

# Maximieren Sie Ihr Wissen über Kunden zum Erreichen Ihrer Ziele

*Wie Ihre Organisation durch die unternehmensspezifische Verwaltung von Rückmeldungen profitieren kann*



---

## Inhalt

- 1 Zusammenfassung
  - 2 Durch EFM werden Kundeninformationen zu einem unternehmerischen Wert
  - 3 EFM bietet viele Vorteile
  - 5 Anwendungen von EFM
  - 8 Die EFM-Lösung von IBM SPSS
  - 8 Fazit
  - 9 Informationen zu IBM Business Analytics
- 

## Zusammenfassung

Rückmeldungen sind in Systemen äußerst wichtig, die vom menschlichen Körper bis hin zur Weltraumforschung reichen. Durch das Bereitstellen von Informationen, durch die Systeme kleine, regelmäßige Anpassungen vornehmen können, halten Rückmeldungen Systeme auf Kurs, ganz gleich, ob es sich dabei um das Halten der Körpertemperatur im richtigen Bereich oder das erfolgreiche Landen einer Raumsonde auf dem Mars handelt.

Rückmeldungen sind auch in „Systemen“ mit Menschen wichtig. In Firmenorganisationen beispielsweise war schon immer bekannt, wie wichtig es ist, Rückmeldungen von Kunden einzuholen. Auch in Schulen, Krankenhäusern und Behörden sind Rückmeldungen wichtig. Alle Organisationen müssen sich auf Menschen (Mitarbeiter, Führungskräfte und Geschäftspartner) verlassen, um Waren oder Dienstleistungen bei anderen Menschen (den Kunden) abliefern zu können. Um erfolgreich zu sein, müssen Organisationen sicherstellen, dass ihr Angebot den Bedürfnissen der Kunden entspricht und darüber hinaus so angeboten wird, dass deren Erwartungen erfüllt werden.

Rückmeldungen in kleinen, spezialisierten Teams mit klar definierten Rollen und Zielen einzuholen, ist verhältnismäßig einfach. Bei großen Organisationen mit weiter Verbreitung oder solchen mit komplexen Beziehungen wird dies schwieriger. Dabei sind es genau diese Organisationen, bei denen das größte Risiko besteht, vom richtigen Kurs abzukommen. Daher besteht verstärktes Interesse an Lösungen für Enterprise Feedback Management (EFM, unternehmensspezifische Verwaltung von Rückmeldungen).

Bei EFM handelt es sich um ein System zum Zusammenfassen von Erfassung, Verwaltung und Verwendung von Rückmeldungen über gesamte Organisationen hinweg. Dadurch besteht die Möglichkeit, über gezielte Programme zu Rückmeldungen oder durch Stellen von Fragen bei natürlich vorkommenden Interaktionen voll und ganz auf die Menschen einzugehen. Durch EFM erlangen Sie Wissen, mit dem die Planung gesteuert und Prozesse optimiert werden können. Ferner können Sie Kundenrückmeldungen in Ihre Transaktionsdaten und Kundeninformationen integrieren und dieses Wissen in Ihre betrieblichen Systeme einbauen.



---

## Highlights:

Bei Enterprise Feedback Management (EFM) handelt es sich um ein System zum Zusammenfassen von Erfassung, Verwaltung und Verwendung von Rückmeldungen über gesamte Organisationen hinweg, das Einblicke ermöglichen kann, um die Planung zu lenken und Prozesse zu verbessern.

---

Da mit EFM die Erfassung, Verwaltung und Verwendung von Kundeninformationen rationalisiert wird, werden dadurch alle Ressourcen von Organisationen optimiert. Zu diesen Ressourcen zählen die Arbeitszeit Ihrer Mitarbeiter, die technologische Infrastruktur und das Budget, das zum Gewinnen von und Handeln gemäß Kundeninformationen verfügbar ist. Aus diesen Gründen ist ein EFM-System eine Investition in den zukünftigen Erfolg Ihres Unternehmens. Und dabei eine Investition, die nachgewiesenermaßen eine hohe Kapitalrendite abwirft.

In diesem Dokument wird EFM definiert und die Vorteile detailliert aufgeführt, die sich bieten. Weiterhin werden verschiedene Geschäftsprobleme beschrieben, auf die Organisationen unter Verwendung von EFM bereits eingehen. Außerdem werden die Eigenschaften besprochen, auf die Ihre Organisation bei EFM-Systemen achten sollte.

Mit IBM SPSS-Technologien können Organisationen Informationen erfassen, Resultate voraussagen und agieren, um diese Resultate zu optimieren. IBM SPSS nimmt eine Spitzenposition ein, wenn es darum geht, Ihre Organisation mit einer EFM-Lösung zu versorgen. Dank unserer EFM-Lösung kann Ihre Organisation einstellungsbezogene Daten erfassen und verwalten und diese mit anderen Kundeninformationen kombinieren, um Prozessoptimierungen zu unterstützen und damit Sie Ihre Ziele erreichen.

## Durch EFM werden Kundeninformationen zu einem unternehmerischen Wert

Der Kunde ist König. Die Kosten bei der Akquise eines neuen Kunden sind um das Fünf- bis Zehnfache höher als die Kosten beim Betreuen bestehender Kunden. Treue Kunden führen zu höheren Einnahmen.

Diese und andere Aussagen zur Wichtigkeit von Kunden erschallen seit über einem Jahrzehnt wie ein Mantra in den Korridoren von Unternehmen. Auch Einrichtungen der öffentlichen Hand wie Schulen und Krankenhäuser folgen diesem Ruf. Sie wissen, dass sie ihre „Kunden“ ebenso effizient anziehen, halten und deren Bedürfnisse befriedigen müssen, wie dies bei kommerziell ausgerichteten Organisationen der Fall ist.

Da Sie sich der Bedeutung von Kundenrückmeldungen bewusst sind, wurden in Ihrer Organisation möglicherweise bereits verschiedene Lösungen implementiert, um Ihre Möglichkeit zu verbessern, Ihre Kunden zu verstehen und deren Bedürfnisse, Vorlieben und Handlungen zu antizipieren. Möglicherweise haben Sie in Systeme zum Speichern und Erstellen von Berichten von Kundentransaktionen, zum Analysieren und Erfassen von Kundendaten, in Customer Relationship Management (CRM)-Systeme und in Marktforschung investiert. Da Sie wissen, dass Mitarbeiter beim Stärken unternehmerischen Erfolgs eine entscheidende Rolle spielen, haben Sie vielleicht auch in ein Personalverwaltungssystem investiert.

---

Mit EFM können Sie Informationen zu Kunden in geschäftliche Abläufe integrieren, um eine bessere Kenntnis Ihrer Kunden zu erlangen und Prozesse zu verbessern.

---

Diese Systeme zeichnen sich zwar in ihren jeweiligen Bereichen aus, bieten aber keinen Einblick, wenn es darum geht zu ergründen, warum bestimmte Kunden spezifische Entscheidungen getroffen haben. Dafür gibt es verschiedene Gründe. Transaktionssysteme tun sich beim Aufzeichnen dessen hervor, was geschehen ist, nicht jedoch, warum es geschehen ist. Sogar CRM-Lösungen, die in der Regel beschreibende Kundendaten wie Adresse, Alter und Geschlecht umfassen, geben nicht die Meinungen, Haltungen oder Vorlieben von Kunden wieder. Und Systeme, die die Stimmung von Kunden erfassen (Notizen aus Callcentern oder Marketingumfragen), sind nicht immer mit anderen Systemen kompatibel.

Enterprise Feedback Management (EFM) schließt diese Lücke, indem es Organisationen dazu befähigt, kontinuierlich Informationen zu Meinungen, Haltungen und Vorlieben von Kunden zu erfassen. Dank EFM haben Organisationen auch eine Möglichkeit, Kundeninformationen regelmäßig in betriebliche Abläufe zu integrieren.

Durch EFM hat Ihre Organisation folgende Möglichkeiten:

- Zentralisieren der Verwaltung von Rückmeldungsinitiativen
- Gewinnen einer umfassenderen Kenntnis Ihrer Kunden
- Abklären von Kundenbedürfnissen über mehrere Kanäle hinweg
- Optimieren von Geschäftsprozessen

Beachten Sie, dass bei EFM bezüglich Kundeninformationen ein anderer Ansatz verfolgt wird, als dies bei herkömmlichen CRM-Lösungen der Fall ist. Ein EFM-System sammelt kontinuierlich Rückmeldungen von Kunden und gibt Ihnen die Möglichkeit, Wissen zu wichtigen Kundenvorlieben über Ihr gesamtes Unternehmen hinweg auf eine Weise einzusetzen, die den betrieblichen Herausforderungen entspricht, mit denen Sie sich täglich konfrontiert sehen.

---

Der Versuch, bruchstückhafte Kundeninformationen zu analysieren, kann sich für Ihr Unternehmen als kostspielig, verwirrend und ineffektiv erweisen.

---

## EFM bietet viele Vorteile

Es ist wahrscheinlich, dass in Ihrem Unternehmen nach einer Möglichkeit gesucht wurde, feste, dauerhafte Beziehungen zu Kunden aufzubauen. Möglicherweise existieren bereits verschiedene Programme und Initiativen. Was bislang fehlt, ist ein Weg, alle diese Bemühungen zu bündeln, sodass die getätigten Investitionen die erforderlichen Ergebnisse zeitigen. Genau das ist es, was EFM zu bieten vermag. Durch Implementieren eines EFM-Systems profitieren Sie von den folgenden bedeutenden Vorteilen.

### Zentralisieren der Verwaltung von Rückmeldungsinitiativen

Bei Ihrem Unternehmen gehen Rückmeldungen von externen und internen Quellen ein, die die Mitarbeiter, Lieferanten, Vertriebshändler und Geschäftspartner einschließen, die Sie beim Vermarkten Ihrer Produkte unterstützen. Das Sammeln und Verwalten von Informationen aus verschiedenen Quellen ist keine einfache Aufgabe. Es überrascht also nicht, dass Kundeninformationen in vielen Organisationen nur bruchstückhaft vorliegen.

Bruchstückhafte Kundendaten erweisen sich nicht nur als kostspielig, sondern können auch zu Verwirrungen führen und andere negative Auswirkungen auf Ihre betrieblichen Abläufe haben. Die Datenqualität ist ein Bereich, in dem Sorge herrscht: Wie soll man wissen, wo die aktuellsten und exaktesten Daten sind, wenn Kundenrückmeldungen in verschiedenen Datenbanken gespeichert werden? Auch beim Datenschutz von Kundeninformationen bestehen Bedenken: Können Sie sicher sein, dass Richtlinien zur Sicherheit und zum Datenschutz bei allen Datenbanken eingehalten werden? Darüber hinaus besteht das Risiko, dass Ihr Unternehmen Kunden verärgert oder gar gegen sich aufbringt, indem diese mehrmals um Rückmeldung oder noch schlimmer um die Art von Rückmeldung gebeten werden, die sie bereits abgegeben haben.

EFM bietet ein zentrales System, das sämtliche gesammelten Rückmeldungen erfasst und verwaltet. Dabei spielt es keine Rolle, ob diese aus externen oder internen Quellen stammen. Durch eine Konsolidierung der Verwaltung von Kundenrückmeldungen können Sie das Wissen effizient und kostengünstig erlangen, das Sie benötigen. Sie können sich sicher sein, dass Ihre Daten aktuell sind, und dass Ihr System alle Anforderungen bezüglich des Datenschutzes erfüllt.

### Gewinnen einer umfassenderen Kenntnis Ihrer Kunden

Kundenorientierte Initiativen spielen in jeder Organisation eine wesentliche Rolle. Wie in vielen anderen Organisationen auch, werden bei Ihnen möglicherweise Umfragen verwendet, um Daten zur Einstellung von Kunden zu gewinnen. In den meisten Fällen ist die Bedeutung dieser Bemühungen allerdings minimal, da die Daten lediglich sporadisch erhoben und nur gelegentlich freigegeben werden.

Nehmen wir doch einmal an, dass der Marketingvorstand Ihres Unternehmens eine Reihe von Kundenumfragen veranlasst, deren Ergebnisse aber nur in einer Datenbank gespeichert werden, auf die ausschließlich die Marketingabteilung zugreifen kann. Da die Informationen dort nicht bekannt sind, führt Ihre Kundendienstabteilung eine Umfrage zur Kundenzufriedenheit durch, in der einige Fragen enthalten sind, die die Kunden bereits beantwortet haben. In einem wiederum anderen Bereich der Organisation sammeln und speichern möglicherweise Mitarbeiter im Bereich Qualitätssicherung ihre eigenen Daten zur Haltung der Kunden.

Es zieht zwar jede Abteilung Nutzen aus den gesammelten Daten, dem Unternehmen als Ganzes entgeht aber die Chance, bedeutenden strategischen Nutzen aus diesen Aktivitäten zu gewinnen. Wenn im Gegensatz dazu die regelmäßige, zentrale Sammlung und Verwaltung von Kundenrückmeldungen zu einem Bestandteil der täglichen Geschäftspraxis gemacht werden, erlangen diese Rückmeldungen einen bedeutenden betrieblichen Wert, der Ihre Entscheidungsfindung steuern kann.

### Abklären von Kundenbedürfnissen über mehrere Kanäle hinweg

Sicherlich tritt Ihr Unternehmen über mehrere Kanäle mit Kunden in Kontakt. Beispielsweise online und über Callcenter, per Post und durch persönliche Gespräche. Möglicherweise erfassen Sie bereits Rückmeldungen von Kunden über diese verschiedenen Kanäle, sodass es unter Umständen zu Verwirrungen kam, was die Bedürfnisse und Einstellungen von Kunden betrifft. Mit einem EFM-System können Sie beim Analysieren von Kundendaten zwischen den verschiedenen Kundenkontaktpunkten unterscheiden und dennoch eine

---

Es zieht zwar jede Abteilung Nutzen aus seinen eigenen gesammelten Daten, dem Unternehmen als Ganzes entgeht aber die Chance, bedeutenden strategischen Nutzen aus diesen Aktivitäten zu gewinnen.

---

einheitliche Darstellung Ihrer Kunden erstellen. Dadurch erlangen Sie an jedem Kontaktpunkt ein besseres Verständnis Ihrer Kunden und können deren Erwartungen zuverlässiger erfüllen.

Vertriebsmitarbeiter und Callcenter-Agenten etwa wissen sofort über die Vorlieben und Vorbehalte von Kunden Bescheid und können Cross-Selling- bzw. Up-Selling-Angebote offerieren, die tendenziell eher wahrgenommen werden. Mitarbeiter in Zweigstellen oder Verkaufsstellen mit Kundenkontakt verstehen die Vorlieben ihrer Kunden besser und können ihren Erwartungen leichter nachkommen. Indem Sie über Ihre vorhandenen Systeme und Kanäle effektivere Kundeninteraktionen fördern, unterstützt EFM Ihr Unternehmen dabei, in den Genuss einer gesteigerten Zufriedenheit und Treue sowie eines optimierten Lebenszeitwerts der Kunden und somit von steigenden Erträgen zu kommen.

---

EFM hat das Potenzial, Ihnen einen Einblick zu verschaffen, den andere Systeme nicht bieten können, und die Art und Weise zu ändern, wie Ihr Unternehmen seine Geschäfte betreibt.

---

### Optimieren von Geschäftsprozessen

Der wahre Wert eines jeden neuen Ansatzes liegt in der Möglichkeit, Änderungen bei Prozessen und Verhalten herbeizuführen. EFM hat durch das Gewinnen von Erkenntnissen, die andere Systeme nicht bieten, das Potenzial, die Art und Weise zu ändern, wie Ihr Unternehmen seine Geschäfte betreibt. Allerdings steuern Sie das Tempo, mit dem eine solche Änderung vor sich geht.

So können Sie EFM beispielsweise dazu einsetzen, um eine einheitliche, kanalübergreifende Ansicht Ihrer Kunden zu gewinnen, und dann Marketingkampagnen effektiver durchzuführen. Sie können auch effiziente Funktionen zum Sammeln von Daten verwenden, um den Zyklus bei der Produktentwicklung zu verkürzen, und somit eine höhere Rate an erfolgreich angenommenen Produkten erzielen. Wenn die Abwanderung von Kunden Ihre größte Sorge ist, können Sie die Erkenntnisse über Kunden so einsetzen, dass dies positive Auswirkungen auf die Kundenbindung hat.

Sie können die Prozessänderung auswählen, die den größtmöglichen Vorteil bietet, und sich auf eine Optimierung dieses Bereichs konzentrieren. Mit dem Eintreten der Vorteile und dem anwachsenden Wissen, wie Sie den Wert Ihrer EFM-Lösung maximieren können, haben Sie dann die Möglichkeit, EFM auch in anderen Bereichen einzusetzen. Sie können Ihre EFM-Lösung auch in anderen automatisierten Systemen und Prozessen integrieren.

### Anwendungen von EFM

Unternehmen sehen sich mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. Keine davon entspricht einer anderen, aber einige sind innerhalb von Branchen und sogar branchenübergreifend sehr ähnlich. In Ihrem Unternehmen werden zum Beispiel Fragen wie die folgenden gestellt:

- Warum entscheiden sich unsere Kunden für bestimmte Produkte und lehnen andere ab?
- Wie können wir eine solide Basis wiederkehrender Kunden schaffen?
- Warum wandern unsere Kunden zu Konkurrenten ab?
- Warum herrscht bei den Mitarbeitern eine so hohe Fluktuation und wie wirkt sich das auf die Kundenzufriedenheit aus?
- Können wir hochwertigere Informationen zu Kunden bei geringeren Kosten einholen?

Im Folgenden finden Sie Informationen darüber, auf welche Weise Unternehmen wie das Ihre aktuelle Herausforderungen mithilfe von EFM angehen.

---

Dank EFM können Sie leichter bestimmte Fragen zum Verhalten von Kunden beantworten und die Bedürfnisse dieser verdeutlichen.

---

### Schaffen von Produkten, die Kunden nachfragen

Eine Weise, auf welche die EFM Unternehmen unterstützt, ist das Verdeutlichen der Bedürfnisse, Vorlieben und Handlungen von Kunden. Dadurch können Produkte effizienter entwickelt werden, die mit höherer Wahrscheinlichkeit erfolgreich angenommen werden.

Yamaha Motors Europe beispielsweise hatte den Wunsch, neue Modelle ihrer Sportmotorräder für die Kundenzielgruppe des Unternehmens zu entwickeln. Anfänglich hat das Produktentwicklungsteam Gruppendiskussionen mit möglichen Kunden in ganz Europa durchgeführt. Diese Diskussionen waren zwar äußerst informativ, die dafür notwendigen Reisen aber teuer und zeitaufwändig. Eine alternative Befragung von drei- bis viertausend Personen per Telefon erwies sich als zu kostspielig, um diese durchzuführen.

Mit einer EFM-Lösung von IBM SPSS erstellte Yamaha Motors Europe ein Internetportal, das Yamaha Design Café, um mehr darüber zu erfahren, welche Eigenschaften für Anhänger von Sportmotorrädern am wichtigsten sind. In nur zwei Wochen gewann das Designteam des Unternehmens wichtige Erkenntnisse darüber, wie Kunden ein Sportmotorrad einsetzen würden und wie viel sie dafür auszugeben bereit wären. Das Unternehmen hat diese Informationen dann mit anderen Daten kombiniert, um neue Richtungen der Produktevolution zu ermitteln und seine aktuellen Modelle wettbewerbsfähig zu halten.

### Minimieren der Abwanderungsrate von Kunden

Es gibt viele verschiedene Berührungspunkte, über die Kunden mit Unternehmen kommunizieren. Es werden zwar EFM-Lösungen anderer Hersteller angeboten, die sich ausschließlich auf die Online-Erfassung von Daten konzentrieren, mit der Lösung von IBM SPSS ist es aber möglich, Kunden über alle Kanäle hinweg einzubinden. Somit ist Ihr Unternehmen in der Lage, Entscheidungen zu treffen, die auf Daten von allen Kundentypen basieren.

So zielte eine regionale Bank unlängst darauf ab, die Kundenbindungsquote rentabler Hypothekennehmer zu steigern und zusätzliche Up-Selling- und Cross-Selling-Chancen zu schaffen. Zuvor hat die Bank Kundenrückmeldungen manuell erfasst und die Erfassung hin und wieder extern an unterschiedliche Unternehmen vergeben.

Um ihr neues Ziel zu erreichen, musste die Bank die verhaltens- transaktions- und einstellungsbezogenen Daten der Kunden besser verstehen. Die Bank entschied sich für unsere EFM-Lösung, da sie die fortwährende Erfassung von Kundenrückmeldungen über mehrere Kanäle hinweg unterstützt. Nun kann die Bank automatisch ermitteln, welche Kunden Abwanderungsgedanken hegen oder zu einem Konkurrenten wechseln möchten, und rasch reagieren. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, mit der diese Kunden gehalten werden können.



### Fördern der Zufriedenheit von Mitarbeitern

Möglicherweise setzt Ihr Unternehmen EFM auch ein, um mehr über die Haltung und Motivation von Mitarbeitern zu erfahren und so wertvolle Ideen zum Verbessern von Prozessen, Arbeitsbedingungen oder Belohnungssystemen zu gewinnen.

So war zum Beispiel ein europäischer Produzent durch eine EFM-Lösung von IBM SPSS in der Lage, bei 26 verschiedenen Produktionseinheiten einer einzigen großen Produktionsstätte auf die sozialen Belange von Mitarbeitern einzugehen. Als Folge davon wurden die Fälle von Arbeitsunfähigkeit gesenkt und die Arbeitsmoral der Mitarbeiter gestärkt, was sich in einer 55 prozentigen Abnahme bei der Abwesenheit im Vergleich zum landesweiten Branchendurchschnitt niederschlug.

### Verbessern der Verbreitung von Kundeninformationen im Unternehmen

Wenn Ihre Daten über das gesamte Unternehmen verteilt vorliegen, können Sie mit EFM Prozesse zusammenfassen und kostspielige doppelte Anstrengungen vermeiden.

So entschied sich etwa ein großes Telekommunikationsunternehmen vor kurzem für unsere EFM-Lösung, um seine Effizienz beim Erfassen von Rückmeldungen seiner über 20 Millionen Privat- und Geschäftskunden zu optimieren. Das Unternehmen konzentrierte sich auf drei Ziele: Minimierung der Kosten beim Erfassen von Kundenrückmeldungen, Vermeidung zeitlicher Verzögerungen durch Kombinieren mehrerer Quellen zu Kundenrückmeldungen und Optimierung der Nutzung von Marktforschungsagenturen.

Mit der IBM SPSS-Lösung konnte das Unternehmen ein zentrales Berichts- und Analyseportal für die Verwaltung erstellen. Dieses Portal ist in die anderen Systeme und Anwendungen des Unternehmens integriert und fungiert als SB-Online-Tool mit Kreuztabellen und Drill-Down-Funktionen. Darüber hinaus wird das Erstellen von Standardberichten automatisiert.

Als Folge davon wurden die zeitlich angemessene Verteilung von Information im gesamten Unternehmen verbessert und die mit der Datenerfassung und mit Berichtsfunktionen verbundenen Kosten mit einer Kürzung um 50 Prozent drastisch gesenkt. Auch wurden die Beziehungen des Unternehmens mit Marktforschungsagenturen verbessert, indem sich diese nun auf Services mit Mehrwert konzentrieren können und sich nicht mehr mit der Erstellung von Berichten auseinandersetzen müssen.

---

Mit einer EFM-Lösung können Sie die Abwanderungsrate von Kunden reduzieren und die Zufriedenheit von Mitarbeitern steigern.

---

## Die EFM-Lösung von IBM SPSS

Unabhängig von der Branche, in der Sie tätig sind, können Sie von einer EFM-Lösung profitieren. Unsere EFM-Lösung basiert auf jahrzehntelanger Erfahrung beim Unterstützen von Organisationen darin, Wissen aus der Umfrageforschung, aus statistischen Analysen und anderen Formen der fortgeschrittenen Datenanalyse zu ziehen.

---

Die EFM-Lösung von IBM SPSS unterstützt die fortlaufende Sammlung von einstellungsbezogenen Daten und das Erreichen strategischer Ziele – auf einfache und kostengünstige Weise.

---

Nur mit der EFM-Lösung von IBM SPSS bekommen Kunden Einblicke, mit denen geschäftliche Herausforderungen umfassend angegangen werden können. Mit dieser Lösung kann Ihr Unternehmen einen umfassenden und vollständigen Überblick über Kunden erhalten. Die Verwaltung dieses Einblicks in Informationen kann zentralisiert werden. Und Sie können die Kundeninformationen in Ihre betrieblichen Systeme integrieren, sodass diese verwendet werden können, um die tägliche Entscheidungsfindung zu stützen.

Mit der EFM-Lösung von IBM SPSS kann Ihr Unternehmen Kundeninformationen zum Herzstück Ihrer Geschäftsprozesse machen. Dadurch können Sie auf produktive, rentable und zeitlich angemessene Weise auf Ihre dringendsten geschäftlichen Herausforderungen eingehen.

Darüber hinaus kann Ihr Unternehmen mit dieser Lösung zu einem vorausschauenden Unternehmen werden. Ein vorausschauendes Unternehmen setzt Daten ein, um Entscheidungen zu lenken und zu automatisieren, damit Ziele erreicht und Ergebnisse erzielt werden. Statt nur auf geschäftliche Herausforderungen zu reagieren, wenn diese sich einstellen, antizipieren vorausschauende Unternehmen diese und haben die Möglichkeiten, diesen zu begegnen.

## Fazit

Es ist eher selten, dass Unternehmen zu wenig Rückmeldungen von den Personen erhalten, die sie beliefern oder mit denen sie Geschäfte betreiben. Allerdings ist häufig kein übergreifendes System vorhanden, um diese Rückmeldungen zu verwalten. Daher sind wertvolle Informationen in verschiedenen Datenbanken von Abteilungen oder Informationserfassungssystemen isoliert. Als Folge davon haben Führungskräfte nur einen teilweisen Überblick über Kunden oder gar ihre eigenen Mitarbeiter, was sowohl die strategische Planung als auch die tägliche taktische Entscheidungsfindung negativ beeinflusst.

---

Mithilfe der EFM-Lösung von IBM SPSS kann Ihr Unternehmen zu einem vorausschauenden Unternehmen werden: also ein Unternehmen sein, das geschäftliche Herausforderungen vor dem Entstehen oder Eskalieren antizipiert. Dadurch steigt das Vermögen Ihres Unternehmens, gesteckte Ziele zu erreichen.

---

Enterprise Feedback Management hat sich als eine Möglichkeit herausgebildet, die verschiedenen Arten an Rückmeldungen zu synchronisieren, die Unternehmen über verschiedene Abteilungen und Berührungspunkte mit Kunden hinweg sammeln. Indem Ihr Unternehmen ein System zum Zusammenfassen der Erfassung, Verwaltung und Verwendung von Rückmeldungen im gesamten Unternehmen erhält, unterstützt Sie EFM beim Ersetzen ineffizienter Informationserfassungspraktiken mit einem vereinheitlichten, rationalisierten und effektiven System.



Aufgrund von jahrzehntelanger Erfahrung im Bereich Umfrageforschung und Analysen haben wir das Fachwissen, um Ihnen eine EFM-Lösung anzubieten, die bewährterweise eine hohe Kapitalrendite abwirft. Und wenn Sie den Vorteil dieser Lösung nutzen, dass sie in Ihre vorhandenen Kundendatenbanken und betrieblichen Systeme integriert werden kann, machen Sie einen riesigen Schritt in die Richtung, ein vorausschauendes Unternehmen zu werden, also ein Unternehmen zu sein, das Daten verwendet, um proaktiv geschäftliche Herausforderungen zu antizipieren und zum entsprechenden Zeitpunkt richtig zu handeln, um seine Ziele zu erreichen.

### **Informationen zu IBM Business Analytics**

Die Software IBM Business Analytics liefert umfassende, einheitliche und korrekte Informationen, denen Entscheidungsträger zum Verbessern der Unternehmensleistung vertrauen. Ein umfassendes Portfolio aus Geschäftsvorteilen, fortgeschrittener Analytik, finanziellen Vorteilen und Strategiemangement sowie Analyseanwendungen bietet Ihnen sofort klare und umsetzbare Einblicke in die aktuelle Leistung und gibt Ihnen die Möglichkeit, zukünftige Ergebnisse vorherzusagen.

Als Teil dieses Portfolios unterstützt IBM SPSS Predictive Analytics Software Organisationen, zukünftige Ereignisse vorherzusagen und proaktiv auf Basis dieser Erkenntnisse zu handeln, um bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen. Kunden aus den Bereichen Wirtschaft, öffentlicher Verwaltung und Lehre verlassen sich weltweit auf IBM SPSS Technologie als Wettbewerbsvorteil zur Kundengewinnung, -bindung und Erhöhung der Kundenumsätze bei gleichzeitiger Betrugsreduzierung und Risikominimierung. Durch die Integration von IBM SPSS Software in ihre täglichen Prozesse werden Organisationen zur Predictive Enterprise – sie sind dadurch in der Lage Entscheidungen zu treffen und zu automatisieren, um die Geschäftsziele zu erreichen und einen messbaren Wettbewerbsvorteil zu gewinnen. Für mehr Informationen besuchen Sie bitte [www.ibm.com/spss/de](http://www.ibm.com/spss/de).



---

© Copyright IBM Corporation 2010

IBM Corporation  
Route 100  
Somers, NY 10589

Eingeschränkte Rechte für Mitarbeiter der US-Regierung – Benutzung, Duplizierung und Veröffentlichung beschränkt durch GSA ADP Schedule-Vertrag mit IBM Corp.

Hergestellt in den USA  
Mai 2010  
Alle Rechte vorbehalten

IBM, das IBM Logo, ibm.com, WebSphere, InfoSphere und Cognos sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Wenn diese oder andere eingetragene Markenbegriffe von IBM mit einem Markenzeichen (® oder TM) gekennzeichnet sind, wenn Sie zum ersten Mal in diesen Informationen vorkommen, weist dies darauf hin, dass es sich zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Informationen um in den USA eingetragene Marken oder Marken nach Gewohnheitsrecht von IBM handelt. Solche Marken können auch in anderen Ländern eingetragene Marken oder Marken nach Gewohnheitsrecht sein. Eine aktuelle Liste der Marken von IBM finden Sie im Internet unter „Copyright and trademark information“ ([www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)).

SPSS ist eine Marke von SPSS, Inc., an IBM Company, die in vielen Gerichtsbezirken weltweit eingetragen ist.

Weitere Unternehmens-, Produkt- und Servicenamen können Marken anderer Hersteller sein.



Bereiten Sie bitte auf