

30. März 2011

im

Konferenzzentrum
München

Die Messe für innovative Marketing- Strategien

- Online-Marketing
- Direkt-Marketing
- CRM

CRM-2.0-Barometer

PFLICHT-PROGRAMM: CRM-SOCIAL-NETWORKING

Im aktuellen CRM-2.0-Barometer von ec4u Expert Consulting sprechen sich über 70 Prozent der über 200 Befragten dafür aus, dass sich neue CRM-Lösungen vor allem durch zusätzliche Internet-, Mobil- und Networking-Funktionen charakterisieren sollen. Fast jedes dritte Unternehmen kann sich vorstellen, aufgrund der veränderten Bedarfssituation innerhalb der nächsten zwei Jahre auf Systeme mit CRM-2.0-Charakter umzuschwenken. So sollen diese in den Augen von 82 Prozent der Befragten (plus fünf Prozent gegenüber 2009) eine bessere Anbindung der mobilen Systeme wie Laptops, PDAs oder Blackberrys aufweisen. Ebenso groß ist das Interesse an einer besseren Web-Integration von CRM. Der direkte Zugang mittels RSS-Feeds, iGoogle, Newsletter und so weiter zu vertriebslich nützlichen Informationen über Kundenunternehmen, relevante Personen und Marktverhältnisse steht für 83 Prozent vorne auf der Wunschliste. 2008 hatten mit 68 Prozent noch deutlich weniger Firmen diesen Anspruch zu Protokoll gegeben.

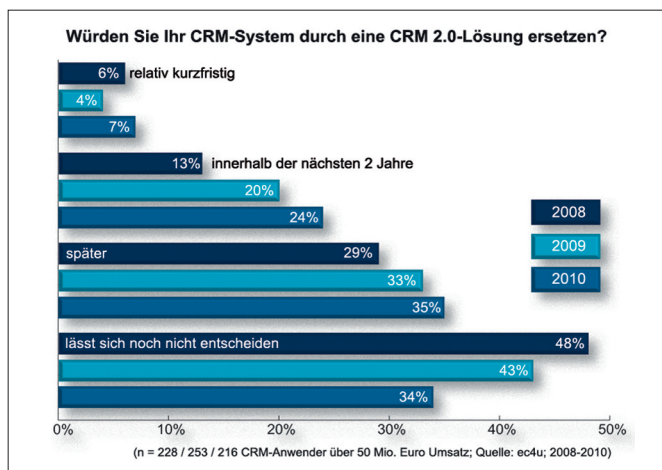
Ebenso deutlich hat sich das Interesse an Social Network-Funktionen entwickelt. So erwarten inzwischen vier von

fünf Sales- und Marketingverantwortlichen von den CRM 2.0, dass eine Unterstützung bei der Nutzung der Business-Communities möglich ist. Dies entspricht einer Steigerung von 17 Prozent gegenüber der Vergleichserhebung vor zwei Jahren.

Gleichzeitig wird mit der neuen Generation an CRM-Systemen die Erwartung verbunden, dass sie eine stärkere vertriebliche Hilfe als heute bieten. So wünschen sich drei von vier der Befragten, dass die Lösung automatisch Auftragsprognosen erstellt. Fast zwei Drittel erwarten zudem, dass dem Vertriebsmitarbeiter gezielte Vorschläge für Leads unterbreitet werden. Das Interesse daran stagniert hingegen im Vergleich zu den Vorjahren ebenso wie an der Funktion, benutzerindividuelle Wiedervorlagen bereitzustellen. Dagegen ist ein größeres Interesse an einem umfassenderen Datenzugriff entstanden. Er wird aktuell von 63 Prozent gefordert, 2008 verlangten ihn noch 9 Prozent weniger. Auch ein einfacheres Handling des CRM-Systems liegt immer mehr Verantwortlichen für das Kundenmanagement am Herzen.

> **Kennziffer: ecm21256**

Der Druck, die bestehende CRM-Lösung durch eine mit Web-2.0-Features zu ersetzen, wächst. 29 Prozent der Befragten möchten diesen Schritt in den nächsten zwei Jahren machen.



Unsere Partner:



**Content Management
KUNDENDIALOG
AUF TWITTER**

SAS erweitert sein Angebot für das Kundenmanagement im Social-Media-Umfeld: SAS Conversation Center hilft Unternehmen, die Reichweite, Relevanz und Tonalität von Tweets schneller zu erfassen und zielgenauer darauf zu reagieren. Die Lösung ergänzt SAS Social Media Analytics und ist ein weiteres Modul der Marketingplattform SAS Customer Intelligence. SAS Conversation Center wird ab Januar 2011 verfügbar sein. Die neue Lösung analysiert den Einfluss eines Twitterers, indem sie Faktoren wie die Zahl der Tweets, Inhalte und Menge der Diskussionen bewertet. In einem zweiten Schritt kategorisiert SAS Conversation Center die Tweets danach, welchen Unternehmensbereich sie thematisch ansprechen – Kundendienst, Öffentlichkeitsarbeit oder Qualitätssicherung. Mit einer Analyse der Tonalität des Tweets lässt sich einschätzen, ob eine negative oder positive Meinung zu den Produkten, Dienstleistungen oder dem Ruf des Unternehmens abgegeben wurde. Die Lösung setzt fortgeschrittene, in der Praxis bewährte Textanalyseverfahren ein, um Tweets automatisch und mit hoher Zuverlässigkeit zu interpretieren.

> **Kennziffer: ecm21279**

+++ TICKER +++ TICKER +++

VIDEOPORTALE: KEINE HAFTUNG FÜR USER-UPLOADS

Für die Uploads geschützter Inhalte durch User müssen Online-Videoportale nicht haften. Zumindest hat das Oberlandesgericht (OLG) Hamburg in einem Urheberrechtsverfahren gegen die Betreiber des Social Video Network sevenload.com zugunsten der Plattform entschieden. Dem Urteil zufolge macht sie sich „die von Nutzern hochgeladenen Videos nicht zu eigen und muss sich nicht als Täter, Teilnehmer oder Störer einer Urheberrechtsverletzung verantworten“.

3D-DRUCKERN DROHT PIRATERIE-VORWURF

Wenn 3D-Drucker weite Verbreitung finden, werden sie auf Widerstand als angebliches Piraterie-Werkzeug stoßen. Davor warnt die Non-Profit-Organisation Public Knowledge: „Wie zuvor schon bei Druckerpresse, Kopiergerät und PC, werden manche den 3D-Druck als störende Bedrohung erachten.“ Speziell könnten einzelne Unternehmen schärfere Gesetze fordern, um sich vor unbefugten Kopien ihrer Produkte zu schützen. 3D-Drucker wären somit für Hersteller physischer Gegenstände quasi das, was für die Content-Industrie das Internet ist.

**Internet-Sicherheit
ERSTE-HILFE-PRAXIS
FÜR KMUS**

VeriSign, Anbieter von Infrastrukturdiensten, hat eine Online-Erste-Hilfe-Praxis gestartet, die kleine und mittelständische Unternehmen professionell beraten will, wie sie ihre Webseiten anpassen können, um das Kundenvertrauen zu steigern. Auf der Erste-Hilfe-Anlaufstelle (URL siehe Kennziffer) können Unternehmen per E-Mail Fragen einreichen, die dann live auf

VeriSign für KMUs beantwortet werden. Beratung gibt es zu einer Vielzahl von Themen wie Online-Sicherheit und Technologien wie Extended-Validation-SSL-Zertifikate und Authentifizierung. Folgende Maßnahmen können KMUs aber bereits jetzt treffen, um das Vertrauen in die Webseite zu erhöhen:

- Webseite auf Malware scannen
- Persönliche Kundendaten mittels SSL-Zertifikat verschlüsseln
- Kontaktdaten sichtbar anzeigen

> **Kennziffer: ecm21278**

**Enterprise Content Management
THESEN ZUM
ECM-MARKT**

ECM-Anbieter d.velop erwartet für die nächsten Jahre Veränderungen in den Marktbedingungen und Lösungskonzepten für das Enterprise Content Management. Sieben Thesen dazu:

1. Die Bedienung der ECM-Software erhält höhere Benutzerfreundlichkeit, weil dies die Produktivitätsansprüche der Anwender verlangen. Deshalb wird der Markterfolg von Anbietern künftig davon abhängen, wie sie ihren bisherigen Fokus auf technische Parameter verändern und stattdessen den Benutzer in den Mittelpunkt rücken.
2. Der Implementierungsaufwand wird geringer, weil sich in der ECM-Entwicklung Prinzipien der Einfachheit durchsetzen.
3. Es steht eine neue Digitalisierungswelle bevor, die auch das Potenzial für ECM-Lösungen erweitert: Es besteht das Phänomen, dass in wachsendem Maß die Digital-Native-Generation als Mitarbeiter in die Unternehmen eintritt. Sie pflegen einen umfangreichen Umgang mit digitalen Medien und werden höhere Ansprüche an die elektronische Infrastruktur in die Betriebe hineinragen.
4. Die Konsolidierung des Marktes wird an Dynamik gewinnen, weil viele ECM-/DMS-Anbieter nicht die kritische Größe erreichen. Hinzu kommt, dass angesichts der wachsenden Internationalisierungsbestrebungen auch bei KMUs

die Präsenz des Anbieters über lokalen Landesgrenzen hinaus zu einem wettbewerbskritischen Aspekt wird.

5. ECM wird sich zum integralen Bestandteil im Prozessmanagement und damit zu einem Pflichtprogramm für die Unternehmen entwickeln: Der dynamische Wandel von funktionsorientierten hin zu – elektronisch gesteuerten – prozessorientierten Strukturen in den Firmen erzeugt zwangsläufig größere Erfordernisse an den elektronischen Zugriff auf Dokumente und Content entlang der Geschäfts- und Sachbearbeitungsabläufe. Ansonsten würde es zu erheblichen Medienbrüchen kommen, die sich negativ in der Prozessqualität und Prozessgeschwindigkeit niederschlagen.
6. OpenSource-Lösungen werden vorläufig eine Randerscheinung bleiben: Zwar verzeichnet die gesamte OS-Welt steigende Akzeptanz bei professionellen Anwendern, andererseits stehen den Verlockungen weitere Nachteile gegenüber. Dazu gehören funktionale Begrenzungen, Integrationshürden und fehlende Verbindlichkeiten, was die technische Weiterentwicklung betrifft. .
7. SaaS bekommt als Alternative für ECM-Lösungen einen hohen Stellenwert: Sowohl die demografische Entwicklung bei den Entscheidern als auch die fortlaufende technische Weiterentwicklung der Softwarelösungen erlauben die Nutzung von Funktionen und Lösungen als Service über das Internet.

> **Kennziffer: ecm21284**