

**CRM: In der globalen
Wirtschaftskrise für Unternehmen
eine geschäftliche Notwendigkeit**

Kurzbeschreibung

In turbulenten Zeiten ein Unternehmen auf Kurs zu halten, war nie einfach, doch die aktuelle wirtschaftliche Lage hält für Unternehmen bislang ungekannte Herausforderungen bereit. Die instinktive Reaktion ist das Einnehmen einer Abwehrhaltung, d. h. alle strategischen Projekte zurückfahren und auf bessere Zeiten hoffen. Doch ein zu starker Rückzug kann sich langfristig sogar als nachteiliger erweisen. Diese turbulenten Zeiten bieten neue Chancen für Unternehmen, die klug in Informationstechnologien investieren. In diesem Whitepaper wird untersucht, wie Sage gegenwärtig mit kleinen und mittleren Unternehmen wie Ihrem zusammenarbeitet, um über den Einsatz von Customer Relationship Management-Software (CRM) trotz Wirtschaftskrise für Umsatz und Wachstum zu sorgen. Mit CRM können Unternehmen (1.) in diesen schwierigen Zeiten ihren Kunden einen besonderen persönlichen Service bieten, (2.) durch stark fokussierte Geschäftsentwicklungsprogramme ihren Kundenumsatz steigern, (3.) die Reichweite und Effektivität neuer Geschäftsprogramme erhöhen und (4.) für signifikante Kosteneinsparungen und fortlaufende Produktivitätssteigerungen sorgen.

Einführung

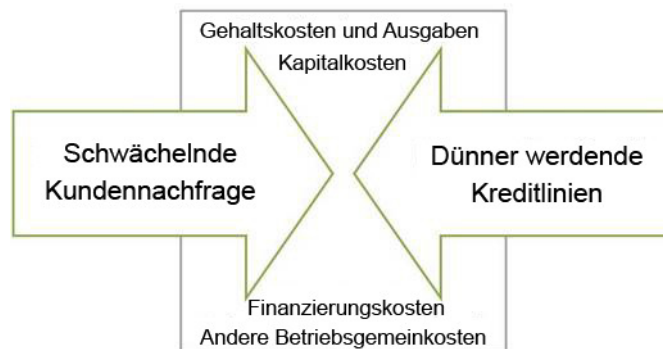
Die globale Wirtschaftskrise hat sich rasch, einschneidend und weitreichend auf alle Branchen ausgewirkt. Doch während tagtäglich diskutiert wird, wann es zu einer Erholung kommt, bleibt eines gewiss: Unternehmen machen die schlimmste Rezession seit mehreren Jahrzehnten durch. Die nächsten Schritte, die sie in den kommenden Monaten ergreifen, werden über ihr Schicksal bestimmen. Zwangsläufig wird es Gewinner und Verlierer geben, wobei die Entscheidung über Erfolg oder Scheitern äußerst knapp ausfallen wird.

„Wir durchleben gerade eine außergewöhnliche Phase. Es ist eine Zeit der Krise und beispielloser Ungewissheit, ja Angst, aber auch eine Zeit für Chancen auf Veränderungen und tiefgreifenden Wandel.“

Klaus Schwab, Präsident des Weltwirtschaftsforums, 2009

Die Herausforderung für kleine und mittlere Unternehmen

Die globale Krise hat in den letzten sechs Monaten zu einem drastischen Anstieg der Firmenpleiten geführt, wovon kleine und mittlere Unternehmen am stärksten betroffen waren. Im Gegensatz zu größeren Unternehmen, bei denen größere Rücklagen in der Bilanz für einen gewissen Schutz sorgen, hat sich bei kleinen und mittleren Unternehmen als Folge der schwächelnden Kundennachfrage und dünner werdender Kreditlinien eine rasche Verschlechterung des Cashflows ergeben.



Unternehmen haben sich rasch mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln auf die Kürzung von Ausgaben verlegt und Aktivitäten eingeschränkt oder eingestellt, die kurzfristig weder den Umsatz noch den Gewinn steigern. Wenngleich verständlich, führt eine reine Senkung der Kosten aber nicht dazu, dass ein Unternehmen sicher durch die Krise steuert. Unternehmen müssen auch prüfen, wie sie sich Erlöse und Rentabilität sichern können, insbesondere innerhalb ihres eigenen Kundenstamms. Andernfalls verzögern sie nur das Unvermeidliche: weitere schmerzhaft Kostensenkungen und die überaus reale Möglichkeit, unumkehrbar ins Aus zu schlittern.



Welche Möglichkeiten gibt es?

Kosten senken und gleichzeitig für Wachstum sorgen ist eine erhebliche Aufgabe in guten Zeiten, doch in einer Krise scheinbar fast nicht zu bewerkstelligen. Um diese Ziele trotzdem zu erreichen, benötigen kleine und mittlere Unternehmen praktische Lösungen zur Steigerung der Produktivität und Effektivität in allen ihren Betriebsabläufen.

Unternehmen wie das Ihre wenden sich immer stärker betriebswirtschaftlicher Software und insbesondere CRM-Anwendungen zu, um für die betrieblichen Verbesserungen zu sorgen, die erforderlich sind, um die Krise zu überstehen und gestärkt aus ihr hervorzugehen. Durch die Optimierung umsatzgenerierender Aktivitäten bei gleichzeitiger Reduzierung der Betriebskosten ist CRM besonders gut geeignet, Sie in Zeiten großer wirtschaftlicher Herausforderungen zu unterstützen.

Gründe für CRM

Zu allererst hilft CRM Ihnen, sich die Ihrem vorhandenen Kundenstamm generierten Erlöse zu sichern, indem gewährleistet wird, dass Sie einen außergewöhnlichen Service leisten und sich trotz des gestiegenen Kostendrucks die Loyalität ihrer Kunden sichern. Darüber hinaus ermöglicht CRM durch die Bereitstellung detaillierter Informationen zu Ihren Kunden das Erkennen bislang unerkannter Chancen zum Vertrieb ergänzender Produkte und Services. Sie können diese Chancen nutzen und Ihre Erlöse proaktiv mittels stark fokussierter Geschäftsentwicklungsprogramme erhöhen, bei denen die sporadische Interaktion durch echtes kontinuierliches Kundenmanagement ersetzt wird. Mit CRM können Sie Ihren Kunden in diesen harten Zeiten durchgängig einen besonderen persönlichen Service bieten.

Vorhandenen Kunden mehr zu verkaufen, mag in der Rezession erste Priorität haben, doch die wichtige Aufgabe der Akquise von Neukunden darf nicht übersehen werden. Ohne wachsende Kundenzahlen läuft jedes Unternehmen mittelfristig Gefahr, seine Ertragsbasis zu schwächen. Neuen potenziellen Kunden etwas zu verkaufen, ist jedoch nach allgemeiner Ansicht fünf bis zehn Mal aufwändiger als Umsätze bei vorhandenen Kunden zu erzielen. Deshalb ist eine Optimierung der Vertriebs- und Marketingeffizienz zur Steigerung Ihrer Kundenzahlen in der Krise besonders wichtig ist. CRM und die neueste Generation von CRM-Produkten von Unternehmen wie Sage im Besonderen spielen in dieser Hinsicht eine wichtige Rolle. In Zeiten wirtschaftlichen Abschwungs ermöglichen Ihnen CRM-Lösungen die Steigerung der Reichweite und Effektivität neuer Vertriebs- und Marketingprogramme, und zwar mittels fortlaufender Prozessverbesserungen, Produktivitätssteigerungen und signifikanter Kosteneinsparungen.

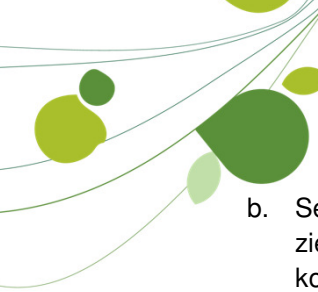
Bei schwacher Konjunktur ermöglicht Ihnen CRM Folgendes:

1. Steigern des Erlösanteils des vorhandenen Kundenstamms

- a. Machen Sie sich mit den realen Chancen zum Cross- und Up-Selling bei jedem einzelnen Ihrer Kunden vertraut, um die Rentabilität jeder Kundenbeziehung zu maximieren.
- b. Senken Sie drastisch Ihre Kosten pro Interessenten, indem Sie Ihre Marketingkommunikation so zielgerichtet wie möglich auf bestimmte Kunden bzw. Kundensegmente konzentrieren.
- c. Senken Sie den Zeit- und Kostenaufwand zum Beheben von Serviceproblemen, ohne Ihr besonderes Serviceklima zu gefährden, aufgrund dessen Ihnen Ihre Kunden treu bleiben.
- d. Steigern Sie dezentral die Produktivität und Effektivität Ihrer Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt unter Beibehaltung der zentralen Kontrolle über das Personal-, Leistungs- und Budgetmanagement.

2. Aufbauen neuer Geschäftsbeziehungen zu im Vergleich zu früher weitaus niedrigeren Vertriebskosten

- a. Senken Sie Ihre Vertriebskosten, indem Sie stets sicherstellen, dass sich Ihr Vertriebsteam auf die Verkaufschancen konzentriert, die am ehesten zu einem Abschluss führen.

- 
- b. Senken Sie drastisch Ihre Kosten pro Interessenten, indem Sie Ihre Marketingkommunikation so zielgerichtet wie möglich auf bestimmte potenzielle Kunden bzw. Kundensegmente konzentrieren.
 - c. Führen Sie eine Erfolgskontrolle im Marketing ein, um sicherzustellen, dass jeder für das Marketing ausgegebene Euro die entsprechende Rendite abwirft.
 - d. Stellen Sie sicher, dass einheitliche Prozesse befolgt werden, und zwar mithilfe eindeutiger Leistungsindikatoren, die zuverlässig für Disziplin und eine bessere Berechenbarkeit der Leistung von Vertriebs- und Servicemitarbeitern sorgen.
 - e. Lagern Sie Verwaltungsaufgaben aus Ihrem Unternehmen aus, sodass weniger Papierkram, Fehler und sich wiederholende Aufgaben bei geringeren Kosten anfallen.
 - f. Steigern Sie dezentral die Produktivität und Effektivität Ihrer Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt unter Beibehaltung der zentralen Kontrolle über das Personal-, Leistungs- und Budgetmanagement.

Warum jetzt?

Ihre Kunden und potenziellen Kunden sehen sich einem identischen Kostendruck gegenüber, weshalb sie ihre Kaufmuster entsprechend angepasst haben. Vielfach sind die Ausgaben niedriger als zuvor. Doch auf jeden Fall sind sie auf einen noch höheren Gegenwert für ihr Geld aus und weitaus kritischer, was potenzielle Beschaffungen und Lieferanten angeht. Aus diesem Grund müssen Sie sich weitaus mehr anstrengen, um mit ihnen in der Rezession ins Geschäft zu kommen. Diese Herausforderung und die Tatsache, dass unwirtschaftliches Handeln bei weiterem Voranschreiten der Krise deutlicher zu Tage tritt, bedeuten, dass Unternehmen mit jedem Monat einem signifikanten und wachsenden geschäftlichen Druck ausgesetzt sind.

Einer der größten potenziellen Fehler, den ein Unternehmen im Moment begehen kann, ist das Fortsetzen einer „Business as usual“-Mentalität angesichts der außergewöhnlichen wirtschaftlichen Umstände. Die Kosten des Nichtstuns sind demzufolge beträchtlich. In der folgenden Tabelle werden anhand verschiedener praktischer Beispiele die potenziellen Kosten des Untätigseins hervorgehoben. Ferner werden einige der zugrunde liegenden Probleme, von denen ein Unternehmen wie das Ihre betroffen sein kann, und die Möglichkeiten untersucht, wie CRM bei der Bewältigung helfen kann.

Die Kosten des Nichtstuns - Beispiele

- Ein leitender Vertriebsmitarbeiter verbringt sechs Wochen damit, einen Abschluss im Wert von € 50.000 mit einem Neukunden unter Dach und Fach zu bringen, anstatt einen ähnlichen Abschluss in zwei Wochen bei einem Bestandskunden zu erreichen [Opportunitätskosten = € 100.000]
- Ein leitender Vertriebsmitarbeiter mit einem Jahresgrundgehalt von € 80.000 verbringt 10 Stunden pro Woche mit Vertriebsadministration [€ 20.000 direkte Gehaltskosten pro Jahr]
- Ein leitender Vertriebsmitarbeiter konzentriert sich ausschließlich auf eine große, aber wenig vielversprechende Verkaufschance im Wert von € 500.000, anstatt drei vielversprechende Abschlüsse im Wert von je € 60.000 zu verfolgen [€ 180.000 Opportunitätskosten]
- Bei einem Unternehmen mit 400 Kunden mit jährlichen Serviceverträgen im Wert von € 10.000 führt eine 30 %-ige Verlängerung der Wartezeit bei einem Anruf dazu, dass 15 % der Serviceverträge im darauffolgenden Jahr nicht verlängert werden [€ 600.000 an entgangenen Einnahmen]
- Bei einem Unternehmen könnten 25 % der Kunden-Support-Anliegen (entspricht der Arbeit zweier Vollzeitkräfte mit einem Jahreseinkommen von je € 25.000) auf Self-Service-Basis über das Internet abgewickelt werden [€ 50.000 direkte Gehaltskosten]
- Bei einem Unternehmen, bei dem ein durchschnittlicher Abschluss einen Wert von € 35.000 hat und das Vertriebsteam bei jedem fünften Interessenten einen Abschluss schafft, führt eine durch herkömmliche Marketingaktivitäten generierte Nachfrage, die niedriger als erwartet ist, zu einer 30 %-igen Reduzierung eingehender Vertriebsanfragen von 80 pro Monat auf nur 56 [€ 2,02 Mio. entgangene Einnahmen im Verlauf des Jahres]



Verantwortliche Probleme	Wie CRM helfen kann
<ul style="list-style-type: none">• Schwierigkeiten beim Erkennen vielversprechender Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten im aktuellen Kundenstamm• Geringere Erträge aus herkömmlichen Marketingaktivitäten und weniger Interessenten• Niedrige Umwandlungsrate von Interessent in Verkaufschance• Weniger Verkaufschancen in der Pipeline• Zu hoher Zeitaufwand für wenig vielversprechende Verkaufschancen• Niedrigere Abschlussquoten• Unpräzise Forecasts• Zu hoher Zeitaufwand für Administration• Wenig Transparenz bei der Echtzeitleistung von Vertrieb, Marketing und Kundenservice• Mängel im Kundenservice• Probleme beim Bestimmen, welche Geschäftsbereiche wachsen/nachlassen, und dem entsprechenden Festlegen von Schwerpunkten	<ul style="list-style-type: none">• Ermöglicht die Erkennung und Nutzung zusätzlicher Umsatzmöglichkeiten in Ihrem vorhandenen Kundenstamm• Gewährleistet, dass Ihre Vertriebs-, Marketing- und Kundenservicekräfte sich maximal einbringen können• Senkt Ihre Opportunitätskosten• Senkt Ihre Vertriebskosten• Senkt die Marketingkosten zum Generieren von Interessenten• Stellt sicher, dass Service Level Agreements mit Kunden eingehalten werden• Senkt die Administrationskosten• Schützt Ihre Nettomarge• Schützt und fördert das Erlöswachstum• Ermöglicht das Ausmachen von Problemursachen und Ergreifen korrigierender Maßnahmen• Reduziert das Potenzial von Kundenabwanderungen• Stellt sicher, dass Ihre Investitionen im Einklang mit der Erlösentwicklung sind• Bereitet Sie auf die wirtschaftliche Erholung vor

Bei schwacher Konjunktur darf CRM nicht als eine beliebige Initiative angesehen werden, sondern ist mittlerweile ein geschäftliches und finanzielles Muss für alle kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Als Softwareausrüster und Berater von über 5,8 Mio. KMU-Kunden weltweit hat Sage genau im Blick, wie CRM-Software Unternehmen wie Ihrem geholfen hat, diese Probleme in den Griff zu bekommen.

Wie Sage CRM Solutions Ihrem Unternehmen helfen kann

Senken der Kosten und Steigern der Produktivität in Ihrem Vertriebsbereich

Sage CRM Solutions ermöglichen Unternehmen auch bei einem wirtschaftlichen Abschwung einen effektiveren und effizienteren Vertrieb. Leitende Vertriebsmitarbeiter verfügen über einen einzelnen zentralen Zugriff auf Kalender, Kunden, Berichte, Pipeline-Management, Kontakte und Anruflisten, was sicherstellt, dass sie pro Arbeitsstunde mehr Erlös generieren. Benutzerfreundliche Analysewerkzeuge helfen Ihrem Vertriebsteam beim Erkennen bislang unerkannter Verkaufschancen in Ihrer Kundendatenbank und dem anschließenden Ausarbeiten von Cross- und Up-Selling-Angeboten. Automatisierte Tools für das Workflow- und Pipeline-Management machen Papierkram überflüssig und sorgen dafür, dass Vertriebsteams ihre Vertriebsprozesse optimieren und unternehmensspezifische Vertriebsphasen einhalten. Dies bedeutet, dass Verkaufschancen so schnell und effizient wie möglich abgearbeitet werden. Cockpits und Berichte bieten leitenden Vertriebskräften und Managern jederzeit übersichtliche Informationen zur Vertriebsleistung. Durch die Integration mit Back-Office-Anwendungen (zum Beispiel der Office Line oder Classic Line) erhalten Vertriebsmitarbeiter mit Zugriff auf finanz- und nicht finanzbezogene Daten eine 360-Grad-Sicht auf ihre Kunden. Informationen und Funktionen können über gehostete Dienste mühelos hinzugefügt werden, sodass die Benutzer besser informiert noch produktiver arbeiten können. Über mobile und Offline-Lösungen erhalten Vertriebsteams Zugriff auf Informationen und Services, die sie zum effektiven Erledigen ihrer Aufgaben benötigen, und zwar unabhängig von Standort, Gerät oder Verbindung. Dies stellt sicher, dass sie sowohl im Außendienst als auch im Büro gleich produktiv sind.



Ihrem Vertrieb ermöglicht Sage CRM Solutions Folgendes:

- Maximieren von Cross- und Up-selling-Möglichkeiten
- Verbessern der Teamarbeit bei Verkaufschancen
- Verbessern der Anvisierung potenzieller Kunden
- Steigern des Ertrags pro Verkaufschance und Kunde
- Transparenz durch Vertriebsleistungsindikatoren (in Echtzeit)
- Verbessern von Erfolgsquoten
- Verkürzen von Vertriebszyklen
- Senken der Vertriebsschulungskosten
- Beseitigen duplizierter Vertriebsprozesse
- Verkürzen des Zeitaufwands für administrative Aufgaben
- Verringern der Abweichung bei Vertriebsforecasts
- Beseitigen uneinheitlicher Vertriebspraktiken

Senken der Kosten und Steigern der Produktivität in Ihrem Marketingbereich

In der Krise verlangen Käufer einen noch höheren Gegenwert für ihr Geld und sind noch anspruchsvoller bei den Produkten und Services, die sie erwerben. Sage CRM Solutions ermöglicht Ihnen, ein tiefes Verständnis der Bedürfnisse Ihrer Kunden zu entwickeln, sodass Sie ein maßgeschneidertes Angebot entwerfen können, das ihnen über ihre bevorzugten Marketingkanäle übermittelt werden kann. Sage CRM Solutions bietet effektive Steuerinstrumente zum Überwachen des Marketingbudgets und ermöglicht das Berechnen der direkten Erlöse pro Kampagne. In einer wirtschaftlichen Schwächeperiode überleben nur die Unternehmen, deren Marketingbotschaften und -aktivitäten zielgerichtet, überzeugend und zeitgerecht sind. Sage CRM Solutions verbessern die Qualität von Interessenten und sorgen für höhere Abschlussquoten. Das Marketingteam kann gewonnene Kundeninformationen nutzen, um Kundenbindungsprogramme sowie ein Lebenszyklus-Management für das Cross- und Up-selling zu entwickeln. Marketinganalysen und -berichte gewährleisten kontinuierliche Erfolgskontrolle in allen Phasen des Zyklus, was bedeutet, dass die Rendite von Marketingprogramminvestitionen mühelos berechnet und das Marketingbudget jederzeit optimiert werden kann.

Ihrem Marketing ermöglicht Sage CRM Solutions Folgendes:

- Effektivere und effizientere Planung von Marketingprogrammen
- Erhöhen von Kampagnenreaktionsquoten
- Präzise Messung der Rendite von Investitionen in Marketingkampagnen
- Sicherstellen, dass Kunden und potenzielle Kunden die gewünschte Marketingbotschaft zum rechten Zeitpunkt erhalten
- Reduzieren des Administrationsaufwands für das Marketing und Ermöglichen der Nachverfolgung und Verwaltung des Marketingbudgets
- Senken der Kosten pro akquiriertem Kunden
- Verkürzen der Vorbereitungszeiten von Marketingkampagnen
- Senken der Kosten pro Interessenten

Senken der Kosten und Steigern der Produktivität in Ihrem Kundenservicebereich

Mit Sage CRM Solutions kann Ihr Unternehmen ein internetbasiertes Self-Service-Portal für Kunden schnell und wirtschaftlich einrichten. Im Portal können die Benutzer zeit- und ortsunabhängig ihre Informationsanforderungen erfüllen, Daten nachverfolgen und das System aktualisieren, ohne dass Hilfe seitens des Kundenservice erforderlich ist. Darüber hinaus können Sie die Synchronisierung zwischen Ihren Kundenservice Mitarbeitern und Kunden maximieren, um dafür zu sorgen, dass Tickets zeitgerecht und in Übereinstimmung mit Service Level Agreements (SLAs) bearbeitet werden. Wissensdatenbankfunktionen erleichtern die Erfassung von Lösungen bestimmter Probleme, die ggf. mit der Zeit erneut auftreten, sodass sichergestellt ist, dass die Mitarbeiter für dasselbe Problem bereits eine Lösung haben. Berichte und Cockpits erlauben eine detaillierte Analyse von Kennzahlen, z. B. Anrufaufkommen, Ticket-Lösungszeiten, Kommunikationsvorgänge, Statistiken von Nachfassaktionen und Eskalationen, sodass die Geschäftsführung den Nutzen der Mitarbeiter für das Unternehmen und seine Kunden quantifizieren kann.



Ihrem Kundenservice ermöglicht Sage CRM Solutions Folgendes:

- Bereitstellen eines internetbasierten Self-Service-Portals
- Steigern der Mitarbeiterproduktivität
- Verhindern, dass Probleme „unter den Teppich gekehrt werden“
- Ermöglichen, dass Servicemitarbeiter anhand der Interaktion mit Kunden weitere Interessenten registrieren
- Beschleunigen der Reaktionszeit bei Kundenserviceanfragen
- Verbessern der Kundenbindung
- Senken der Kunden-Support-Kosten
- Verkürzen der durchschnittlichen Dauer einer Problemlösung
- Verringern der Anzahl von Kunden-Tickets, die erneut geöffnet werden müssen
- Reduzieren der Anzahl von Kundenservice-Eskalationen

Optimieren der Kontrolle über das gesamte Unternehmen für Führungskräfte

Sage CRM Solutions statten Ihre Führungskräfte mit einer optimierten zentralen Kontrolle über Betriebsabläufe und Budgets aus, sodass sie diese Bereiche in schwierigen Zeiten besser im Griff behalten. Berichte und Cockpits bieten basierend auf mehreren Kriterien einen sofortigen Einblick in die Unternehmensleistung. Bereichsleiter können Forecast-Daten mithilfe umfassender Detailsuchfunktionen für die zugrunde liegenden Verkaufschancen validieren. Dank Echtzeittransparenz bei Erlös- und Budgetabweichungen können Entscheidungen basierend auf präzisen Informationen getroffen und korrigierende Maßnahmen frühzeitig dann ergriffen werden, wenn ihre Auswirkungen einen maximalen Nutzen haben. CRM ist in Ihre Back-Office-Anwendungen integriert und bietet eine vollständige Sicht auf das Unternehmen sowie optimierte allumfassende Managementfunktionen.

Ihren Führungskräfte ermöglicht Sage CRM Solutions Folgendes:


- Erhöhtes Umsatzwachstum
- Höhere Rentabilität
- Bessere Unterstützung beim Treffen strategischer Entscheidungen
- Management der Unternehmensleistung in Echtzeit
- Steigern der Produktivität im gesamten Unternehmen
- Verbessern des Unternehmenswerts
- Verringern der Margenerosion
- Senken der Vertriebskosten
- Reduzieren der Kundenabwanderung
- Senken der Administrationskosten
- Beseitigen von Prozessengpässen
- Verringern von Budgetabweichungen
- Verringern von Leistungsabweichungen

Gründe für CRM

Im Gegensatz zu anderen Unternehmen in unserer Branche hat sich Sage in den letzten 28 Jahren ausschließlich auf die Anforderungen kleiner und mittlerer Unternehmen an betriebswirtschaftliche Software konzentriert. Mit aktuell über 5,8 Mio. KMU-Kunden weltweit ist Sage als Marktführer in diesem wichtigen Segment global anerkannt.

Auch in früheren wirtschaftlichen Krisenzeiten haben wir eng mit unseren Kunden zusammengearbeitet, und wir stellen ihnen auch weiterhin unsere Beratungskompetenz und marktführende Software zur Verfügung, damit sie die Herausforderungen von heute meistern. Sage berücksichtigt die Individualität jedes Unternehmens und bietet daher eine ganze Familie von CRM-Anwendungen an, um Unternehmen aller Art und ihren Anforderungen gerecht zu werden. Sage CRM Solutions ist ein Portfolio aus den marktführenden Anwendungen ACT!, Sage CRM und Sage SalesLogix. Sage CRM Solutions werden mit einer Vielfalt wettbewerbsfähiger Preisoptionen auch Ihrem Budget entsprechend angeboten.

Sage CRM Solutions können erworben und lokal in Ihren Büros installiert oder als von Sage über das Internet gehosteter Service genutzt werden. Wir bieten zudem verschiedene Finanzierungsoptionen, damit Sie Ihre Investitionskosten auf einen Ihnen genehmen Zeitraum verteilen können.



Eine der größten Stärken und ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb von Sage ist schließlich unser globales Netz mit über 30.000 von Sage zertifizierten Geschäftspartnern zur Bereitstellung einer beispiellosen Geschäftsanwendungskompetenz und Vor-Ort-Betreuung. So ist sichergestellt, dass Sie stets mit einem Experten persönlich sprechen und eine maximale Rendite aus Ihrer CRM-Investition ziehen können.

Sage – Der feine Unterschied

- Weltweit führender Anbieter betriebswirtschaftlicher Software für KMU
- Führender Anbieter von CRM-Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen
- Über 5,8 Mio. Kunden
- Über 14.500 Mitarbeiter
- Über 30.000 Sage-zertifizierte Partner mit dem Spezialgebiet betriebswirtschaftliche Software
- Niederlassungen in 26 Ländern
- Beziehungen zu über 40.000 Buchhaltungsfirmen
- 28 Jahre Erfahrung

Nächste Schritte

Informieren Sie sich bei einem unserer Business Partner über die Möglichkeiten, die Sage CRM Solutions bieten, Ihr Unternehmen sicher durch wirtschaftlich schwierige Zeiten zu steuern.

Eine Übersicht über die einzelnen Produkte der Sage CRM Solutions und deren Funktionen finden Sie unter <http://www.sage.de/whitepapercrm>. Gerne stehen wir Ihnen auch telefonisch unter 069 50007 - 6333 zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Sage Asien (Bereichsniederlassung)

210 Middle Road
IOI Plaza #06-04
Singapore 188994
+65 6336 6118

www.sageasiapc.com

Sage Australien/Neuseeland

Suite 5, Ground Floor, 23-27
Scarborough Beach Rd Scarborough
6019
Western Australia
+61 8 9245 0600

www.sagesoftware.com.au

Sage Österreich

Business Software GmbH
Primoschgasse 3, A-9020 Klagenfurt
+43 (0) 463 3843-0

www.sage.at

Sage Belgien/Luxemburg

Sage Bob Software
Excelsiorlaan 3
1930 Zaventem, Belgium
+32 070 22 21 20

www.sage.be

Sage China

Suite 2605 Liu Lin Tower
No. 1 Huaihai Zhong Rd
Shanghai 200021
+86 21 6385 0097

www.sagechina.cn

Sage Frankreich

10 Rue Fructidor
75834 Paris, Cedex 17
France
+33 (0)825 825 603

www.sagecrm.fr

Sage Deutschland

Sage Software GmbH & Co. KG
Emil-von-Behring Str. 8-14
60439 Frankfurt am Main
Deutschland
+49 (0)69 500076300

www.sage.de

Sage Indien

100, Okhla Industrial Estate Phase-III
1st Floor
New Delhi -110020
+91 11 40712488

www.sagesoftware.co.in

Sage Irland

3096 Lake Park Drive
Citywest Business Park
Dublin 24
Ireland
+353 1800 255300

www.sage.ie

Sage Naher Osten

Office No. 211, Building 12
P O Box 500198
Dubai Internet City, Dubai
UNITED ARAB EMIRATES
+971 (4) 3900180

www.me.sage.com

Sage Nordamerika

56 Technology Drive, Irvine California
92618-2301
+1 866 996 7243

www.sagenorthamerica.com

Sage Polen

Sage Symfonia ul Berna 89
01-233 Warschau, Polen
+48 (0) 22 455 56 00

www.symfonia.pl

Sage Portugal

Edifício Olympus II
Av.D.Afonso Henriques, 1462-2
4450-013 Matosinhos
+351 22 120 24 00

www.sage.pt

Sage Südafrika

Softline
Softline Technology Park
102 Western Services Road
Gallo Manor Ext 6, 2191
South Africa
+27 11 304 1000

www.softline.co.za

Sage Spanien

SP Grupo Sage S.A
Calle Labastida, 10-12
28034 Madrid
España
+34 91 837 35 05

www.sagecrm.es

Sage Schweiz

Sage Schweiz AG
Oberneuhofstrasse 3
CH 6340 Baar
Schweiz
+41 41 769 68 68

www.sageschweiz.ch

Sage Großbritannien

North Park
Newcastle Upon Tyne
NE13 9AA
+44 (0)800 44 77 77

www.sage.co.uk

Informationen zu Sage CRM Solutions

Sage CRM Solutions ist ein Portfolio aus den marktführenden Anwendungen ACT! by Sage, Sage CRM und Sage SalesLogix. Weltweit bauen über 63.500 Unternehmen und 3,1 Millionen Benutzer bei der Entwicklung rentabler, langfristiger Geschäftsbeziehungen auf Sage CRM Solutions.

Ihr betreuender Business Partner

©2009 Sage Software, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Sage, Sage Software, die Sage Software-Logos und die genannten Sage Software-Produkt- und Servicennamen sind eingetragene Warenzeichen bzw. Warenzeichen von Sage Software, Inc. bzw. seiner verbundenen Unternehmen. Alle anderen Warenzeichen sind Eigentum der entsprechenden Rechteinhaber.