

Link: <https://www.computerwoche.de/a/bi-mit-crm-verzahnen,1895134>

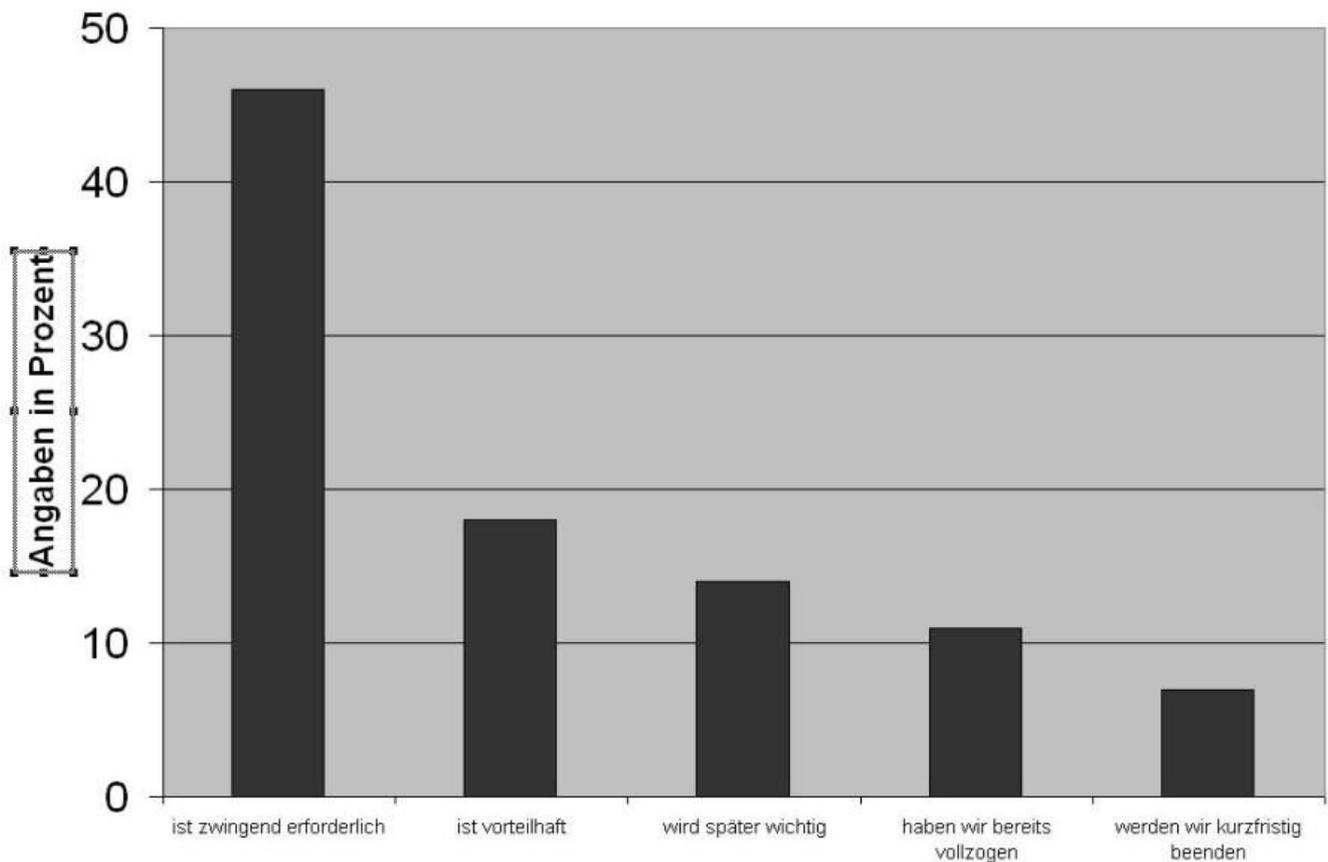
Integration neu auf der Agenda

BI mit CRM verzahnen

Datum: 11.05.2009

Fast die Hälfte der Anwender ist inzwischen zur Ansicht gelangt, dass Business Intelligence (BI) und Customer Relationship Management (CRM) stärker miteinander verzahnt werden sollten. Das ergab eine Umfrage von Avantgarde CRM Consulting.

Die Integration zwischen CRM und BI ...



Für fast die Hälfte der Befragten ist eine Verzahnung von BI und CRM zwingend erforderlich.

Die Zeichen stehen auf Integration, weil den Unternehmen eine schnellere Verfügbarkeit von Leistungskennzahlen und insgesamt eine bessere Entscheidungsbasis geboten scheinen. Das geht aus einer Studie hervor, für die die Berater der **Avantgarde CRM Consulting GmbH**¹ etwa 300 CRM-Anwender mit einem Umsatz von jeweils über 50 Millionen Euro befragt haben. 46 Prozent erachten es als zwingend erforderlich, ihr Kundenmanagement mit BI zu "verheiraten". Weitere 18 Prozent halten diesen Ansatz zumindest für vorteilhaft.

In der Umsetzung hinken die Firmen allerdings noch hinterher: Lediglich 11 Prozent haben die Integration in umfassendem Maße vollzogen, etwa doppelt so viele teilweise. 7 Prozent wollen CRM und BI kurzfristig zusammenführen, 14 Prozent zu einem späteren Zeitpunkt.

Strategischer Blick auch im Tagesgeschäft erwünscht

Die Vorteile einer Integration liegen aus Sicht der Unternehmen auf der Hand: Jeweils 60 Prozent gehen von einer transparenteren **Leistungsqualität im Kundenmanagement**² sowie von günstigeren Entscheidungsbedingungen aus. Mehr als die Hälfte erhofft sich durch den Zugriff auf BI-Anwendungen einen strategischeren Blick im Tagesgeschäft, 47 Prozent eine bessere Verwertbarkeit der Daten im operativen Alltag. Nur ein Drittel allerdings denkt, dass eine Integration zu einer größeren Akzeptanz von CRM bei den Benutzern führen würde.

Kundenmanagement ohne angegliederte BI erweise sich zunehmend als "CRM mit angezogener Handbremse", sagt Avantgarde-Geschäftsführer Zoran Saric. Ein Umdenken hält er ohnehin für überfällig: "Der Vertriebsbereich bewegt sich in Kategorien wie Kundensegmentierung, Terminplanung oder Vertriebscontrolling - und nicht in technischen Silos wie CRM, Data Warehouse und **ETL (Extract, Transform, Load)**³."

Links im Artikel:

¹ <http://www.avantgardecrm.de/>

² https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1892534/

³ <https://www.cio.de/knowledgecenter/bi/821741/index4.html>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.