

**Clickstream-Analyse
als Innovation zur Messung der Usability
von CRM-Systemen**

**Sabine Kirchem
Mario Pufahl
Februar 2010**



Clickstream-Analyse als Innovation zur Messung der Usability von CRM-Systemen

74 Prozent aller IT-Entscheider halten nach einer aktuellen Capgemini CRM-Studie* die Standardisierung von Geschäftsabläufen für wichtig. Dies birgt die Gefahr, dass individuelle Prozesse innerhalb der Fachbereiche zugunsten von vordefinierten Standards weichen müssen. Andererseits können jedoch effizient gestaltete Prozesse deutlich die Akzeptanz der Anwender und damit auch die Wirtschaftlichkeit eines CRM-Systems gewährleisten. Deshalb sollte die Abbildung der Geschäftsprozesse innerhalb der Systeme auf ihre Wirksamkeit geprüft werden.

Als probates Mittel zur Ermittlung von Schwächen innerhalb der abgebildeten Prozesse hat sich die Clickstream-Analyse erwiesen. Dabei wird die Anzahl von Klicks in Kernprozesse im CRM-System gesammelt und mit Benchmarks verglichen. Die zu betrachtenden Kernprozesse müssen vorab festgelegt und anschliessend separat betrachtet werden.

Die Clickstream-Analyse bietet vor allem die Möglichkeit zu ermitteln, wie effizient sich User durch das System bewegen, wie performant sich das System dabei verhält und an welchen Stellen konkreter Optimierungsbedarf besteht.

Dabei werden folgende drei Punkte regelmäßig betrachtet:

1. Prozessabläufe im CRM-System
2. Anwenderverhalten
3. Performance

1. Prozessabläufe im CRM-System

Um die Prozessabläufe in einem System zu analysieren müssen zuerst die bereits abgebildeten Prozesse identifiziert und bestimmt werden, welche als obligat für den zu messenden Bereich, zum Beispiel Vertrieb, gesehen werden. Dazu werden die Prozesse anhand des Benutzerhandbuches zuerst betrachtet, die zu untersuchenden Kern-Prozesse festgelegt und mit den CRM-Verantwortlichen in strukturierten Interviews vorab aufbereitet. Hierbei werden auch die notwendigen Klicks je Prozess gemessen, um diese anschließend mit den tatsächlichen Anwender-Klicks zu vergleichen.

KeyProcess	Benchmarking of Clickstreams	Comments
Regarding plan and report customer calls	Legend: ■ Basis Process ■ BM 1 ■ BM 3 ■ BM 2 ■ BM 4	Short explanation of the internal and external Benchmarking of Clickstreams
Core Processes: 1. Call Planning 2. Call Preparation 3. Call Documentation	<p>Remarks: ■ ...</p>	■ Overall: ... ■ Call Planning: ... ■ Call Preparation: ... ■ Call Documentation: ... <div style="border: 1px dashed orange; padding: 5px; display: inline-block;"> Better than Benchmarks </div>
Detailed Call Documentation: 3a. Sampling 3b. Registration of Promotional Items 3c. Add Product Details 3d. Smart Call	<p>Remarks: ■ ...</p>	■ Overall: ... ■ Sampling: ... ■ Registration of Promotional Items: ... ■ Add Product Details: ... ■ Smart Call ... <div style="border: 1px dashed orange; padding: 5px; display: inline-block;"> Better than Benchmarks </div>
Legend: Better than Benchmarks Equal to Benchmarks Below Benchmarks		

BU: Benchmarks typischer Klicks innerhalb eines im CRM-System abgebildeten Pharma-Vertriebsprozesses

2. Anwenderverhalten

Im nächsten Schritt werden die Prozessabläufe auf Anwenderseite betrachtet. Dazu wird geprüft, welche Prozessabläufe tatsächlich durchlaufen werden und wie oft. Dabei werden Informationen von Key Usern zu den Prozessabläufen in ihrem Fachbereichsalltag hinsichtlich der Systemnutzung gesammelt, aufbereitet und bewertet. Hier können Probleme innerhalb der Prozessabläufe erkannt und – bei vorhandenen Beurteilungskriterien – Schwachstellen identifiziert werden. Die Informationssammlung kann hierbei auf dem klassischen Weg durch Interviews erfolgen, innovativer ist aber der Weg, die Prozessabläufe durch die Systemlogs zu evaluieren. Hierbei ist zwingend die Zustimmung des Betriebsrats notwendig. Diese Methodik hat den Vorteil, dass der Endanwender nicht in seinem Tagesablauf gestört wird und die Auswertungsergebnisse aussagekräftiger, da flächendeckend und über einen längeren Zeitraum gesammelt, sind.

3. Performance

Es gilt die Frage zu klären, welche Anforderungen es an die Systemperformance gibt und ob diese durch das System innerhalb der identifizierten Prozessabläufe erfüllt werden. Das jeweilige CRM-System wird anhand definierter Parameter gemessen und das jeweilige Performanceverhalten ausgewertet. Tools dafür stehen entweder innerhalb der CRM-Systeme zur Verfügung (z.B. [Siebel Application Response Management \(SARM\)](#)) oder kann durch den Einsatz externer Tools wie z.B. LoadRunner von Mercury erfolgen.

Abschließend muss eine objektive Betrachtung der Usability stehen und darauf basierend die Identifikation der Verbesserungspotenziale. Unternehmen sollten darauf achten, dass die Ermittlung dieser Potenziale anhand von Best Practices und adäquaten Benchmarks vorgenommen werden. Ein begleitendes Benchmarking (mit externen und eventuellen internen Systemen, z.B. Länderreleases oder dem aktiven System) empfiehlt sich vor allem vor Einführung eines neuen Releases.

Die Vorteile einer Clickstream-Analyse liegen auf der Hand:

- Weniger Aufwand und „Vertriebsausfall“ als bei einer herkömmlichen Befragung
- Objektiviertere Ergebnisse, wenn die Logs von Key Usern ausgewertet werden dürfen (Zustimmung des Betriebsrats erforderlich)
- Langfristigere Betrachtung als bei punktuellen Interviews möglich

*Capgemini. [CRM-Barometer: Eisbrecher „Kundenbeziehungsmanagement](#). 01.02.2010

Autoren: Sabine Kirchem, Mario Pufahl