

Mannheim, 01.08.2008

## **Unabhängige Mittelstandsbefragung CRM**

### **Status Quo und Perspektiven von CRM im Mittelstand**

Wer Kundenwissen erlangen, daraus maßgeschneiderte Maßnahmen ableiten und gezielt im Wettbewerb einsetzen will, für den ist Customer Relationship Management ein lohnendes Feld. In vielen Großunternehmen gehört CRM mittlerweile zum Standard. Wie aber ist der Mittelstand darauf eingestellt? Welche Ziele verfolgt er mit CRM, welchen Nutzen verspricht er sich davon, gibt es gar Hindernisse, CRM einzuführen? Interessierte Anwender können sich die Ergebnisse sichern, indem sie selbst einen Beitrag leisten und an der anbieterunabhängigen Befragung teilnehmen.  
[www.m-bit.de/surveys](http://www.m-bit.de/surveys)

Die Fragen entwickelt hat der Lehrstuhl für Marketing & Handel an der Universität Duisburg-Essen. Er übernimmt auch die Auswertung der Antworten und die Dokumentation der Ergebnisse.

Als Dankeschön für die Unterstützung erhalten Studienteilnehmer die Studienergebnisse als Management Summary per E-Mail. Zudem können die ersten 25 Studienteilnehmer die Mittelstandstage – Business meets IT 2008 kostenfrei besuchen. Auf der zweitägigen KongressMesse zum Thema Informationsmanagement im Mittelstand vom 25. bis 26.11.08 werden die Studienergebnisse erstmals vorgestellt. [www.m-bit.de](http://www.m-bit.de)

Die Mittelstandsbefragung CRM wird durchgeführt von der Universität Duisburg-Essen, Lehrstuhl für Marketing & Handel. Der Lehrstuhl für Marketing & Handel an der Universität Duisburg-Essen befasst sich seit vielen Jahren damit, Daten über das Kundenverhalten zu gewinnen, zu analysieren und für das Management zur Verfügung zu stellen. Die relevanten Informationen werden durch den Einsatz von Methoden der qualitativen und der quantitativen Marktforschung erhoben. Gemeinsam mit Firmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung arbeitet der Lehrstuhl daran, die Wissensbasis zu verbessern und so die Qualität von Entscheidungen zu steigern. Maßnahmen der Kundenansprache können damit genauer auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten, Streuverluste dadurch verringert werden.

Mehr Informationen zum Lehrstuhl für Marketing & Handel unter [www.marketing.wiwi.uni-due.de](http://www.marketing.wiwi.uni-due.de) und unter [www.category-management.net](http://www.category-management.net)

- Hier geht es zum Fragebogen: [www.m-bit.de/surveys](http://www.m-bit.de/surveys)