

snapADDY CRM Experience 2022 – knapp 200 Teilnehmende durchforsten den CRM-Dschungel

07. Juli 2022

Würzburg – am 21. und 22. Juni 2022 fand die erste snapADDY CRM Experience rund um das Thema Customer Relationship Management statt. Als Software-Hersteller für digitale Kontakt erfassung und CRM-Pflege rief die snapADDY GmbH dieses Format ins Leben, um eine Bühne für Austausch, Wissenserweiterung und Trends rund um CRM zu bieten. Knapp 200 CRM-Verantwortliche, Marketers und Sales Reps verschiedenster Branchen folgten der Einladung zu einer besonderen ‚Experience‘.

Welcome to the jungle – so oder so ähnlich dachten viele Teilnehmer, als sie die außergewöhnliche Location betratn. Das Motto der Konferenz war nicht zu übersehen. snapADDY nahm die Gäste mit zu einer Expedition nach Krokodilien und Kaimanien, um dort den Dschungel an CRM-Herausforderungen zu durchkämmen.

CEO und Mitbegründer der snapADDY GmbH Jochen Seelig eröffnete die Konferenz mit dem Credo und gleichzeitigen Motto: „CRM ist keine Software, sondern eine Strategie!“ und blickte mit der Reisegruppe zurück auf die ersten CRM-Systeme wie Excel und act!. Im folgenden Vortrag zum Thema ‚Aufmerksamkeit‘ sensibilisierte er für die kommenden Konferenztage, sich zu fokussieren und nicht multimedial ablenken zu lassen.

Eine weitere Etappe war die Keynote von [Christopher Funk](#), Top-Influencer und Podcast-Host von [VertriebsFunk](#). Er zeigte, wie mit Hilfe von B2B-Influencing ein professioneller und digital optimierter Vertrieb zum primären Wachstumstreiber für Unternehmen werden kann. Wichtige Erkenntnisse: Silos aufbrechen, Fachbereiche Teil der Lösung werden lassen und Leadership als Erfolgsfaktor.



Inhalte und Referenten

Die weitere Route bestand aus zahlreichen CRM-, Marketing- und Vertriebs-Etappen auf zwei Bühnen. Es referierten über 20 Expertinnen und Experten zu folgenden Themen:

- CRM-Systeme
 - Schnittstellen
 - Nutzerakzeptanz
 - Steigerung Datenqualität
 - Praxisbeispiele für Systemwechsel
 - Use-Case: Kundenbetreuung mithilfe von CRM-Serviceprozessen
 - Praxisbeispiel: Datenaufbereitung
 - Use-Cases: Salesforce und Microsoft Dynamics 365
- Data Cleansing und Data Enrichment
- Account based selling
- Kundenakquise auf LinkedIn
- Agile Organisationsentwicklung
- Realtime Marketing Automation als Sales-Enabler
- Lead-Management-Prozesse

Ein großer Dank gilt unseren Speakerinnen und Speakern, die mit ihrem Expertenwissen die Konferenz enorm bereichert haben:

[Prof. Dr. Enrico Purle](#), [Christopher Funk](#), [Fabian Heilig](#), [Robert Sommer](#), [Thorsten Schwab](#), [Leonhard Kemnitzer](#), [Prof. Dr. Markus Besenbeck](#), [Michael Huber](#), [Gerald Glaßl](#), [Christina Sommer](#), [Zoran Katic](#), [Tobias Mirwald](#), [Patrick Kuglmeier](#), [Martin Philipp](#), [Marco Bröse](#), [Mike Wottge](#)

Die Expedition hatte ein weiteres Ziel erreicht – führende Tour Guides diskutierten die These: „Dauerbaustelle CRM-System: Jeder hat es, keiner nutzt es!“

[Julia Weinhold](#), Team-Lead CRM bei Unite, [Roland Hötzl](#), Gründer von Transporeon, [Tobias Mirwald](#), Geschäftsführer der ADITO Software GmbH und [Jochen Seelig](#), CEO der snapADDY GmbH diskutierten verschiedene Thesen zur Steigerung der Nutzerakzeptanz.

Die Moderatorin [Isabell Glöditzsch](#), Produktmanagerin bei marconomy, leitet die Expertenrunde und machte klar, die reine CRM-Einführung ist noch lange nicht das Ende der Fahnenstange. Um Nutzerakzeptanz zu schaffen und nachhaltig zu erhöhen, bedarf es intensiver Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen der Nutzer. Welche Problemlösung kann das CRM mit den angebundenen Prozessen bieten? Schlussendlich waren sich alle Expertinnen und Experten einig: Kontinuität, stetige Optimierung und Austausch sind die Schlüssel zum Erfolg.

Ein weiteres Highlight war die Präsentation unseres Data Scientists [Severin Simmler](#). Er zeigte mit Hilfe von Data Cleansing, wie man Datenbanken mit möglichst wenig Inhalt pflegt und warum sich das lohnt. Ebenso nahm er die Teilnehmenden mit auf die Reise, wie mit Data Enrichment eine CRM-Einführung oder -Wechsel ideal vorbereitet wird.

Jochen Seelig freut sich: „Wir sind stolz, einen zukunftsweisenden Branchentreff ins Leben gerufen zu haben und der CRM-Community ein neues Zuhause zu geben. Der Fokus liegt klar auf Expertise und Austausch, das spiegelten uns auch zahlreiche Teilnehmende.“ Das Veranstaltungsdatum für 2023 wird in Kürze bekannt gegeben. Seelig weiter: „Dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bereits für 2023 Tickets kaufen möchten, zeigt den Erfolg und Wert der Konferenz.“

Learnings und Partner

Die drei wichtigsten Erkenntnisse der Konferenz:

- Nutzerakzeptanz
Alle Abteilungen miteinbeziehen, Silos auflösen und stetiger Support.
- CRM-Strategie und Vision
Konnektierung verschiedener Lösungen.
- Konstanz und stetige Prozessoptimierung
Erleichterungen im Arbeitsalltag aufzeigen, im Austausch bleiben.

Chief Data Officer, Dr. Benedikt Brief: „Ein großer Dank gilt allen Konferenz-Partnern für Ihre Unterstützung und das Vertrauen in das neue Format. Wir waren überwältigt von den Anfragen zu Speaker-Slots und Partnerschaften.“

- [Deutsche Telekom](#)
- [Sellmore Gesellschaft für Vertriebsentwicklung mbH](#)
- [SIEVERS-GROUP](#)
- [Camelot ITLab](#)
- [ADITO Software GmbH](#)
- [Evalanche \(SC-Networks GmbH\)](#)
- [ORBIS SE](#)
- [SKZ – Das Kunststoff-Zentrum](#)
- [marconomy](#)

Die snapADDY CRM Experience fand erstmals 2022 statt und wird zukünftig jährlich in Würzburg ausgerichtet. Die Veranstaltung richtet sich an CRM-Verantwortliche sowie Marketers und Sales Reps verschiedenster Branchen. Sie bietet einen vielseitigen Mix aus Fachvorträgen, Use-Cases und Networking im CRM-Umfeld.

Die nächste Konferenz findet im Juni 2023 statt.

Bildmaterial und Details zur Konferenz unter www.crm-experience.de

Teilnehmerstimmen mit #crmexperience22 unter: www.linkedin.com

Weitere Informationen zum Unternehmen unter www.snapaddy.com