

Link: <https://www.computerwoche.de/a/crm-systeme-haengen-anspruechen-hinterher,1906988>

Kundenmanagement 2.0

CRM-Systeme hängen Ansprüchen hinterher

Datum: 05.10.2009
Autor(en):Diego Wyllie

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.

Anwender erwarten von CRM-Systemen der zweiten Generation mehr Unterstützung bei der Verkaufsförderung.

Foto:

Nach Einschätzung von 41 Prozent der rund 250 befragten Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro erweisen sich die Funktionsprofile gegenwärtiger **Kundenmanagement**¹-Lösungen noch zu sehr als kontrollierend. Nur 20 Prozent der Interviewten halten ihr gegenwärtiges System für prinzipiell auf die **Vertriebsförderung**² 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.

Hohe Ansprüche an Funktionalität

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**³-, 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**⁴ wie Laptops, PDAs oder **Smartphones**⁵ geäußert haben, sind es in diesem Jahr bereits 77 Prozent.

"Die Informations- und Kommunikationswege der Vertriebsprozesse sind inzwischen vielfältiger geworden, deshalb sind die Erwartungen der CRM-Anwender auch anspruchsvoller und steigen weiter", bewertet Mario Pufahl, Director CRM-Beratung bei **Ec4u Expert Consulting**⁶, die Studienergebnisse.

CRM muss Web 2.0-fähig werden

Modernes CRM bedeutet für die Anwender darüber hinaus eine bessere Integration von CRM- und **Social Web**⁷-Technologien, wie der direkte Zugang mittels RSS-Feed und anderen **Web 2.0**⁸-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**⁹ an Bedeutung gewonnen: Von einer effizienten **CRM**¹⁰-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 neuen Prozent.

Darüber hinaus erwartet jeder Zweite Funktionen zur benutzer-individuellen Wiedervorlage (53 Prozent). Auf der Wunschliste der befragten **CRM**¹¹-Manager steht ebenfalls ein umfassender Datenzugriff (58 Prozent), Möglichkeiten zur selbstständigen Realisierung kleinerer **Kampagnen**¹² durch den einzelnen Vertriebsmitarbeiter (49 Prozent), sowie eine höhere Benutzerfreundlichkeit (58 Prozent).

Unmittelbare Sales-Unterstützung gefragt

Doch vor allem im 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 Web-Integration und die Ausrichtung auf beziehungsorientierte Vertriebsabläufe werden **Kundenmanagement**¹³-Systeme der zweiten Generation eine höhere Produktivität und Erfolgseffizienz für die Sales-Mitarbeiter versprechen können" zeigt sich CRM-Experte Pufahl überzeugt.

Links im Artikel:

- ¹ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1889734/
- ² https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1888024/
- ³ <https://www.computerwoche.de/mittelstand/1903269/>
- ⁴ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/crm/1896509/
- ⁵ <https://www.computerwoche.de/software/crm/1906419/>
- ⁶ <http://www.ec4u.de/sites/germany/de/Seiten/Start.aspx>
- ⁷ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1891831/
- ⁸ <https://www.computerwoche.de/index.cfm?pid=509&pk=1866746>
- ⁹ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/Social-Networks.html>
- ¹⁰ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/crm/1892540/
- ¹¹ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1894658/
- ¹² https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1887516/
- ¹³ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1889734/