder ihrem Ergebnis gefiltert darstellen.

Haben Sie eine Auswahlliste für den Filter markiert, übernimmt **smartCRM** automatisch alle



Einträge der Auswahlliste in den Filter. **smartCRM** zeigt Ihnen sogar die Anzahl der Einträge – bei Aktivitäten für den dargestellten Zeitraum – an.

### Konfigurieren Sie selbst

Darüber hinaus können Sie bzw. Ihr Systemadministrator in **smartCRM** Ihre Filtermöglichkeiten durch konfigurierbare Filter erweitern. Konfigurierbare Standardfilter sind z.B. *Meine Aktivitäten* und *Meine PIM-Einträge*. Bei einer Vielzahl

### Praxisbeispiel

Ein Kunde meldet sich nach drei Monaten wieder bei Ihnen, um ein Angebot zu besprechen. Da zwischenzeitlich auch Ihre Kollegen mit dem Kunden kommuniziert haben, ist das Angebot in der Aktivitätenhistorie nicht auf den ersten Blick erkennbar. Um es schnell zu finden, setzen Sie die Filter von **smartCRM** ein. Filtern Sie dazu z.B. die Aktivitätenhistorie nach Ihren Aktivitäten. Zeigt die Auswahl das zu besprechende Angebot nicht auf den ersten Blick, hilft die Kombination mit weiteren Filtern. Selektieren Sie die angezeigten Aktivitäten z.B. noch nach dem Typ Angebot. **smartCRM** zeigt Ihnen dann nur noch Ihre letzten Angebote.

Diese Filter sind ab der **smartCRM**-Version 4.0 bzw. 4.1 verfügbar und es gibt sie natürlich auch in **printCRM**.

### Ihre Vorteile

- Schnelleres Finden von Einträgen in Übersichten
- Pro Benutzer individuell einstellbar
- Filterkombinationen