



Argumente für Miet-CRM

Der CRM-Markt verbucht anders als die meisten IT-Bereiche stark steigende Umsatzzahlen. SaaS-Lösungen geben dem Markt dabei die stärksten Impulse. Zu Recht, meint das Beratungshaus Ec4U und nennt fünf ausschlaggebende Gründe für das CRM-Mietmodell.

Obwohl auch der CRM-Markt die Rezession zu spüren bekommt, erwarten die meisten Analystenhäuser weiterhin eine positive Entwicklung. IDC beispielsweise geht für dieses Jahr von einem Wachstum von knapp vier Prozent aus. Im Verlauf von 2010 soll der Markt dann deutlich an Fahrt gewinnen. Aussichtsreichstes Segment sind dabei SaaS-Lösungen, für die die IDC-Experten eine steigende Nachfrage erwarten, während Investitionen in weitere Business-Anwendungen wie ERP und SCM (Supply Chain Management) insgesamt rückläufig sein sollen.

Das Konzept Software-as-a-Service ist bislang in keinem anderen Bereich so erfolgreich wie im Kundenmanagement. Anbieter wie Oracle, Salesforce.com oder RightNow können mit ihren webbasierten CRM-Lösungen bereits deutliche Erfolge feiern, während etwa ERP-Hersteller wie SAP oder Microsoft mit den On-Demand-Versionen ihrer Warenwirtschaftslösungen die Anwender noch nicht überzeugen können.

Zu ähnlichen Einschätzungen kommt auch Gartner. Laut aktuellen Studien haben

die SaaS-Lösungen dem CRM-Markt zuletzt die stärksten Impulse verliehen: Knapp 20 Prozent des gesamten Umsatzes mit CRM-Software in 2008 seien auf dieses Segment zurückzuführen. Bis 2011 sollen immer

mehr CRM-Anwendungen auf SaaS beziehungsweise Cloud Computing basieren. „SaaS wird von einem interessanten alternativen Bereitstellungsmodell auf allen Ebenen des Customer Service Contact Cen-

Hohe Ansprüche an CRM-Lösungen

Die Mehrheit der deutschen Unternehmen erwartet von einem modernen CRM-System internet-, mobil- und verkaufsfördernde Funktionen. Doch nur wenige Systeme erfüllen die Erwartungen der Anwender, wie eine aktuelle Vergleichsstudie des Beratungsunternehmens Ec4u Expert Consulting zeigt. Nach Einschätzung von 41 Prozent der rund 250 befragten Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro erweisen sich die Funktionsprofile gegenwärtiger Kundenmanagementlösungen noch zu sehr als kontrollierend.

Nur 20 Prozent der Interviewten halten ihr gegenwärtiges System für prinzipiell auf die Vertriebsförderung ausgelegt. Vor diesem Hintergrund könne sich fast jedes fünfte Unternehmen vorstellen, kurzfristig oder innerhalb der nächsten zwei Jahre auf Systeme umzuschwenken, die den Charakter von CRM 2.0 aufweisen. Insgesamt

zeigt sich nahezu jeder zweite CRM-Anwender zu einer Migration bereit. Die Ansprüche der Nutzer an „CRM der zweiten Generation“ sind damit binnen Jahresfrist rasant gewachsen. So sind über 70 Prozent der Befragten der Meinung, dass moderne CRM-Systeme in erster Linie Internet-, Mobil- und Networking-Funktionen bieten sollten. 2008 wurden diese Anforderungen nach Studienangaben noch von deutlich weniger Befragten gefordert. Während im Vorjahr beispielsweise 73 Prozent der Befragten den Wunsch nach einer besseren Anbindung von mobilen Geräten wie Laptops, PDAs oder Smartphones geäußert haben, sind es in diesem Jahr bereits 77 Prozent.

Modernes CRM bedeutet für die Anwender darüber hinaus eine bessere Integration von CRM- und Social-Web-Technologien, wie der direkte Zugang

ters zu einem Entscheidungsfaktor werden, der nicht mehr ignoriert werden kann“, zeigt sich Michael Maoz, Vice President und Distinguished Analyst bei Gartner, überzeugt.

Behalten die Analysten recht, wird der Markt für CRM-On-Demand bis 2012 jährlich um 20 Prozent wachsen. Somit dürften künftig 30 Prozent der Neuinvestitionen auf das Mietmodell entfallen. Im Jahr 2013 werden darüber hinaus mindestens 75 Prozent der Kundenservice-Center eine webbasierte Lösung zur Miete nutzen, so Gartner weiter.

Angesichts dieser Zahlen scheinen immer mehr Unternehmen, die auf der Suche nach der richtigen CRM-Lösung sind, eine SaaS-Lösung ins Auge zu fassen. Zu Recht, meint die Karlsruher Unternehmensberatung Ec4U Expert Consulting in ihrem neuen „Leitfaden für den Einsatz von SaaS für CRM“ – und weist nochmals auf die fünf entscheidenden Vorteile von SaaS für CRM hin:

1. Schnelle Implementierung

Die schnelle Implementierung einer SaaS-Anwendung gilt in den Augen der Ec4U-Experten als einer der wichtigsten Vorteile von CRM-on-Demand. So könne das Anwenderunternehmen unmittelbar nach

Vertragsunterzeichnung auf eine standardisierte CRM-Lösung zugreifen. Die Durchlaufzeiten von SaaS-Projekten würden häufig bei weniger als drei Monaten liegen, da fachliche Anpassungen an den Oberflächen schnell umzusetzen seien. Das Anwenderunternehmen soll somit in die Lage versetzt werden, sich auf die Marktbearbeitung und die Gestaltung der Prozesse für das Kundenmanagement, Einbindung der Mitarbeiter und Schulungen zu konzentrieren.

Für die mittelständische Managementberatung Six Sigma Deutschland GmbH beispielsweise war dies einer der wichtigsten Beweggründe für die Einführung der CRM-Mietlösung „CAS Pia“ der CAS Software AG: „Für uns war eine zeitnahe und unkomplizierte Lösung entscheidend, denn laufende Projekte sollten möglichst schon über das neue System abgewickelt werden. Die On-Premise-Lösung hätte eine Serverinstallation und damit Zeit und Kosten mit sich gebracht“, so Thorsten Mühlberg, CRM-Projektmanager bei Six Sigma.

2. Kosteneffizienz

Darüber hinaus beobachten die Ec4U-Experten, dass in Sachen Kundenmanagement immer häufiger die Frage nach der Kosteneffizienz gestellt wird. „Potenziale für

Realisierung kleinerer Kampagnen durch den einzelnen Vertriebsmitarbeiter (49 Prozent) sowie eine höhere Benutzerfreundlichkeit (58 Prozent).

Doch vor allem in Hinblick auf die unmittelbare vertriebliche Unterstützung sollten künftige CRM-Systeme deutlich mehr bieten als heute, lautet der Tenor der Studie. Dazu gehört in den Augen von 72 Prozent der Sales-Manager beispielsweise, dass das System automatisch Auftragsprognosen erstellen kann, und zwei Drittel der Befragten erwarten gezielte Vorschläge für Leads.

„Durch ihre stärkere Webintegration und die Ausrichtung auf beziehungsorientierte Vertriebsabläufe werden Kundenmanagementsysteme der zweiten Generation eine höhere Produktivität und Erfolgseffizienz für die Sales-Mitarbeiter versprechen können“, zeigt sich Mario Pufahl, Director CRM-Beratung bei Ec4U Expert Consulting, überzeugt. CP

Ersparnisse gibt es fast immer in einer Größenordnung zwischen 10 und 25 Prozent. Um sie aktivieren zu können, müssen aber die richtigen Stellhebel gewählt werden“, erläutert Ec4U-Director Mario Pufahl.

Durch den Einsatz von CRM-Anwendungen im SaaS-Modell können Unternehmen die Aufwendungen bei einer standardnahen Lösung sogar um 25 bis 40 Prozent reduzieren, rechnen die Experten vor. Dies resultiere nicht zuletzt daraus, dass bei der On-Demand-Variante keine Investitionen in Hard- und Software anfallen würden.

3. Kostentransparenz

Im Zusammenhang mit den niedrigeren Anfangsinvestitionen weisen die Ec4U-Berater auf die klar kalkulierbaren Betriebskosten hin: Durch Fixpreise pro Benutzer und Monat soll eine jederzeit transparente und planbare Kostensituation geschaffen werden. Auch die Aktualisierung und Erweiterung der CRM-Software werde in der Regel über die monatlichen Pauschalen abgedeckt, sodass zusätzliche Kosten dabei nicht anfallen würden.

4. Entlastung der eigenen IT

Ein weiterer wesentlicher Vorteil besteht laut Ec4U darin, dass die Bereitstellung der CRM-Anwendung über das Internet weniger Aufwand für die technische Implementierung verursacht. Dies soll nicht nur die personellen Ressourcen bei der Einführung des Systems schonen. Im Gegensatz zur On-Premise-Anwendung sollen die IT-Ressourcen auch für die kontinuierliche technische Betreuung mit Betrieb, Realisierung von Updates, Support etc. im eigenen Unternehmen gespart werden können.

5. Hohe Flexibilität

Vorteilhaft bei SaaS sei darüber hinaus die hohe Flexibilität, die die CRM-Mietlösungen in zunehmendem Maße versprechen. Der Verzicht auf aufwendige interne Systemimplementierungen, so die Einschätzung der Ec4U-Analysten, bewirkt, dass bei veränderten fachlichen Anforderungen im Gegensatz zum Inhouse-Betrieb flexibel und mit geringem Zeitverzug auf die individuellen Marktbedürfnisse reagiert werden kann. CW

mittels RSS-Feed und anderer Web-2.0-Tools. 71 Prozent der befragten Firmen wollen so in den Besitz vertrieblich wertvoller Informationen über Marktregionen, Kunden und Branchen gelangen (2008: 68 Prozent).

Noch deutlicher hat das Social Networking an Bedeutung gewonnen: Von einer effizienten CRM-Lösung würden dieses Jahr rund 72 Prozent der Interviewten bessere Unterstützung bei der Nutzung von Business-Communities wie etwa Xing oder LinkedIn erwarten. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies laut Studie einer Steigerung von neun Prozent.

Darüber hinaus erwartet jeder Zweite Funktionen zur benutzerindividuellen Wiedervorlage (53 Prozent). Auf der Wunschliste der befragten CRM-Manager stehen ebenfalls ein umfassenderer Datenzugriff (58 Prozent), Möglichkeiten zur selbstständigen