Link: https://www.computerwoche.de/a/der-bedarf-waechst,2365315

On Demand im Kundenmanagement

Der Bedarf wächst

Datum: 23.02.2011
Autor(en): Elke Senger-Wiechers

Immer mehr Unternehmen setzen auf die Cloud, wenn es um ihr Kundenbeziehungsmanagement geht. Besonders CRM-On-Demand-Lösungen boomen in den anglo-amerikanischen Ländern. Sie erweisen sich als derart schnell und einfach zu implementieren, dass sich Fachabteilungen bereits ohne Absprache mit der IT für eine Software entscheiden.

Für das Mietmodell als Software-as-a-Service (SaaS) im Customer Relationship Management (CRM) prognostizieren die US-Marktforscher von Gartner bis 2014 weltweit ein jährliches Umsatzwachstum von 12,9 Prozent auf über vier Milliarden US-Dollar (2,95 Milliarden Euro). CRM On Demand ist damit nach Content, Communications und Collaboration (CCC) die zweitgrößte Softwaresparte in der Wolke.

[Hinweis auf Bildergalerie:] gal1

Deutsche Unternehmen noch skeptisch

eMagazin SPOT zum Thema CRM On Demand



Foto: Rika Beisenherz

In den anglo-amerikanischen Ländern ist CRM als Software as a Service in der Cloud schon auf einem guten Weg. Datenschutz und Sicherheit sind hingegen in Deutschland die Themen, die nicht wegzureden sind und zudem das Wachstum bremsen. Dennoch: In Hinsicht auf das Kundenbeziehungsmanagement sind inzwischen schon einige Unternehmen in großem Stile eingestiegen.

Gerade vor vier Jahren gestartet arbeiten beim Recyclingspezialisten Interseroh SE derzeit schon über 1000 Mitarbeiter mit CRM on demand. Mittelfristig, so ist der CRM-Experte von Oracle Elmar Neuwirth überzeugt, haben beide Modelle - on demand wie on premise - ihre Berechtigung.

- **Mehr**[1] dazu in der aktuellen SPOT

In Deutschland setzt sich der Trend erst allmählich durch. Wie eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Deloitte zeigt, hegt die Mehrheit der befragten Unternehmen Vorbehalte gegenüber der Cloud. Über 50 Prozent fürchten, die Kontrolle oder ihre Daten zu verlieren, für nahezu die Hälfte sind offene Compliance- und Rechtsfragen die Hauptgründe, die gegen Cloud Computing sprechen.

Fast ein Drittel hat mangelndes Vertrauen in die Leistungs- und Lieferfähigkeit der Anbieter. "Die Anwender haben Bedenken hinsichtlich Datenschutz, Vertrauen und Zuverlässigkeit", erklärt sich auch Wolfgang Martin die zurückhaltende Investitionsbereitschaft für On-Demand-Services. Erste Softwarehäuser bieten ihren Kunden daher neben der Datenspeicherung in der Public Cloud bereits ein Hosting in der Private Cloud an. Hier werden Management und Betrieb der Cloud innerhalb eines Unternehmens abgewickelt. Ebenso verlagert etwa das US-Softwareunternehmen Oracle sein erstes Rechenzentrum nach Europa, um das Vertrauen zu erhöhen und gleichzeitig dem europäischen Datenschutzrecht zu entsprechen.

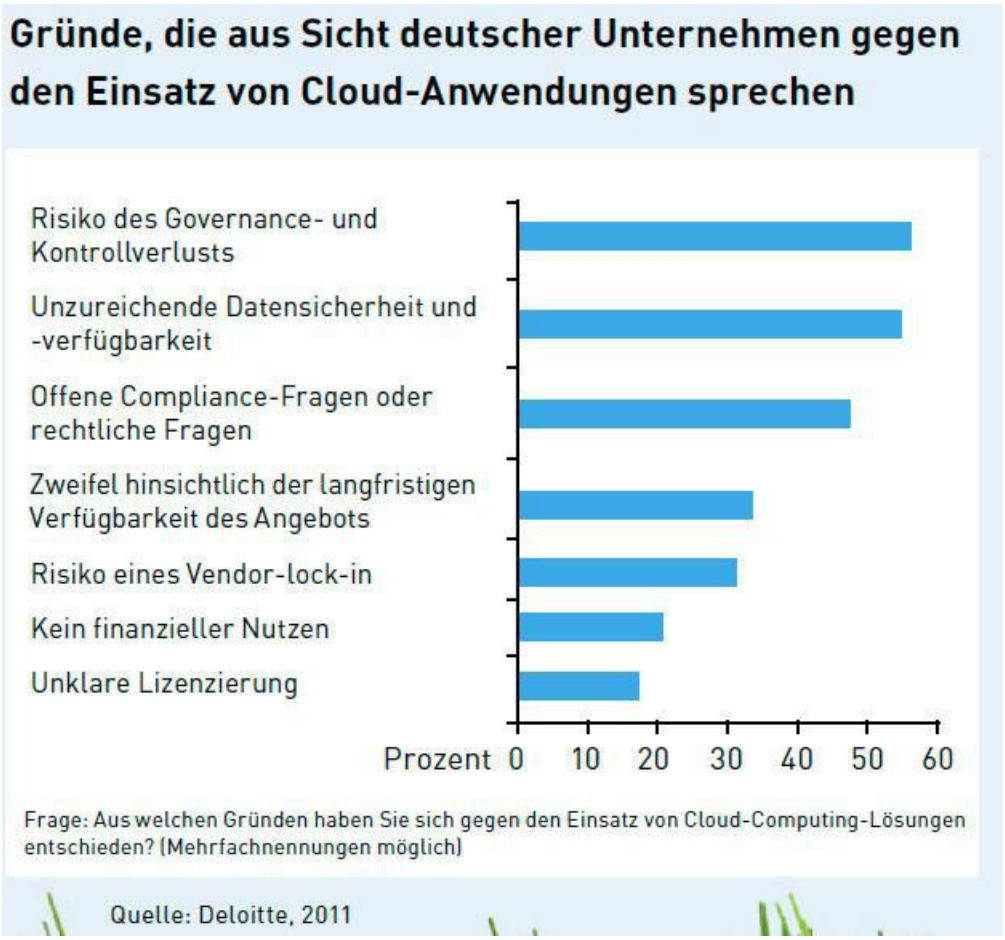


"Die Anwender haben Bedenken hinsichtlich Datenschutz, Vertrauen und Zuverlässigkeit", sagt CRM-Experte Wolfgang Martin.
Foto: Wolfgang Martin

In Bezug auf die Datensicherung sieht der langjährige CRM-Analyst Martin besonders für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU s) Vorteile: "Die Unternehmensdaten sind in der Cloud oft sicherer als im eigenen Unternehmen - sowohl was das Backup als auch den externen Zugriff betrifft." Interessant sei die SaaS-Variante auch für KMU s, die weltweit agieren und an verschiedenen Standorten sehr kleine Niederlassungen betreiben. "In der Cloud lässt sich die gleiche Software weltweit einsetzen, ohne Installations- und Support-Aufwand vor Ort", beschreibt er ein vorstellbares Szenario. Als weiterer Vorteil gelten die regelmäßigen automatischen Updates und Release-Wechsel, die die Anbieter im Hintergrund einspielen. Ein aufwendiges Customizing der On-Demand-Software ist somit nur eingeschränkt möglich.

On Demand spart Zeit und Kosten

Damit richtet sich CRM on Demand zum ersten Mal seit dessen Einführung vor rund zehn Jahren nicht mehr nur an eine bestimmte



Kontrollverlust und Datensicherheit sind die Hauptgründe für Anwender, sich gegen Cloud Computing zu entscheiden, so Ergebnisse einer Studie von Deloitte.
Foto: Deloitte

Zielgruppe. "Die Lösungen lassen sich zwischenzeitlich für alle Unternehmen gleich verwenden, egal ob für einen oder 100.000 Mitarbeiter", erklärt das Mitglied des CRMExpertenrates, ein vierköpfiges Gremium, das grundsätzliche Fragen des CRM und dessen praktischer Umsetzung analysiert und bewertet. Doch nicht immer ist das On-Demand-Modell die bessere Alternative. Einen Kostenvergleich zwischen einer On- Demand- und einer On-Premise-Lösung hält Martin für unbedingt notwendig: "Viele Anbieter erlauben es zum Beispiel nicht, dass sich bei Lastspitzen die Lizenzen verdoppeln lassen." Dann, so Martin weiter, seien die hochgelobten Kostenvorteile hinfällig. Das Recyclingunternehmen Interseroh musste sich ebenfalls zwischen On Premise und On Demand entscheiden. Die Wahl fiel auf die CRM-On-Demand-Lösung von Oracle. Hauptkriterium für den CIO Uwe Dmoch war die Geschwindigkeit, mit der sich die Lösung implementieren ließ.

"Maverick-Deal" untergräbt IT-Kompetenz

Nicht immer gehen Unternehmen den Weg über die IT , um ein SaaS-CRM-Produkt zu integrieren. Was sich daraus entwickeln kann, ist als "Maverick-Deal" bekannt. "Die Fachabteilungen umgehen unter Verwendung ihres eigenen Budgets die IT -Abteilung und den Einkauf und haben innerhalb weniger Tage eine einsatzbereite Lösung", erläutert CRM-Experte Martin.

Dadurch werde zwar der Bedarf an einer CRM-Anwendung kurzfristig gedeckt, allerdings sei dies langfristig keine gute Lösung, da die Anbindung an ein vorhandenes ERP-System dann in der Regel nicht gewährleistet ist. Die im Wettbewerb als Vorteil geltende 360-Grad-Sicht auf die Kunden wird dadurch verhindert. Wer eine Insellösung vermeiden will, sollte daher einen Hersteller in Betracht ziehen, der möglichst viele verschiedene Funktionalitäten aus einer Hand anbietet. Die Softwareprodukte unterscheiden sich hier im Wesentlichen darin, ob Funktionalitäten wie etwa Social-Media-Tools oder Datenintegrationsplattformen von Drittanbietern zur Verfügung gestellt oder vom jeweiligen Hersteller selbst angeboten werden. Dies gilt auch hinsichtlich der vertikalen Tiefe der Applikationen.

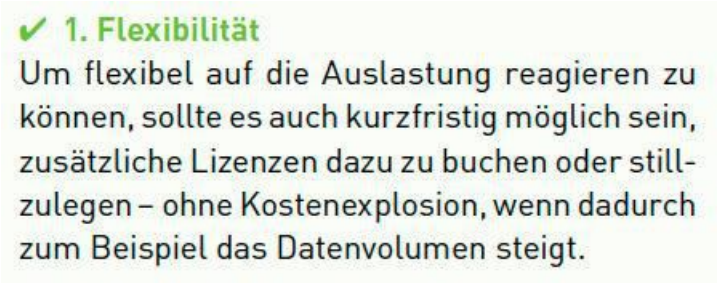
Die einzelnen Anbieter haben sich auf unterschiedliche Branchen wie zum Beispiel Life-Science oder Finance spezialisiert, für die sie maßgeschneiderte CRMLösungen vorhalten. Auch Praktiker Uwe Dmoch räumt ein, dass die Integration der CRM-On-Demand- Lösung in die bestehende Systemlandschaft eine Herausforderung war. Ein Aufwand jedoch, der sich offenbar gelohnt hat, da nun eine Transparenz über den gesamten Verkaufszyklus da ist und der Vertrieb systematisch gesteuert werden kann - nicht zuletzt mithilfe eines punktgenauen Forecasts.

Links im Artikel:

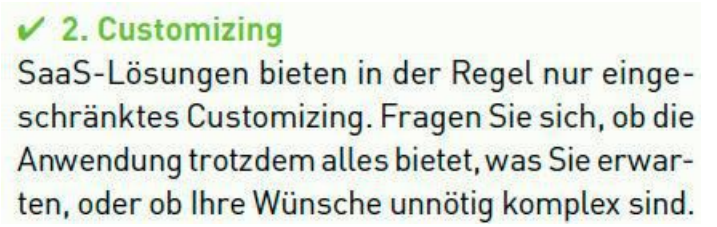
[1] **https://www.computerwoche.de/aktionen/oracle-crm/spot201102/**

Bildergalerien im Artikel:

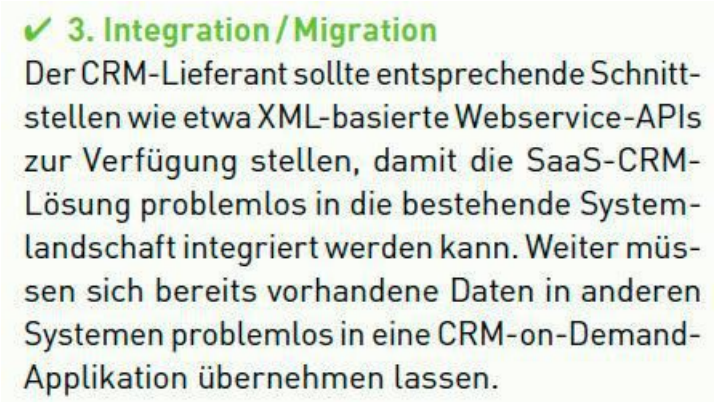
gal1



Checkliste CRM On Demand/1



Checkliste CRM On Demand/2



Checkliste CRM On Demand/4

✔ 4. Exit-Strategie

Vereinbaren Sie, was mit den Daten in der Cloud passiert, falls der Anbieter vom Markt verschwinden sollte oder Sie sich später für eine andere Lösung entscheiden. Zum einen sollte es eine vertraglich vereinbarte Kündigungsfrist geben, zum anderen muss sich der Anbieter dazu verpflichten, die Daten nach der Kündigung zu löschen. Ebenso ist zu prüfen, ob sich später problemlos von On Demand auf On Premise wechseln lässt.

✔ 5. Verfügbarkeit

Die meisten Anbieter garantieren in ihren Service-Level-Vereinbarungen eine Verfügbarkeit von 99,5 Prozent. Inwieweit diese überprüft wird, sollten Unternehmen genauer hinterfragen, da daraus ggf. Rückzahlungen geltend gemacht werden können.

✔ 6. Datenschutz

Der Vertrag muss die komplexe europäische Rechtslage berücksichtigen und sollte auf jeden Fall enthalten, dass es sich um eine Auftragsdatenverarbeitung handelt. Um ganz sicherzugehen, sollte ein Rechtsanwalt hinzugezogen werden. Ein kostenloser Leitfaden ist auf der Website des Verbandes EuroCloud Deutschland_eco (www.eurocloud.de) erhältlich.

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.