

# CRM on Demand erweist sich als zeitgemässe Strategie

ec4u-Studie: Klar planbare Betriebskosten und schnellere Einführung zählen zu den Hauptargumenten.



VON DR. MARTIN STADELMANN\*

CRM-on-Demand-Konzepte stellen für die meisten Unternehmen eine zeitgemässe Alternative zum klassischen Inhouse-Betrieb von Kundenmanagementlösungen dar. Nach einer Erhebung von ec4u expert consulting stehen dabei vor allem die transparenten und klar planbaren Betriebskosten als Entscheidungsmotiv im Vordergrund.

«Das SaaS-Modell ist im Markt angekommen und genießt inzwischen eine breite Zustimmung», bewertet der Schweizer Geschäftsführer und CRM-Experte der ec4u Dr. Martin Stadelmann die Ergebnisse der unter fast 300 Mittelstands- und Grossunternehmen durchgeführten Befragung. «Die Akzeptanz hat sich in den letzten Jahren sogar deutlich oberhalb der Verbreitung von Mietsoftware für andere Anforderungen entwickelt.» So urteilen zwei von fünf der Firmen, dass sich hinter CRM-on-Demand «auf jeden Fall» eine zeitgemässe Strategie verbirgt, weitere 35 Prozent denken tendenziell in eine ähnliche Richtung. Lediglich ein gutes Viertel kann sich derzeit noch nicht mit dem Gedanken anfreunden, dass der Betrieb der Lösung für das Kundenmanagement nicht in der eigenen Obhut erfolgt. Völlig ausschliessen wollen dies gegenwärtig jedoch nur sieben Prozent der Befragten.

Wer ein positives Votum abgegeben hat, für den steht meist im Vordergrund, dass über das CRM-Mietmodell längerfristig klar planbare Betriebskosten entstehen. Diesen Aspekt betonen 62 Prozent als Vorteil für On-Demand-Lösungen. Für ähnlich viele ist zudem der schnelle Einführungsprozess ein Argument für diesen Ansatz. Etwa die Hälfte der Befragten betont zudem die Investitionskostenersparnisse.

Aber auch dass der Einsatz von CRM ohne die interne IT-Abteilung möglich ist sowie flexible Anpassungen beim Leistungsprofil und dem Nutzerkreis vorgenommen werden können, sprechen für einen Grossteil der Befragten für den SaaS-Ansatz. Das geringere Investitionsrisiko und die Möglichkeit, eine On-Premise-Migration vornehmen zu können, spielen nur für 37 bzw. 33 Prozent eine besondere Rolle.

«Das CRM-on-Demand-Konzept ist von der Grundidee recht einfach und bietet gerade deshalb eine Reihe Nutzen-vorteile, die den heutigen Bedürfnissen der Unternehmen entsprechen», sieht Dr. Martin Stadelmann auch für die weitere Zukunft positive Perspektiven dafür im Markt. Allein die Implementierung und immer komplexeren Bedingungen für den Betrieb von Anwendungen verschlingen meist so viele Ressourcen, dass die Gestaltung der Prozesse als Kernaufgabe oftmals etwas aus dem Blickfeld gerate. «Die Leistungspotenziale finden sich jedoch vornehmlich in den CRM-Prozessen und nicht in der technischen Implementierung, sodass durch On-Demand-Lösungen automatisch eine Konzentration auf die Nutzenqualität bewirkt wird», betont Dr. Stadelmann.

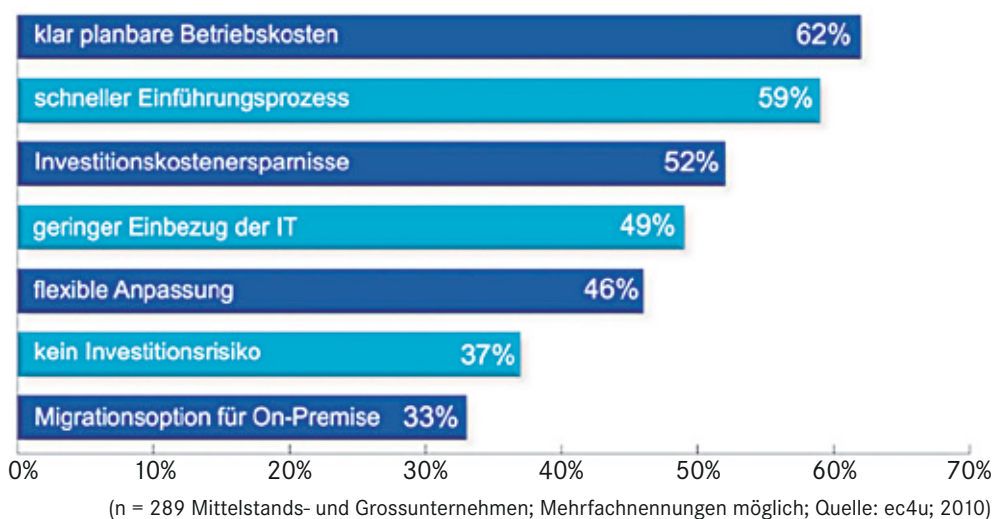
## Praxistipps für die Auswahl von CRM-on-Demand-Lösungen

*ec4u expert consulting definiert Matrix mit den Mindestanforderungen*

Bei der Einführung neuer Lösungen für das Kundenmanagement spielen inzwischen CRM-on-Demand-Konzepte als Alternative zu herkömmlichen Inhouse-Systemen eine immer grössere Rolle. Allerdings können die Angebote im Markt je nach Produktphilosophie und Zielgruppenausrichtung erhebliche Unterschiede aufweisen. Die ec4u expert consulting ag hat deshalb zur Unterstützung der Unternehmen für ihre Auswahlentscheidungen eine Matrix der Mindestanforderungen definiert. Neben den individuellen Vereinbarungen zur Datensicherheit sind dies:

1. **Bedarfsgerechtes Funktionsprofil:** Dazu gehören neben der Planung und Realisierung von Kampagnen einschliesslich des E-Mail-Marketings insbesondere das Interessen-, Kunden-, Aktivitätenmanagement und Berichtswesen.
2. **Unmittelbare Einsatzmöglichkeit:** Die Lösung muss gewährleisten, dass die Mitarbeiter praktisch in wenigen Minuten durch Eingabe ihrer Berechtigungen auf wesentliche Informationen wie Verkaufschancen, Kunden, Personen und Aktivitäten zugreifen können.

## Welche Aspekte sprechen besonders für CRM-on-Demand-Lösungen?



3. **Nahtlose Migration von Daten:** Alle in anderen Systemen gespeicherten Kontakte, Neukunden, Opportunities usw. müssen sich problemlos über leicht bedienbare Anwenderhilfen in ein CRM-on-Demand übernehmen lassen.
4. **Unkomplizierte Backoffice-Integration:** Die Nutzqualität der CRM-Anwendung resultiert wesentlich aus ihrer vollständigen Einbindung in die vorhandene IT-Architektur. Dafür sind vom CRM-Lieferanten XML-basierte Webservice-APIs für eine einfache Integration anzubieten.
5. **Mehrsprachigkeit der Anwendung:** Um Optionen für einen internationalen Einsatz nutzen zu können, sollte die On-Demand-Anwendung in mehreren Landessprachen bereitgestellt werden. Dies schliesst die vollständige Unterstützung aller Währungen und Internationalisierungsmöglichkeiten zur Erstellung von Datenfeldern für Rechnungs- und Versandadressen sowie Telefonnummern ein.
6. **Einfache Abbildung der bestehenden Geschäftsprozesse:** Die CRM-Lösung muss sich einfach in die betrieblichen Abläufe integrieren lassen, deshalb bedarf es vorgefertigter Prozeduren für individuelle Konfigurationen, die von den fachlichen Anwendern im Idealfall selbstständig durchgeführt werden können.
7. **Intuitive und leicht bedienbare Oberfläche:** Vorteilhaft ist es, wenn die Benutzer der CRM-on-Demand-Lösung eine Oberfläche entsprechend dem Umfeld der Desktop-Anwendungen vorfinden. Dies reduziert den Schulungsaufwand und steigert die Akzeptanz.
8. **Intelligente Benutzerunterstützung:** Notwendig sind für eine effiziente Nutzung und hohe Akzeptanz der Mitarbeiter unbedingt kontextsensitive Hilfen, integrierte Lernprogramme und ein einschränkungsloser telefonischer Support durch den CRM-Anbieter.
9. **Skalierbarkeit der Lösung:** Unternehmen sind sehr dynamische Organisationen mit hohem Veränderungsgrad. Dies verlangt als Konsequenz auch eine skalierbare CRM-

Lösung für die flexible Erweiterungs- bzw. Veränderungsmöglichkeit des Nutzerkreises.

10. **Option für eine spätere Migration zu einem On-Premise-Modell:** Damit kann das Anwenderunternehmen sicherstellen, dass es im Falle einer neuen strategischen Positionierung oder aus anderen Gründen problemlos in einen klassischen Inhouse-Betrieb überwechseln kann.

So vorteilhaft die On-Demand-Variante in vielen Fällen für Unternehmen auch ist, so risikoreich kann sich eine Entscheidung entpuppen, wenn die Marktevaluierung oberflächlich vorgenommen wird. Es muss sogar eine genauere Analyse der Marktangebote vorgenommen werden, da neben dem Leistungsprofil der CRM-Lösung auch die Servicequalität des Lösungspartners einen erfolgskritischen Faktor darstellt.

\* DR. MARTIN STADELMANN, Mitbegründer und Hauptdozent des Master-Studiengangs «Customer Relationship Management (MAS CRM)» an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) sowie Dozent für Betriebswirtschaftslehre an der Universität St.Gallen sowie Geschäftsführer der ec4u expert consulting (schweiz) ag. Sein fachlicher Fokus liegt in den Bereichen CRM-Strategie, -Prozesse sowie in der kundenorientierten Organisationsgestaltung.