

# CRM-Systeme für Startups und Webworker: 15 Tools, um dem Kundenschungel zu entkommen

t3n.de · by Daniel Hübner

## So kommst du sicher durch den Kundenschungel

Kaum gegründet, schon steht man als Startup oder Freelancer mittendrin: im Kundenschungel. Überall stehen Nutzer, flankiert von jeweils ganz unterschiedlichen Bedürfnissen an das Unternehmen. E-Mails müssen organisiert, Termine vereinbart, Aufträge und Rechnungen erstellt, Zahlungseingänge überwacht und Support geleistet werden.

Gerade wenn „Small Businesses“ nach oben skalieren und damit verbundene Aufgaben nicht mehr aus dem Gedächtnis bewältigt werden können, kommt man angesichts drohender Kontrollverluste nicht um den Einsatz eines Customer-Relationship-Management-System ([CRM](#)) nicht mehr herum.

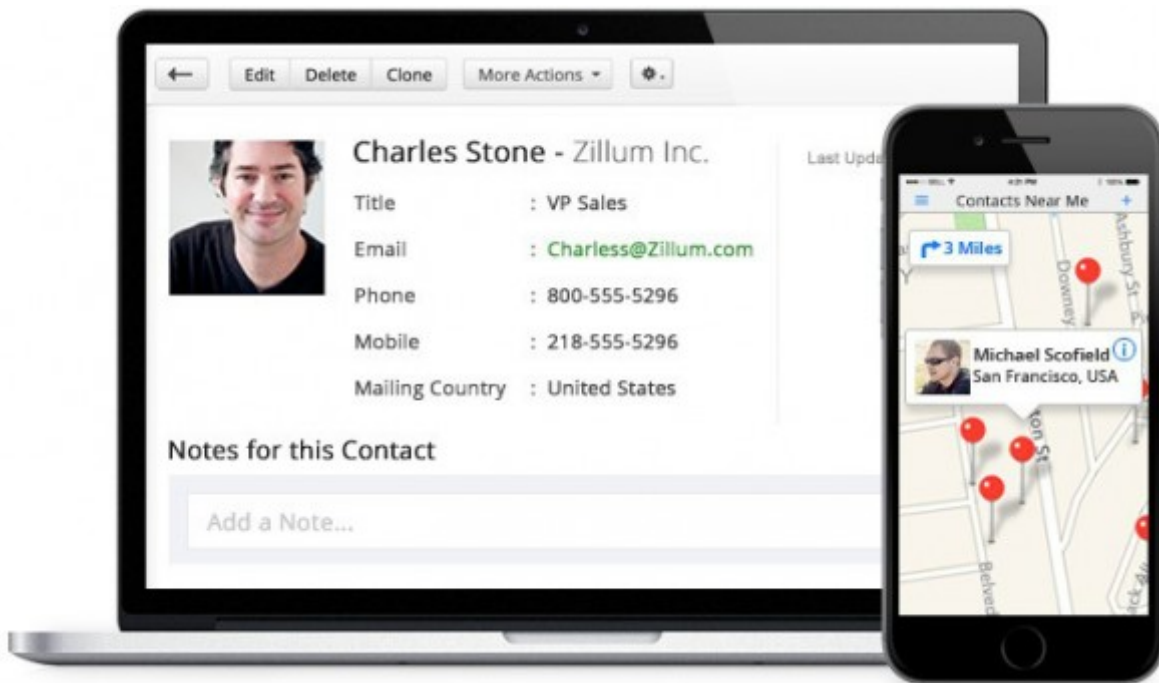
## Das müssen CRM-Systeme können

Nun wird fälschlicherweise angenommen, dass CRM-Systeme nur Mittelständlern und Großkonzernen sinnvoll eingesetzt werden können. Dabei gibt es inzwischen zahlreiche Lösungen, die speziell auf die Anforderungen von kleinen Teams und Freelancern zugeschnitten sind und sogar Spaß machen können.

So fokussieren sich [CRM-Systeme](#) dieser Zielgruppe meist auf ein einfaches Handling, eine unkomplizierte Anbindung an standardisierte Webdienste, mobile Verfügbarkeit und neben einem guten Design vor allem auf schlanke und problemlösende Funktionen, um die tägliche Arbeit effizienter, übersichtlicher und letztlich wirkungsvoller zu machen. Nicht zuletzt muss auch der Preis

stimmen, schließlich ist das Budget für Startups und Digitalarbeiter begrenzt. Wir stellen 15 Tools vor, die diesen Ansprüchen gerecht werden wollen.

## 1. Zoho: Kompromisslos, flexibel, erschwinglich



CRM-Systeme: Zoho. (Screenshot: t3n)

Für das webbasierte [CRM-System Zoho](#) spricht neben den 10 Millionen Menschen, die es schon nutzen, auch die Funktionsvielfalt. So lassen sich Leads und Opportunities dokumentieren, E-Mails versenden, Kontakte verwalten und dazugehörige Aufgaben planen. Zudem stehen Plugins für die Anbindung an eigene MS-Office-, Google-, Facebook- oder Twitter-Konten zur Verfügung.

Flexibel ist Zoho auch beim Preis: Durch den Pay-as-you-go-Service kann man die Lizenzen für einzelne User, die Version, Lizenzen für zusätzliche Applikationen oder die Nutzung insgesamt monatlich wechseln oder kündigen. Wer Zoho als einsamer Digitalarbeiter oder im 3-Mann-Team nutzen will, zahlt übrigens nichts.

## 2. Salesforce: Der Marktführer unter den CRM-Systemen



CRM-Systeme: Salesforce. (Screenshot: t3n)

**Salesforce** ist der klare Marktführer unter den CRM-Systemen und wegen der mächtigen Funktionen entsprechend kostspielig. Teams mit bis zu fünf Mitgliedern zahlen zwar nur 27 Euro im Monat pro Benutzer, ein wirklich vollwertiges CRM gibt es aber erst ab 135 Euro monatlich. Für den Preis bekommt man nahezu maximalen Funktionsumfang. Dafür sorgt auch der hauseigene AppExchange-Market, der über 2.500 Plugins bereithält.

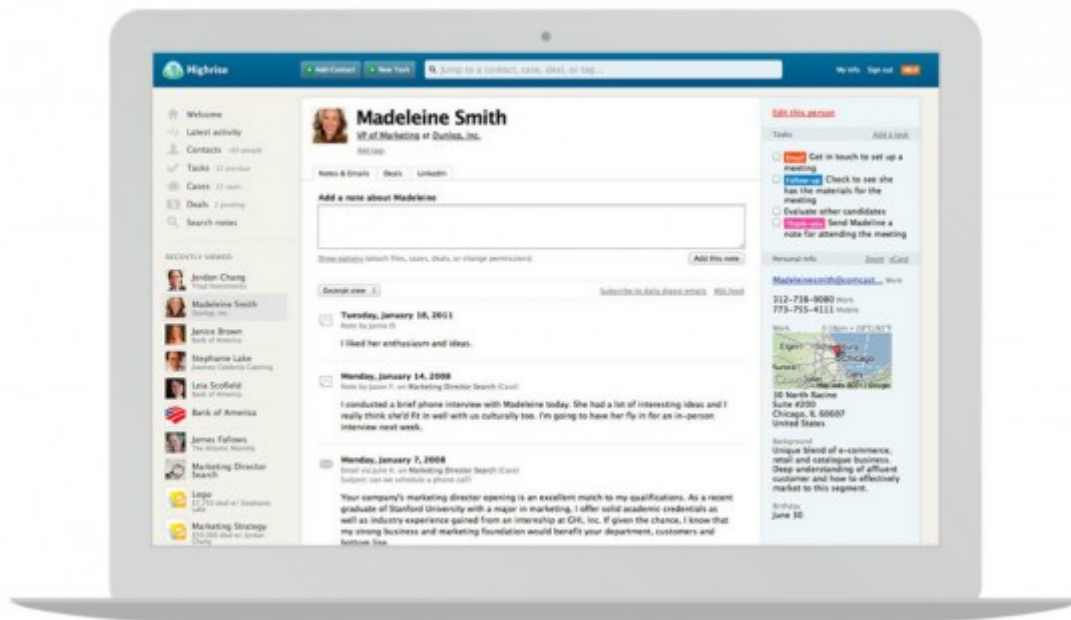
### 3. Base: CRM mit Fokus auf Lead-Tracking



CRM-Systeme: Base. (Screenshot: t3n)

Mit dem modularen **Base-CRM-System** dürften vor allem Sales-Raketen auf ihre Kosten kommen. Die Anwendung erlaubt mithilfe des „Lead Trackings“ die Erfassung und Verfolgung anstehender Verkäufe. Zudem können mehrere Firmen und Kontakte mit einem Projekt oder Auftrag verknüpft werden. Nutzer wählen aus drei Abo-Paketen, die sich im Leistungsumfang voneinander unterscheiden. Los geht's mit der Einsteiger-Version ab 25 US-Dollar pro Nutzer und Monat.

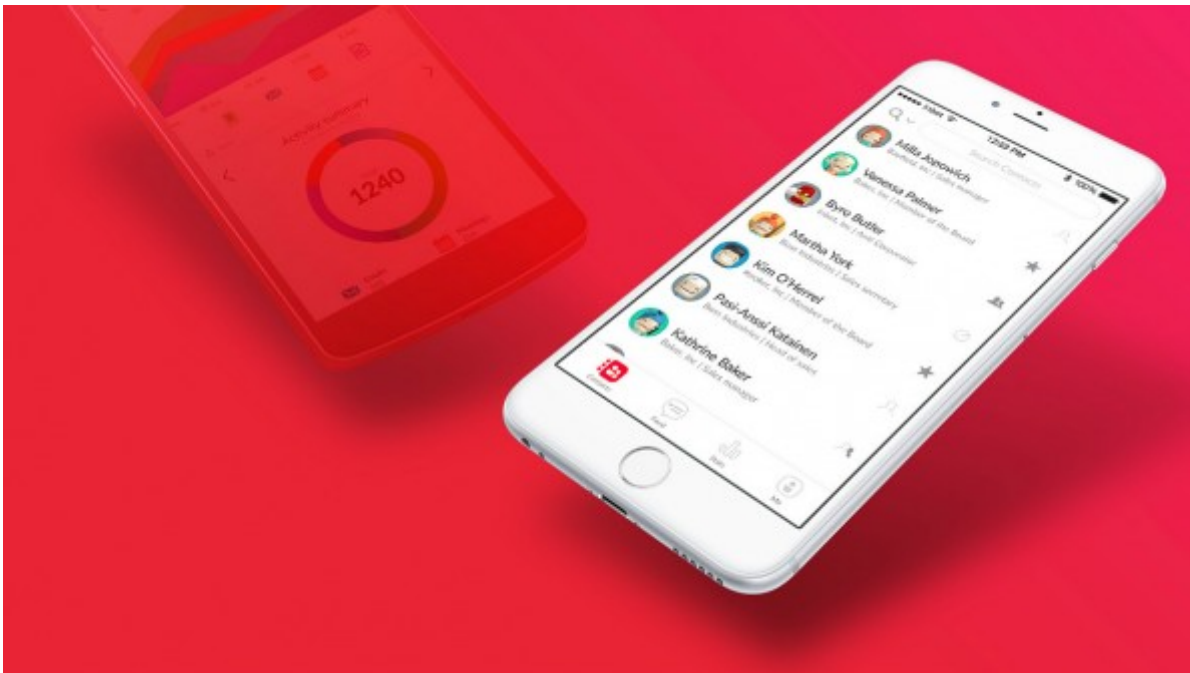
#### 4. Highrise: CRM-Power aus dem Hause Basecamp



CRM-Systeme: Highrise. (Screenshot: t3n)

Mit der gleichnamigen Projektmanagement-Software hat das Unternehmen Basecamp Kultstatus erlangt, doch mit **Highrise** hat man auch ein ähnlich puristisches CRM-System in petto. Für bis zu 30.000 Kundenkontakte können E-Mails erfasst, Notizen gespeichert sowie Angebote und Rechnungen erstellt und dokumentiert werden. Mit über 100 Add-Ons kann das CRM außerdem individuell an die eigenen Bedürfnisse angepasst werden. Startups bis sechs Personen zahlen 24 US-Dollar im Monat, größere Teams rund 50 US-Dollar.

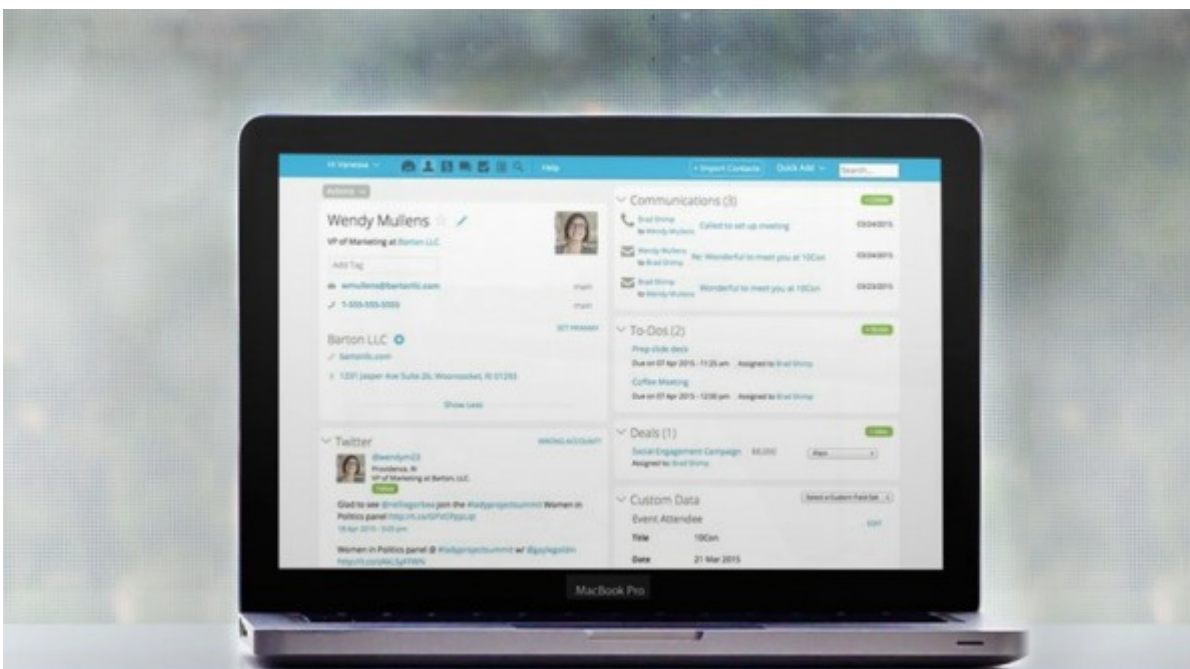
#### 5. Inbot: Schickes CRM aus Berlin und für die Hosentasche



CRM-Systeme: Inbot. (Screenshot: t3n)

**Inbot** (ehemals Linko) aus Berlin ist ein noch vergleichsweise junges CRM-System, das speziell für die Nutzung auf iPhone und iPad konzipiert wurde. Mithilfe angeschlossener Schnittstellen lassen sich Kundeninformationen beispielsweise aus Google+, Facebook, LinkedIn, Dropbox und Microsoft Exchange in einer einzigen App zusammenführen und in Echtzeit überwachen. Erfreulich: Für Einzelpersonen ist die App kostenlos. Teams sind für 50 Euro im Monat dabei und erhalten Zusatzfunktionen wie etwa Reportings.

## 6. Batchbook: Teurer Alleskönner für Startups

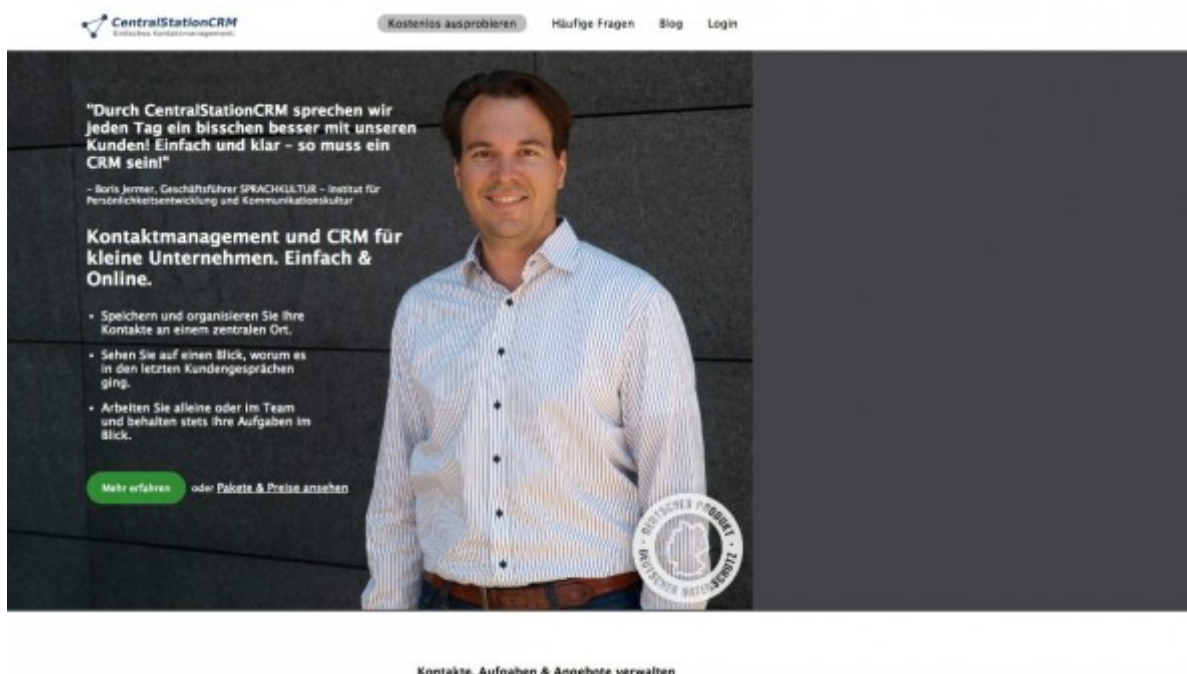




CRM-Systeme: Batchbook. (Screenshot: t3n)

Neben der üblichen Einbindung von Kundenkontakten und E-Mail-Konversationen setzt **Batchbook** auf die Kompatibilität zu externen Webdiensten. Von MailChimp über Freshbooks bis hin zu Disqus führt Batchbook eine große Palette an Plugins aus den Bereichen Marketing, Accounting und Kundenkommunikation unter einem Dach zusammen. Eine Besonderheit liegt im Preis: Der ist mit 46 US-Dollar im Monat saftig, gilt aber für alle Teams egal welcher Größe. Deshalb eher für gewachsene Startups als für Freelancer zu empfehlen.

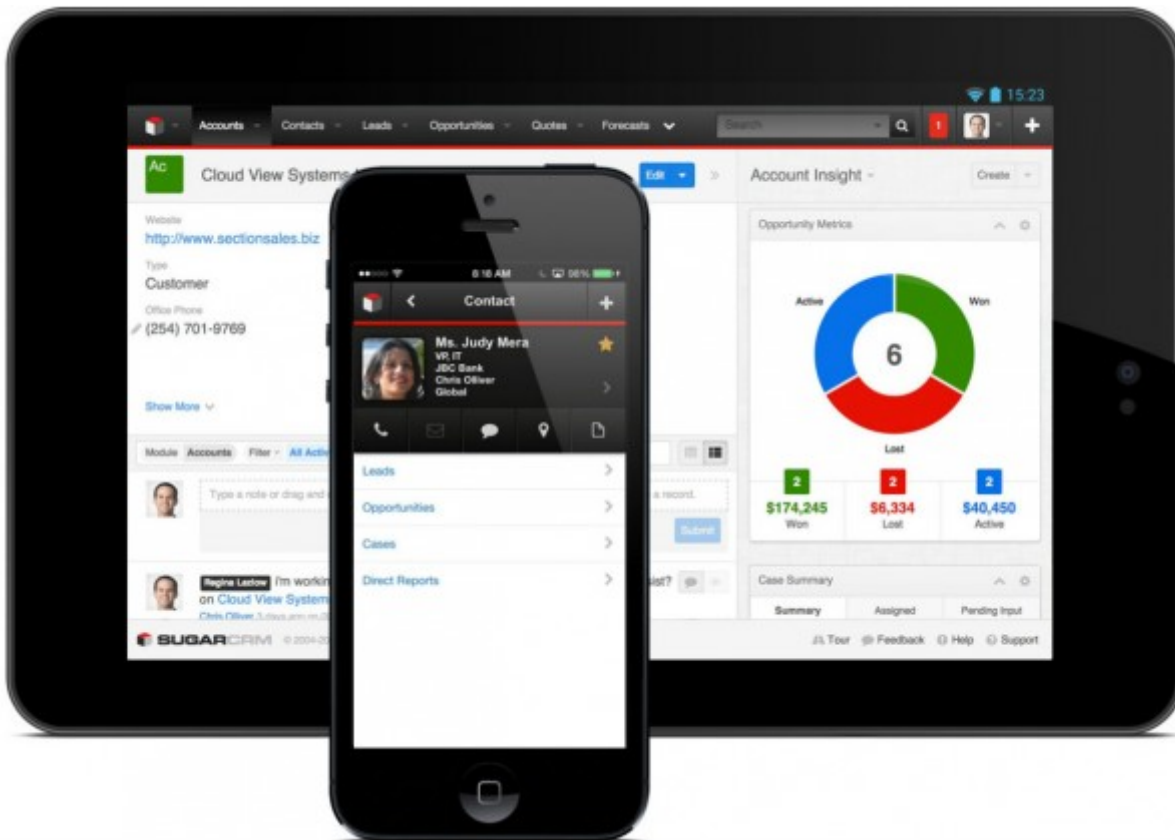
## 7. CentralStationCRM: Made in Germany



CRM-Systeme: CentralstationCRM. (Screenshot: t3n)

Ebenfalls aus deutscher Feder stammt **CentralstationCRM**. Kleine Unternehmen können mit dem Tool alle Adressen, E-Mails, Termine und Umsatzaktivitäten ihrer Kunden an einem zentralen Ort zusammenführen und steuern. Offene Angebote können ebenso im Blick behalten werden wie wichtige Kennzahlen und Aufgaben. Und Preislich? Dauerhaft kostenlos für Freelancer und kleine Teams bis drei Mitarbeiter. Wer etwa bis zu 1.000 Kunden verwaltet, zahlt 19 Euro pro Monat.

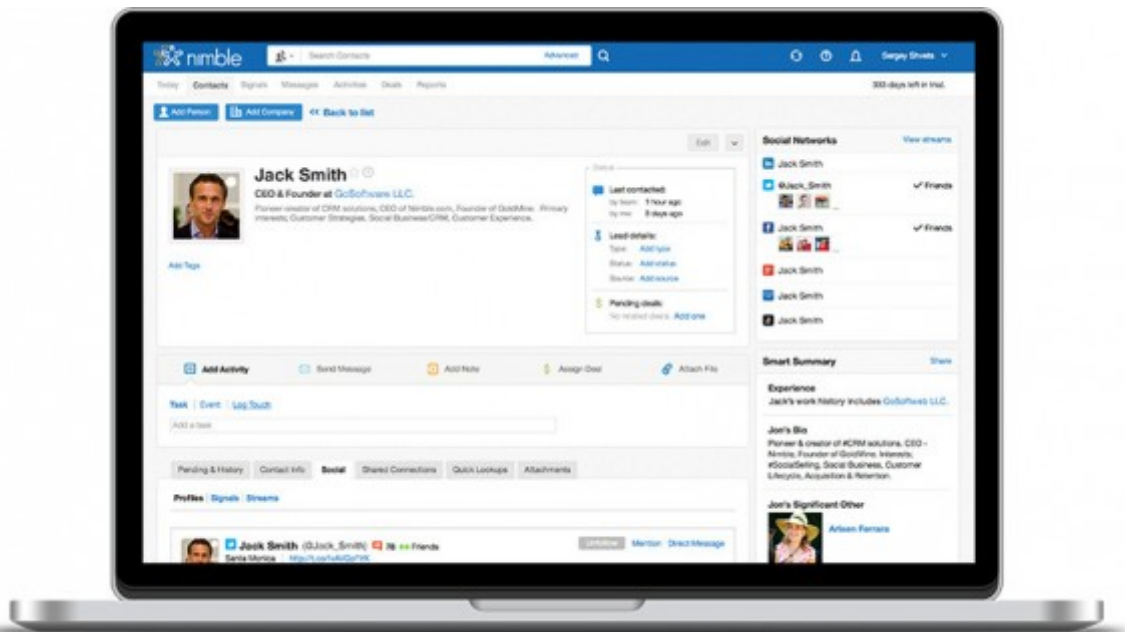
## 8. SugarCRM: Zuckersüßes Open-Source-CRM



CRM-Systeme: SugarCRM. (Screenshot: t3n)

Ein CRM-System auf Open-Source-Basis? Das gibt es mit [SugarCRM](#). Die webbasierte CRM-Software kann auf PHP- und MySQL- beziehungsweise Oracle-Basis getrimmt werden. E-Mails lassen sich aus Outlook, Gmail, IBM Lotus Notes und Yahoo heraus integrieren, zudem ist eine Anbindung von Apps aus dem Google-Fundus (Kalender, Kontakte, Dokumente) möglich. Optisch schick und bereitet die wichtigsten Daten grafisch auf. Los geht's ab 40 US-Dollar im Monat.

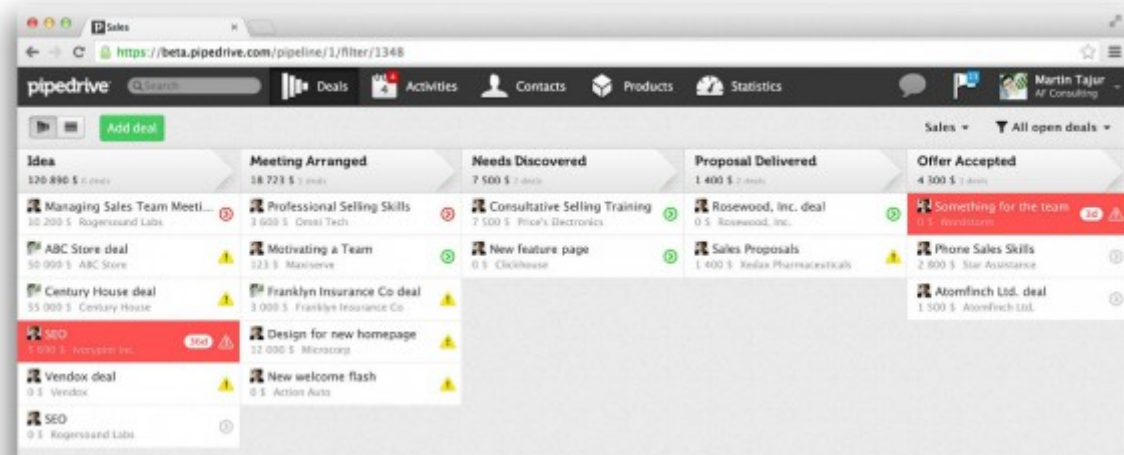
## 9. Nimble: Mach deine Social Networks zum CRM



CRM-Systeme: Nimble. (Screenshot: t3n)

Das Social-CRM-System **Nimble** bewirbt vor allem die einfache Einbindung von Nutzerdaten aus Sozialen Netzwerken. Das Tool führt zum Beispiel alle wichtigen Kontaktdaten aus Twitter, Facebook, LinkedIn und Google+ gemeinsam mit Daten aus Skype- und E-Mail-Postfächern in einer einzigen Inbox zusammen. Von hier an können Nachrichten versendet sowie Aufgaben und Ereignisse hinzugefügt werden. Ein angeschlossener Marketplace bietet weiteres Potenzial zur Anpassung. Preis: 15 US-Dollar monatlich.

## 10. Pipedrive: Kundengeschäfte in der Pipeline-Ansicht



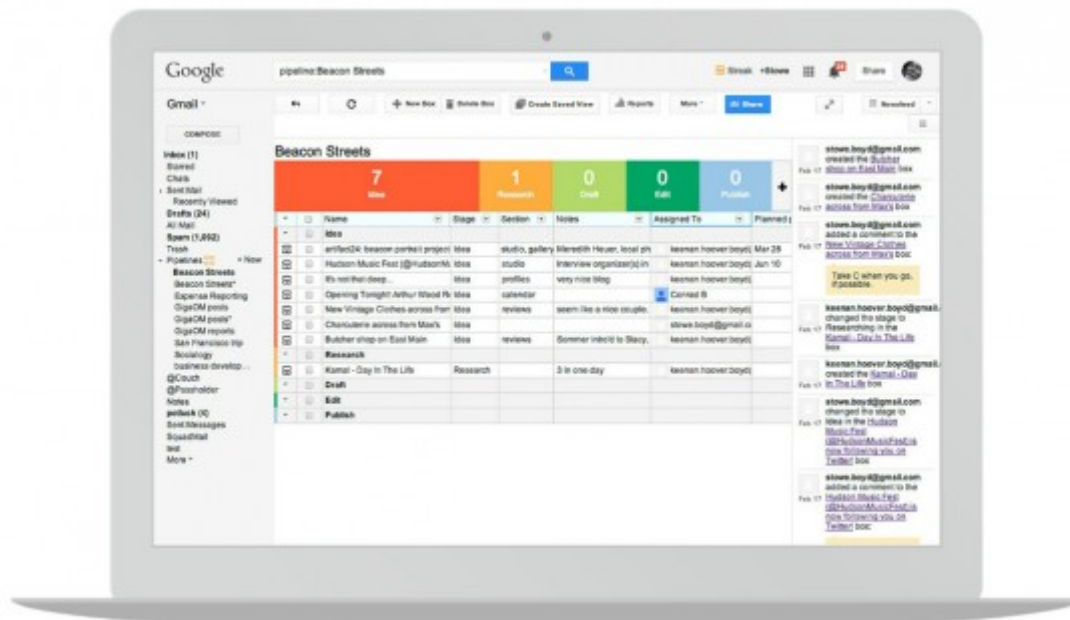
CRM-Systeme: Pipedrive. (Screenshot: t3n)

Mit **Pipedrive** und für neun US-Dollar monatlich haben Startups ihre Sales immer im Blick. Das CRM setzt vor allem auf eine „Pipeline“ genannte Verkaufsansicht,



die alle Kundengeschäfte chronologisch nach ihrem Verkaufsstatus anzeigt. Neben Verkaufsanalysen pro Mitarbeiter werden die notwendigen Kundenkontakte aus externen Diensten wie Google Maps, Calendar oder Drive abgezapft. Somit kann auch der Versand von E-Mails und Rechnungen aus Pipedrive heraus erfolgen.

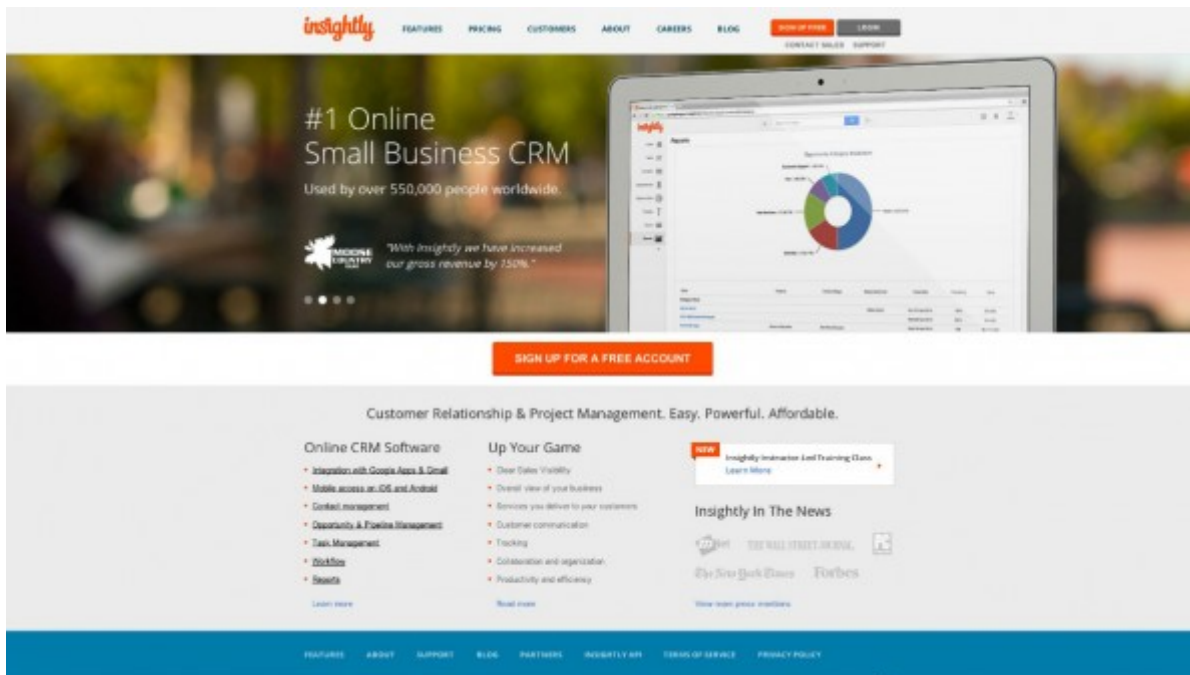
## 11. Streak: Browser-Plugin verwandelt Gmail in ein CRM



CRM-Systeme: Streak. (Screenshot: t3n)

Würde man Startups und Webworker nach ihrem meist genutzten E-Mail-Client fragen, die Antwort wäre Gmail. Warum also den populären Web-Client nicht auch als CRM-System nutzen? Mit **Streak** ist das möglich. Das Browser-Plugin filtert wichtige Kundendaten aus der Inbox heraus und führt sie in einer tabellarischen Ansicht zusammen. In mehreren vordefinierten „Pipelines“ können dann einzelne Geschäftsprozesse von den Sales über E-Mail-Support bis hin zu Fundraising-Verhandlungen organisiert werden. Anpassungen für den Einzelfall sind aber möglich. Streak ist in der Basisversion kostenlos nutzbar, Premium-Funktionen wie Reportings bekommt man ab 19 US-Dollar im Monat.

## 12. Insightly: Mix aus Projektmanagement und CRM



CRM-Systeme: Insightly. (Screenshot: t3n)

**Insightly** versteht sich als Mix aus CRM- und Projektmanagement-Tool für kleine Unternehmen. Mit einem automatisierten Adressbuch und flexiblen Kalender-, Termin- und E-Mail-Funktionen gerät kein Kunde mehr in Vergessenheit.

Darüber hinaus können Projekte und Aufträge mit verschiedenen Tracking-Funktionen (Pipeline-Ansicht, Erinnerungen, Event-Reports und Aufgabenverwaltung) kontrolliert werden. Arbeitet wie gewohnt mit den wichtigsten Web-Tools zusammen. Ist mit eines der günstigen CRM-Systeme am Markt: Sieben US-Dollar pro Monat und Benutzer werden fällig.

### **13. Podio: CRM + Projektmanagement mit App-Power**



CRM-Systeme: Podio. (Screenshot: t3n)

Podio wagt ähnlich wie Insightly den Spagat zwischen Projektmanagement und CRM. Durch den Podio-eigenen App Market kann das Tool für verschiedene Zwecke genutzt werden, etwa für die Verwaltung von Lead- und Supportanfragen, Marketing-Kampagnen oder eben als interne Kundendatenbank mit Interaktionsfunktionen. Kostenlos für Teams mit bis zu fünf Mitgliedern, zahlen kleine Unternehmen ab sechs Mitarbeitern neun US-Dollar im Monat.

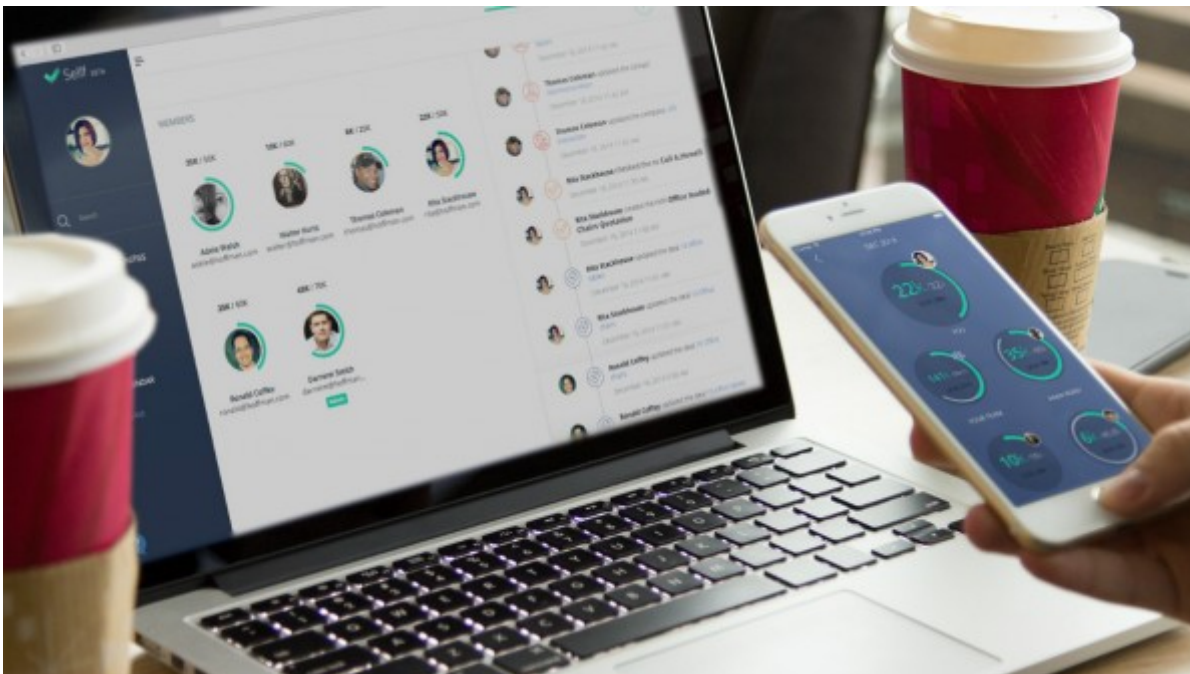
## 14. Daylite: CRM-System für Mac, iPhone und iPad



CRM-Systeme: Daylite. (Screenshot: t3n)

Hinter [Daylite](#) steckt ein CRM-System für Mac, iPhone und iPad, das mehr ist als ein erweitertes Adressbuch. Daylite verknüpft alle wichtigen Aspekte des Arbeitsprozesses wie Termine, Kontakte, Aufgaben, Projekte und Notizen und ergänzt diese um zahlreiche Reporting-Funktionen. Eine integrierte Erweiterung für Apple Mail bringt außerdem die Möglichkeit, E-Mails automatisch im CRM zu speichern. Daylite kostet im Download 299,95 Euro pro Nutzer und im Abo 39 Euro pro Nutzer und Monat.

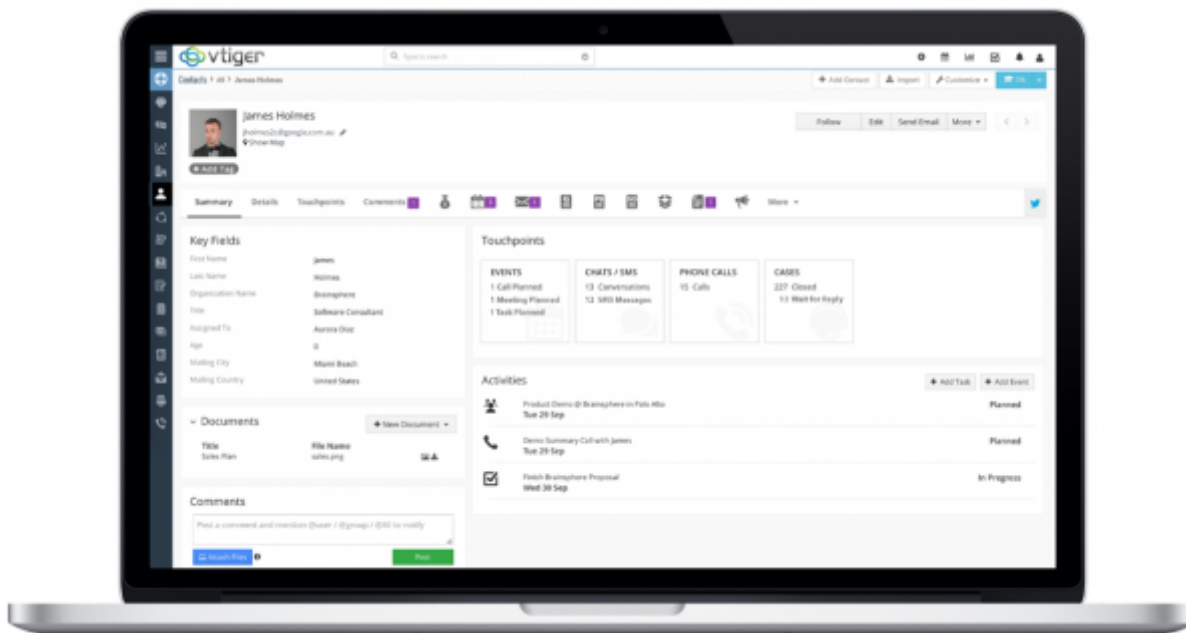
## 15. Self



CRM-Systeme: Self. (Foto: Sel)

Als mobiles CRM-System versteht sich auch [Self](#). Mit der für iOS und Android erhältliche App lassen sich To-do-Listen, Kalender und Spreadsheets in einer Anwendung zusammenführen. Kundendaten werden aus verschiedenen Quellen (zum Beispiel Evernote, Dropbox, iCal) importiert und übersichtlich aufbereitet. Die App zeigt an, welcher Kunde sich gerade besonders gut für ein Verkaufsgespräch eignet und gibt Tipps. Kostenlos ist Self für maximal zehn laufende Leads. Alles darüber hinaus inklusive Premium-Support gibt es für 3,99 Euro im Monat.

## 16. Vtiger



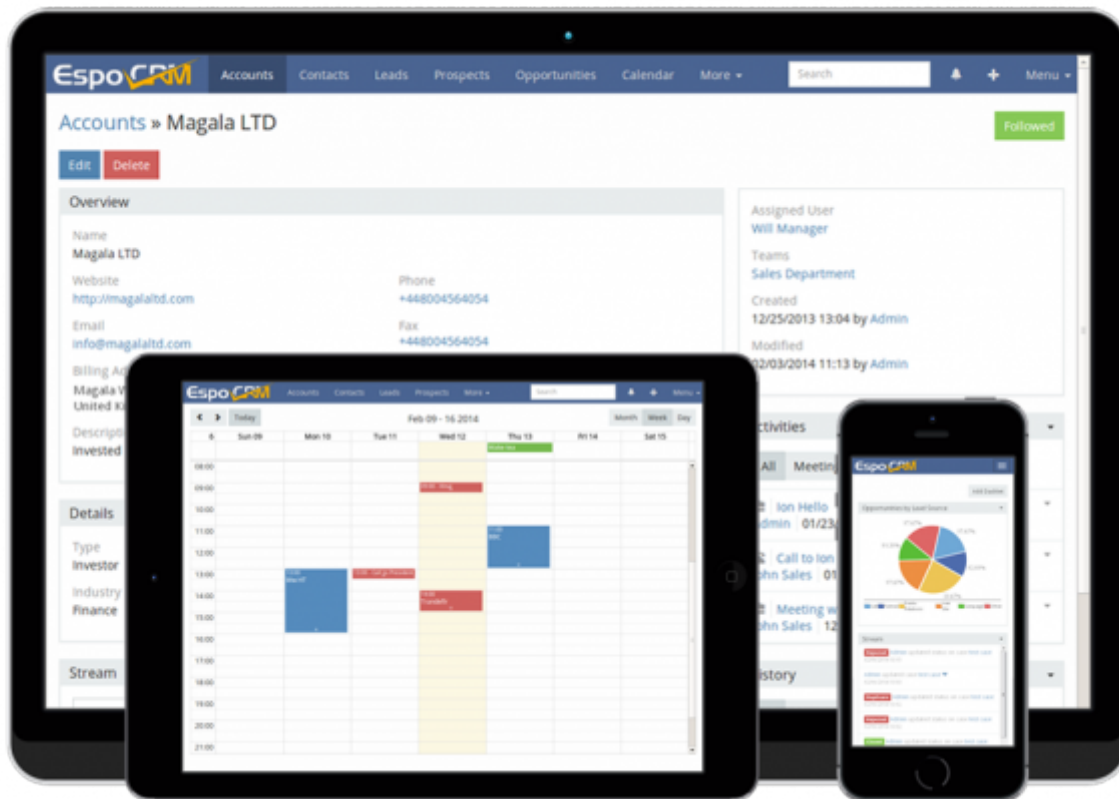
CRM-Systeme: Vtiger. (Screenshot: t3n)

Wer die eigenen Kundenkontakte aus Sicherheitsbedenken nicht in einem cloudbasierten CRM-System ablegen will, sollte sich **Vtiger** anschauen. Das vormals zu SugarCRM gehörende System kann von Nutzern auf einem selbstgewählten Server gehostet werden.

Zusätzlich zu den Basis CRM-Funktionen bietet Vtiger noch ein integriertes Warenwirtschaftssystem, das den Verkaufsprozess von der Angebotserstellung bis zur Rechnungsabwicklung abbilden und verwalten kann. Ab 10 US-Dollar monatlich das System recht günstig. Eine an Funktionen und Nutzerzahlen uneingeschränkte Version gibt es für 30 US-Dollar monatlich.

## 17. EspoCRM





CRM-Systeme: EspoCRM. (Screenshot: t3n)

Über 20.000 Unternehmen vertrauen nach Eigenangaben auf [EspoCRM](#). Im Unterschied zu anderen System steht EspoCRM unter Open-Source-Lizenz und kann ausschließlich über eine Web-Anwendung angesteuert werden. In Sachen Funktionsumfang muss sich das System aber nicht verstecken: Neben den üblichen Funktionen gibt es einen Social-Activity-Stream, eine VoIP-Anbindung und die Möglichkeit, verschiedene Workflows zur Automatisierung festzulegen.

## Fazit

Die Liste an CRM-Systemen ließe sich noch endlos weiterführen. Die meisten Tools verfügen über ähnlichen Grundfunktionen, unterscheiden sich jedoch oft im Detail – zum Beispiel in Form ihrer Verfügbarkeit (Weboberfläche, Desktop-App, mobile Nutzung) und ihrer Anbindungsreichweite zu externen Webdiensten. Zudem spielen auch Design- und Usability-Aspekte eine Rolle.

Ein Kriterium bei der Wahl sollte außerdem die Art des Umgangs mit dem Kunden sein. Wer also primär über Twitter und Facebook mit Nutzern interagiert, für den lohnen sich Social-CRMs mit entsprechenden Schnittstellen mehr als

solche mit E-Mail-Fokus. Klar ist: Die Skalierung eines Geschäftsmodells kann schneller erfolgen, als man erwartet. Dann sollte mit einer akkuraten CRM-Lösung vorgesorgt werden.

t3n.de · by Daniel Hufner