

Link: <https://www.computerwoche.de/a/mit-in-memory-den-turbo-beim-kundenmanagement-zuenden,2530282>

**360-Grad-Blick auf CRM-Aktivitäten**

## Mit In-Memory den Turbo beim Kundenmanagement zünden

**Datum:** 02.01.2013  
**Autor(en):** Andreas Schaffry

**Die Kundenmanagement-Lösung SAP 360 Customer soll eine Rundumsicht auf CRM-Prozesse schaffen und Unternehmen helfen, Abläufe zu Kunden schneller und effizienter durchzuführen.**

Unternehmen brauchen neue Interaktionsmöglichkeiten mit ihren Kunden, die über das traditionelle Customer Relationship Management (CRM) hinausgehen. Dafür soll die Lösung **SAP 360 Customer**<sup>1</sup> sorgen, die der Softwarehersteller SAP auf der Sapphire Now, die vom 13. bis 16. November 2012 in Madrid stattfand, ankündigte. Die neuartige Anwendung soll mobile Vertriebsmitarbeiter unterstützen sowie Transaktionen und Antwortzeiten beschleunigen. Eine Schlüsselkomponente der Kundenmanagement-Lösung ist laut SAP die **CRM**<sup>2</sup>-Anwendung SAP Customer Relationship Management (SAP CRM), die direkt auf der In-Memory-Plattform SAP HANA läuft.

### Echtzeiteinblick in Kundenbeziehungen

Hinzu kommen cloudbasierte Produkte wie **SAP Customer OnDemand**<sup>3</sup>, die Social-Software-Plattform **SAP Jam**<sup>4</sup> und mobile Lösungen. Unternehmen, die SAP 360 Customer einsetzen, können laut SAP ihre Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service verbessern und beim Kundenbeziehungsmanagement von folgenden Vorteilen profitieren.

1. Einblicke in Echtzeit: Umfassende Informationen über Kunden, deren Anforderungen und Präferenzen sollen Unternehmen dabei helfen, deren zukünftiges Verhalten besser einzuschätzen. Diese 360-Grad-Kundensicht basiert auf Informationen aus direkten Interaktionen mit dem Kunden, Backoffice-Transaktionen und öffentlich zugänglichen Daten aus sozialen Netzwerken.

2. Interaktion in Echtzeit: Echtzeitinformationen ermöglichen individuelle Interaktionen mit Kunden über alle Kommunikationskanäle hinweg. Unternehmen können dadurch sofort auf neue Informationen reagieren und ihre **Kundenbeziehungen**<sup>5</sup> besser pflegen, indem sie Problemlösungen anbieten, neue Produkte und Services vorstellen oder durch die Planung zukünftiger Aktionen.

### Künftig auch als RDS-Lösung verfügbar

3. Ausführung in Echtzeit: Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt, ob im Marketing, Vertrieb oder Service, sollen sofort durchgängige Kundenprozesse, die über das Frontoffice hinausgehen, ausführen und dadurch Beziehungen zu Kunden effizienter gestalten können. Unterstützt werden sie dabei von branchenspezifischen **SAP Best Practices**<sup>6</sup>.

SAP 360 Customer wird sowohl von SAP wie auch über Partner an Kunden vertrieben. Außerdem ist geplant, die von SAP HANA direkt unterstützte SAP-CRM-Lösung als eigenständige Rapid Deployment Solution (**RDS**<sup>7</sup>) anzubieten, die aus vorkonfigurierter Software, Implementierungsservices, Inhalten und Endanwender-Services besteht. Diese Schnellstartlösung sollen Kunden innerhalb von maximal zwölf Wochen und zum Festpreis installieren können.

### **Links im Artikel:**

- <sup>1</sup> <https://www.360customerview.com/gbl/home>**
  - <sup>2</sup> <https://www.computerwoche.de/a/die-crm-branche-waechst-und-wandelt-sich%2C1907344>**
  - <sup>3</sup> <http://www.news-sap.com/next-wave-of-sap-sales-ondemand-solution-advances-social-mobile-and-insightful-selling/>**
  - <sup>4</sup> <http://www.news-sap.com/sap-redefines-enterprise-social-software-with-new-cloud-offerings/>**
  - <sup>5</sup> <https://www.computerwoche.de/a/wie-sie-kunden-emotional-bindet%2C1900832>**
  - <sup>6</sup> <https://www.computerwoche.de/a/die-macher-von-best-practices-live-erleben%2C1935889>**
  - <sup>7</sup> <https://www.computerwoche.de/a/veka-fuehrt-crm-innerhalb-von-sechs-wochen-ein%2C2359810>**
-