

**Swiss CRM Forum 2014:
SBB gewinnt Swiss CRM Innovation Award 2014
Swiss CRM Best Practice Award 2014 für CSS Gruppe**

Zürich, 12.6.2014 – Die SBB ist mit dem Swiss CRM Innovation Award 2014 ausgezeichnet worden und erntete damit die Lorbeeren für ihr neuartiges Geschäftsmodell zur Entwicklung kundenorientierter digitaler Produkte und Dienstleistungen entlang der Reisekette. Den in diesem Jahr erstmals vergebenen Swiss CRM Best Practice Award konnte die CSS Gruppe aus Luzern holen. Sie überzeugte die Fachjury mit ihrem Kundenzufriedenheitsprogramm „Fit4C“ - Fit for Customer. Die Verleihung der vom Institut für Marketing Management (IMM) an der ZHAW School of Management and Law und des Swiss CRM Forum ausgeschrieben Awards war der Höhepunkt des 14. Swiss CRM Forum in der Maag Event Halle Zürich. Unter dem Motto «CRM ohne Grenzen – Willkommen in der schönen neuen Datenwelt» präsentierten 55 Aussteller den über 1'000 Besuchern branchenübergreifende Produkte und Dienstleistungen für nachhaltiges und zukunftsweisendes Kundenbeziehungsmanagement.

Brian Rüeger, Leiter Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law und Präsident der Jury sagte anlässlich der Verleihung der beiden Awards am 11. Juni 2014: „Die bedingungslose Ausrichtung der Unternehmen an den Bedürfnissen der Kunden nimmt aktuell unglaublich innovative, kreative und überzeugende Formen an. CRM dringt in alle Unternehmensbereiche ein, sodass schlussendlich jeder Mitarbeiter den CRM Virus tragen sollte. Zusätzlich bedeutet innovatives CRM heute zwangsläufig, über neue Businessmodelle nachzudenken und bestehende Modelle in Frage zu stellen.“ „Sehr anspruchsvoll, innovativ und stets überzeugend vom Kunden her gedacht“, so bezeichnete auch Stephan Isenschmid, Geschäftsführer des Swiss CRM Forum und Jurymitglied, die Qualität der eingereichten Projekte zum Customer Relationship Management (CRM) anlässlich der Preisverleihung in Zürich.

Swiss CRM Innovation Award 2014: Neues innovatives SBB-Geschäftsmodell als Treiber für mehr und schnellere digitale Kundendienstleistungen

Die Entscheidung für die Vergabe des Swiss CRM Innovation Award 2014 an die SBB war eine klare Angelegenheit, so Rüeger. Die SBB habe die Jury begeistert mit ihrem Startup-Kooperationsmodell. Um den jährlich 366 Millionen Fahrgästen kontinuierlich neue, attraktive und mehrwertige digitale Produkte und Services anbieten zu können, arbeitet die SBB Hand in Hand mit Startup-Partnerunternehmen. Dies ermöglicht es der SBB, neue digitale Produkte in Kooperation mit Startups binnen kürzester Zeit zu testen. Die Startups ihrerseits partizipieren von der enormen Reichweite der SBB, dem starken Brand und dem Know-How Transfer, den die SBB bietet, erklärte Manuel Gerres, Head of Startup Relations in der SBB-Bewerbung. „Wir wollen einen nachhaltigen Prozess innerhalb der SBB etablieren, der es ermöglicht, sinnvoll und im Sinne unserer Kunden stetig neue und innovative Produkte und Services zu testen und aufzubauen. Die bedingt stückweit auch einen Kulturwandel, den wir aktiv vorantreiben. Kulturwandel in diesem Fall, dass wir nicht mehr alles selbst und intern aufbauen, sondern gezielt auf die Innovationskraft von Aussen und Drittunternehmen setzen, um agiler und schneller an den Markt gehen zu können“, so Gerres.

Das Urteil der Jury: „SBB zeigt, wie CRM ohne Grenzen funktioniert. Sie sprengt einerseits intern Unternehmensgrenzen zwischen CRM, Marketing und Business Development und zusätzlich auch externe Unternehmensgrenzen zu Partnerunternehmen. Im Sinne von „Reach“ und „Richness“ kombinieren sie Reichweiten- und Grössenvorteile der SBB mit Innovationsgeist und Geschwindigkeit von Jungunternehmen. Das ist mutig und innovativ.“

Swiss CRM Best Practice Award: Begeisternde Erlebnisse an allen Touchpoints für mehr Kundenzufriedenheit

Die eingereichten Cases für den Best Practice Award beeindruckten die Jury allesamt in ihrer Konsequenz und Umsetzung. Doch final überzeugte die CSS Gruppe. „Das traditionsreiche Versicherungsunternehmen mit Sitz in Luzern, 2'500 Mitarbeitenden und einem ausgewiesenen Prämienvolumen von 5,2 Milliarden Franken hat eine Herkules-Aufgabe in Angriff genommen“, fasste Rüeger die Meinung der Jury zu dem neuen Programm „Fit4C“ - Fit for Customer – der CSS zusammen, die bei stark vergleichbaren Versicherungsprodukten in einem harten Wettbewerbsumfeld agiert.

„Wir sind überzeugt, dass wir durch eine starke Forcierung der Bedürfnisorientierung und darauf ausgerichteten herausragenden Serviceleistungen die Zufriedenheit unserer Kunden massgeblich erhöhen. Dies steigert in der Konsequenz unsere Konkurrenzfähigkeit nachhaltig und stellt das angestrebte organische Kundenwachstum sicher. Die Unternehmensvision zeigt wohin wir wollen: Bis 2018 will die CSS im Bereich der Kundenzufriedenheit die beste Krankenversicherung in der Schweiz sein“, so Marco Ippolito, Leiter Markt- und Kundenmanagement in der Bewerbung um den Award. „Wer bewegen will, muss handeln: So rückt in der neuen die konsequente Ausrichtung am Kunden in den Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit. Eine ambitionierte Vision, die zielgerichtete Massnahmen zwingend erfordert.“

Die Basis dafür: Ein Kundenkontaktmanagement-Prozess für begeisternde Erlebnisse an allen Touchpoints, der organisatorisch und systemtechnisch im Unternehmen verankert ist, mit dem Ziel, Kundenzugänge über Weiterempfehlungen aktiv zu steigern und zugleich Kundenabflüsse signifikant zu reduzieren. Die im CRM-System abgebildeten Kontaktmanagementprozesse führen zu effektiveren und effizienteren Prozessen

Das Urteil der Jury: „Best Practice ist vor allem, wie es die CSS geschafft hat, eine Synthese zwischen Aussen- und Innensicht zu erreichen. Die Kundenperspektive wird über alle Kanäle integriert und das Unternehmen und die Prozesse konsequent an den Kundenbedürfnissen ausgerichtet. Ein tagesaktuelles 360° Cockpit schafft zudem Visibilität. Nicht eine künstliche Lehrbuchherangehensweise, sondern bestechender Pragmatismus und Ganzheitlichkeit sind Best Practice.“

Für die SBB nahmen Patrick Brugger, Gesamtprojektleiter SBB digital, und Ramona Bischoff, Projektleiterin der SBB AG, den Swiss CRM Innovation Award entgegen. Den Swiss CRM Best Practice Award erhielt der Leiter Markt- und Kundenmanagement der CSS Versicherung, Marco Ippolito, aus den Händen des Jury-Präsidenten Brian Rüeger. Die

beiden siegreichen Unternehmen freuten sich über eine charaktvolle Eisenplastik des Zürcher Künstlers Pascal Fehr und über einen Projektcheck für ein Pilotprojekt "Kundenwertschätzung" im Wert von CHF 2'800, gestiftet von der Firma Novadoo AG sowie über einen Barcheck in der Höhe von CHF 2'200, gestiftet vom Swiss CRM Forum.

CRM im Zeitalter von Big Data im Mittelpunkt des Swiss CRM Forum 2014

Die Award-Verleihung war der Höhepunkt des 14. Swiss CRM Forum, das Geschäftsführer Stephan Isenschmid gemeinsam mit Moderatorin Karin Frei vom Schweizer Fernsehen SRF in der Maag Event Halle eröffnet hatte. Die wachsende Bedeutung von CRM als Basis für Strategie, Innovation und unternehmerischen Erfolg war das grosse Lead-Thema der führenden Schweizer Community Veranstaltung für CRM und neues Marketing. Der rote Faden durch die hochkarätig besetzten Keynotes, Podiumsdiskussionen und Best Practice Sessions der Hauptpartner BSI Business Systems Integration AG, rbc Solutions AG, SAS Institute AG, Swisscom (Schweiz) AG und ZHAW School of Management and Law sowie der Patronatspartner Callnet.ch und Schweizer Dialogmarketing Verband (SDV) war der verantwortungsbewusste Umgang mit Big Data im Kundenbeziehungsmanagement. Mit einer deutlich grösseren und attraktiveren Ausstellungswelt als bisher und einem CRM Crowd Workshop, der die Schwarmintelligenz aller Forum-Teilnehmer abrief, setzte der Veranstalter neue Akzente am neuen Veranstaltungsort in der Maag Event Halle.

Das Swiss CRM Forum 2015 findet am 20. Mai 2015 in der Maag Event Halle statt.

(7'940 Zeichen mit Leerzeichen)

Fotos stehen Medienschaffenden zur Verfügung unter www.swisscrmforum.com

Über das Swiss CRM Forum:

Das Swiss CRM Forum ist die führende Schweizer Community Veranstaltung für CRM und neues Marketing und richtet sich an Unternehmer und Executives sowie Entscheidungsträger und Entscheidungsbeeinflusser aus den Bereichen Marketing, Verkauf, Kundendienst, Contact Center, Dialog- und Direct-Marketing, Kampagnen-Management, Social Media sowie Stellen, welche sich mit neuem und strategischem Marketing auseinandersetzen.

Zusätzlich zum Swiss CRM Forum organisiert der Swiss CRM Business Club, die exklusive Schweizer CRM Think-Tank und Networking-Plattform, jährlich 4 Executive Briefings zu aktuellen Themen oder Best Practice Projekten.

Aktuelle Informationen finden Sie auf www.swisscrmforum.com

Veranstalter:

Stephan Isenschmid
Geschäftsführer
Swiss CRM Forum
Zollikerstrasse 153
8008 Zürich
Tel +41 44 419 22 01
Fax +41 44 419 22 03
Mobile: +41 79 446 91 93
stephan.isenschmid@swisscrmforum.com
www.swisscrmforum.com

Ansprechpartner für die Presse:

Ursula Pelzl
Leiterin Kommunikation
Swiss CRM Forum
Zollikerstrasse 153
8008 Zürich
Tel +41 44 419 22 01
Fax +41 44 419 22 03
Mobile: +49 151 2525 81 43
ursula.pelzl@swisscrmforum.com
www.swisscrmforum.com

Belegexemplare/Veröffentlichungshinweise bitte an: ursula.pelzl@swisscrmforum.com