



CRM inklusive Business Intelligence.

cobra[®] **CRM BI**

**Analysieren. Entscheiden.
Umsetzen. Gewinnen.**

cobra[®]
computer's brainware

Welche Informationen benötigen Unternehmen, um langfristig erfolgreich zu sein?

Umsatzentwicklung. Offene Angebote. Abschlussquoten.
Welche Monate sind besonders umsatzstark und warum? **Kundenwert**
Vertriebsgebiete **Kontaktstatistik** Welche Kunden haben hohes Upselling-Potenzial?
Produktbündel Wie reagieren Frauen und Männer auf bestimmte Werbung?
Wie lange sind Verkaufszyklen bei verschiedenen Produkten? **Öffnungszeiten-Optimierung**
Bearbeitungsdauer Serviceanfragen **Wo liegen meine größten Umsatzpotenziale?**
Wie wirkt sich das Land oder die Region auf das Kaufverhalten aus?
Vertriebstrichter In welcher Vertriebsphase werden Projekte verloren? **Kundengruppen**
Gute Kampagnen - schlechte Kampagnen? **Welche Leads sind erfolgsversprechend?**
Welche Auswirkungen hat die Lebensphase des Kunden? **Leadvolumen aus Kampagnen**
Zielerreichung Gebiete, Teams und Personen **Budgeteinsatz**
Lead- und Opportunity-Funnel

Das Unternehmen

cobra GmbH Deutschland

Sitz Konstanz am Bodensee
Gründung 1985

cobra AG Schweiz

Sitz Tägerwilen am Bodensee
Gründung 1989

Kunden D, A, CH: über 18.000

Mit rund 280 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät cobra Unternehmen in allen Belangen rund um das Thema Beziehungsmanagement zu Kunden, Interessenten, Partnern, Lieferanten und mehr.

„Was du nicht messen kannst, kannst du nicht lenken.“

Peter F. Drucker, US-amerikanischer Ökonom



Jürgen Litz
Geschäftsführer cobra GmbH

„cobra CRM BI ist die erste Kundenmanagement-Lösung mit integrierter BI-Funktionalität. Im Gegensatz zu anderen CRM-Systemen unterstützt cobra CRM BI nicht nur die zielgerichtete Umsetzung von geplanten Maßnahmen und etabliert Prozesse, sondern unterstützt auch die vorgelagerten Arbeiten, die in der Zahlen-Analyse mit anschließender Konzepterarbeitung und Planung liegen. Das Highlight dabei ist der nahtlose Übergang von der Analyse und Planung in die Umsetzungsphase im CRM. Denn alles was Sie zum Handeln benötigen liegt bereits vor – in Ihrem cobra CRM-System. Das Ergebnis ist eine noch nie da gewesene Transparenz und Steuerungsmöglichkeit, die sich sofort positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt.“

cobra CRM inklusive Business Intelligence

Daten und Informationen in Unternehmen sind meist nicht nur zahlreich sondern gleichermaßen vielfältig vorhanden. Dabei geht es längst nicht mehr nur um reine Adressdaten. Vielmehr ermöglichen Interaktions- und Verhaltensdaten im Zusammenspiel mit externen Informationen – z.B. aus ERP-Systemen oder Social Media Kanälen – heute eine 360-Grad-Sicht auf Kunden und Interessenten. Ein zentrales CRM-System sorgt dabei für die perfekte Strukturierung aller Informationen. Es bildet die Basis für zielgruppenorientiertes Handeln und die Steuerung aller Aktivitäten im Kundengewinnungs- und bindungsprozess.

Die Herausforderung besteht nun aber darin, diese Vielfalt an Informationen abzubilden, messbar zu machen, in Relation zu bringen, Muster festzustellen, Chancen für Vertrieb, Marketing und Service zu erkennen und daraus

resultierende Potenziale auszuschöpfen. Mit cobra CRM BI sind Sie in der Lage jederzeit ein aktuelles Monitoring in verschiedenen Bereichen und Ebenen zu erstellen. Mithilfe des Analyse-Experten Meinert Jacobsen gelingt ein weiterer Schritt im „Baukasten Business Intelligence“: Zusammenhänge werden aufgedeckt und analysiert. Die Fragen „Warum ist etwas passiert?“ und „Was wird wahrscheinlich passieren?“ werden fokussiert.

Aufgrund der gewonnenen Informationen und Zusammenhänge planen Sie Aktionen und entscheiden sich für erfolgsversprechende Strategien. Nun beginnt ein Kreislauf, der seinen Weg über Ihr operatives Kundenbeziehungsmanagement zurücklegt. Sie analysieren, entscheiden, handeln und steuern erneut – zur ständigen Optimierung Ihrer Aktionen, Prozesse und Maßnahmen. Zielgerichtet und effizient.



cobra®
CRM BI

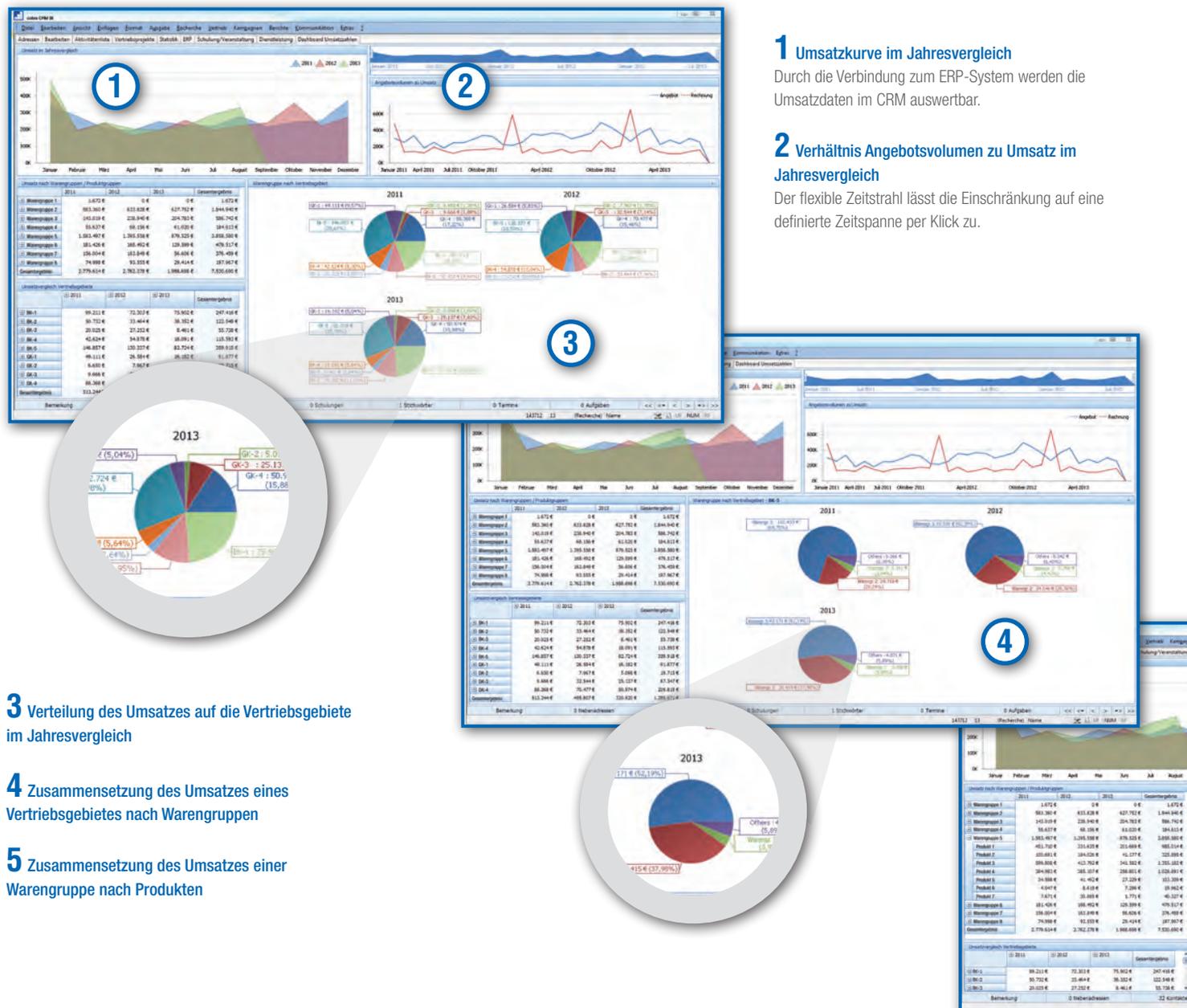
cobra liefert Flexibilität für Ihre Daten

Per Klick in Ihrem Dashboard.

Das cobra Dashboard

cobra CRM BI unterstützt Sie durch enorm flexible Möglichkeiten der Datenanalyse. Dabei werden Auswertungen, Vergleiche, Zeitreihen und vieles mehr in Form eines Dashboards dargestellt. Dieses greift auf alle vorhandenen Informationen in Ihrer cobra Datenbank oder auch externen Datenquellen zu, verdichtet die Informationen und liefert aussagekräftige Charts.

Das folgende Beispiel nimmt die Umsatzzahlen eines Unternehmens unter die Lupe. Dabei führt jeder Klick in den Teilbereich eines Diagramms eine Auswertungsebene tiefer. Ganz intuitiv erweitern oder reduzieren Sie damit den Blickwinkel Ihres Monitorings per Drill-Down auf entsprechende Gebiete, Produkte, Teams oder Themen.



1 Umsatzkurve im Jahresvergleich

Durch die Verbindung zum ERP-System werden die Umsatzzahlen im CRM auswertbar.

2 Verhältnis Angebotsvolumen zu Umsatz im Jahresvergleich

Der flexible Zeitstrahl lässt die Einschränkung auf eine definierte Zeitspanne per Klick zu.

3 Verteilung des Umsatzes auf die Vertriebsgebiete im Jahresvergleich

4 Zusammensetzung des Umsatzes eines Vertriebsgebietes nach Warengruppen

5 Zusammensetzung des Umsatzes einer Warengruppe nach Produkten

Single Source of Truth – eine Basis für Ihre Auswertungen

Mit cobra CRM BI greifen alle Unternehmensbereiche in Echtzeit auf identische Werte und Informationen zu. Welche Kennzahlen und KPIs (Key Performance Indicators) für Sie wichtig sind und welche Zusammenhänge Sie aufdecken möchten, legen Sie mit Ihrem cobra Berater in Ihrem individuellen Dashboard fest.

Unser Analyse-Experte Meinert Jacobsen unterstützt Sie zudem bei der Integration und Anreicherung externer Daten, die für Ihre Branche oder Zielgruppe relevant sind. Damit holen Sie das Maximum an Information aus Ihren Daten heraus und sind in der Lage ein aussagekräftiges Scoring auf Kunden-, Lead- oder Opportunity-Ebene in Ihrem cobra CRM-System abzubilden.

Business Intelligence. Kein Hoheitsgebiet des Controllers.

Gestalten Sie ein oder mehrere Dashboards, die Sie in Abhängigkeit Ihres Berechtigungskonzeptes für bestimmte Personen oder Gruppen verfügbar machen. Die Aufteilung nach Themen oder Auswertungsbereichen definieren Sie individuell für Ihr Unternehmen. Dabei kann es durchaus von Vorteil sein, wenn einzelne Mitarbeiter die Möglichkeit zur Selbstkontrolle oder dem internen Benchmarking mit anderen erhalten.

Tip: Ein Dashboard, das beispielsweise den Leadfunnel genauer beleuchtet, sollte allen am Prozess beteiligten Abteilungen zur Verfügung stehen. Das erleichtert die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb und schafft Klarheit bei Inhalten und Zielerreichung.

Vertriebszahlen

- Umsatz
- Abschlussquoten
- Pipeline
- Forecasts

Marketing

- Erfolgsquote
- Kampagne
- Leadquellenanalyse
- Kosten

Service

- Aktuell offene Fälle
- Häufigkeit
- Fehlerquellen
- Lösungsdauer



Mobilität für Ihre Daten

Ganz gleich, wo Sie sich gerade befinden, Ihr Dashboard nehmen Sie einfach mit. Auf Reisen, bei Außendienstseinsätzen oder zu Hause steht Ihnen cobra CRM BI über die mobile Anwendung der cobra Software mit vielen Auswertungsmöglichkeiten auch unterwegs zur Verfügung.

cobra CRM-Lösungen

Hochflexible Anwendungen für optimale Zielerreichung.

Die Datenbasis. Das A und O.

cobra bringt Struktur in Ihre Daten. In cobra führen Sie Informationen aus unterschiedlichen Quellen zusammen. Sie bereinigen Daten und bereichern sie an. Die Verbindung zu Ihrem ERP-System gibt zudem Rückschlüsse auf das Kaufverhalten Ihrer Kunden. Alle Informationen – Adressdaten, Zielgruppenmerkmale, Lebensphasen, Region, Details über Kontakte und Rückmeldungen auf Aktionen und Kampagnen u.v.m. – bilden in Ihrem cobra CRM-System das Herzstück für erfolgreiches Handeln in Vertrieb, Marketing und Service.

cobra unterstützt Vertrieb, Marketing und Service

- Vertriebsprozess mit Projektplanung und Forecast
- Ticketsystem und Servicemanagement
- Flexibles Workflowmanagement
- Mobilität per Smartphone und Tablet
- Einfache Adress-Selektionen und Verteiler
- Professionelles Veranstaltungsmanagement
- Moderne und effiziente Kommunikation über alle Kanäle
- E-Mail- und Newsletter-Management
- Termin- und Aufgabenmanagement



Warum cobra CRM Sie weiterbringt:

- Mit zielgerichteter Ansprache, passgenauen Angeboten und schnellen Reaktionszeiten begeistern Sie Kunden und Interessenten und sorgen für eine langfristige Bindung an Ihr Unternehmen.
- Abläufe in Vertrieb, Service und Marketing werden transparenter, einfacher und schaffen Freiräume für wesentliche Aufgaben.
- cobra hilft insbesondere bei der Vertriebsarbeit Potenziale zu erkennen und auszuschöpfen.
- Das bedienerfreundliche cobra CRM-System kann individuell an Ihre Strukturen angepasst werden, sorgt für motivierte Mitarbeiter, effizienten Ressourceneinsatz und zufriedene Kunden – also alle Faktoren, die für die Steigerung Ihres Unternehmenserfolges nötig sind.

Potenziale erkennen und nutzen

Der Experten-Service für cobra Kunden.

Das Wissen über Ihre Kunden ist Gold wert

Gerade in Zeiten immer vergleichbarer werdender Produkte und Dienstleistungen und knapper Budgets ist die detaillierte Kenntnis über den Kunden ein enormer Vorteil – zum einen für die perfekte Betreuung, die die Zufriedenheit und Kundenloyalität erhöht, zum anderen für die optimale Zielkundenansprache.

Big Data – Informationen zusammenführen, anreichern und nutzen

In vielen Unternehmen ist das Wissen über den Kunden auf verschiedene interne oder externe IT-Systeme verstreut. Dazu gehören Informationsanforderungen, Produktkäufe, Reklamationen genauso wie persönliche Kontakte auf Messen und Veranstaltungen oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung. Daten aus Social Media Plattformen, Nutzungsprofile im Internet oder das Klick- und Responseverhalten bei Newslettern oder Werbemails spielen zudem heute eine immer wichtigere Rolle.

Doch wie lässt sich die Vielzahl der Daten kundenbezogen zusammenfassen? Denn das Erkennen von Zusammenhängen zwischen Marketing- und Vertriebsaktionen und der Kundenreaktion ist die Voraussetzung, um Muster im Kundenverhalten zu ermitteln.

Das Experten-Team von Meinert Jacobsen führt Ihre Daten in einem so genannten Data Warehouse zusammen. Dort erfolgt die Anreicherung mit marketingrelevanten Informationen wie z.B. Branche, Unternehmensgröße, geografischen Daten, Alter, etc... Aus den gesammelten Informationen werden dann Muster erstellt, die sich für Kundensegmentierungen, Zielgruppenidentifizierung und zur Score-Erstellung nutzen lassen.



Meinert Jacobsen

Diplomstatistiker Univ. und
Analyse-Experte

„Mit der nötigen Erfahrung, dem Verständnis für Abläufe und Mechanismen in Vertrieb und Marketing sowie einer Portion Gespür und Fingerspitzengefühl ist unser Team in der Lage Zusammenhänge, Potenziale und Schwachstellen in der Wertschöpfungskette zu identifizieren. Das Einbringen der Erkenntnisse in gezielte Maßnahmen liefert in kürzester Zeit messbare Erfolge.“

Einsatzbereiche von Scoring-Modellen zur Optimierung Ihrer Maßnahmen:



Gerne unterstützt Sie unser Analyse-Experte neben der Konzeption, dem Aufbau und der Pflege Ihrer CRM-Datenbank auch bei der Planung, Durchführung und Optimierung von Neukundengewinnungs- und Vertriebsmaßnahmen.



Videoclip unter www.cobra.de/BI-Film