

Link: <https://www.computerwoche.de/a/sechs-kostentreiber-fuer-crm-systeme,1930151>

Lösungen für das Kundenmanagement

Sechs Kostentreiber für CRM-Systeme

Datum: 23.02.2010
Autor(en):Christa Manta

Während viele Unternehmen höchsten Wert auf die Kundenpflege legen und hierfür CRM-Systeme einsetzen, wissen die wenigsten genau um deren Kosten Bescheid. Denn CRM-Systemlandschaften sind oft historisch gewachsen, technisch und organisatorisch heterogen und die damit verbundenen Kosten komplex und unübersichtlich. Das Beratungshaus ec4u hat sechs typische Kostentreiber für Kundenmanagementlösungen skizziert.

Zur optimalen Kundenpflege gehört auch ein optimales Kundenmanagementsystem. Doch um bei möglichst geringen Kosten den größtmöglichen Nutzen aus einer solchen Lösung zu ziehen, muss man sich auch der Kostenfallen bewusst sein. Sechs typische Kostentreiber beim Einsatz von CRM-Lösungen, die das Beratungshaus **ec4u**¹ in der Praxis entdeckt hat:

1. Keine ausreichende Berücksichtigung der Kostenverhältnisse in der Planungsphase

Ob ein Unternehmen eine neue **CRM-Lösung**² einführt, oder einen Systemwechsel plant: meist werden mehrere Alternativen gecheckt. Doch beschränken sich viele Unternehmen laut ec4u auf den Vergleich von strategischen, funktionalen und technischen Komponenten. Oft wird der Vergleich der Kosten über den gesamten Projektzeitraum hinweg hinten angestellt. Haben sich die Beteiligten aber erst einmal für ein bestimmtes System begeistert, fällt eine kritische Auseinandersetzung mit den Kosten und deren Vergleich mit den Wettbewerbern schwer.

2. Punktueller statt ganzheitlicher Kostenbewertung

Um ein Gesamtbild zu bekommen, müssen alle Kosten bewertet werden, die über den gesamten Projektzeitraum oder den gesamten Lebenszyklus der CRM-Lösung anfallen. Das **Total Cost of Ownership**³ (TCO⁴) beinhaltet somit nicht nur die Kosten für die Technologie, sondern auch jene für Prozesse sowie für das interne und externe Personal. Neben den Lizenz- und Wartungskosten müssen auch Projektaufwendungen wie Implementierung, Tests, Schulungen, Aufbau der Infrastruktur, Roll-out und Betriebskosten berücksichtigt werden.

3. Struktur und Herkunft von Kosten bleiben vielfach im Dunkeln

Nur wer weiß, wie sich die Kosten für sein **CRM-System**⁵ zusammensetzen, kann die richtigen Schrauben drehen und sparen, sagt das Beratungshaus ec4u. Um Licht ins Kostendunkel zu bringen, sollten Unternehmen besonderes Augenmerk auf drei Ebenen legen und diese qualitativ wie quantitativ untersuchen.

- Vertragliche Ebene: Die bestehende Lieferanten- und Dienstleistungsverträge sollten genau geprüft und mit den Angeboten am Markt verglichen werden. Dies gilt besonders für die Leistungs- und Servicekataloge, für **Service Level Agreements**⁶ und **SLA**⁷-Reports.
- Prozessuale Ebene und Kennzahlen: CRM-Prozessstrukturen und Kennzahlenverhältnisse sollen in Anlehnung an Standards und Best-Practices analysiert werden.
- Ebene der Kostenstrukturen: Für einen besseren Überblick über das Total Cost of Ownership (TCO) sollen Unternehmen die Gesamtkosten in einzelne Blöcke unterteilen. Investitions- und Lizenzkosten, die Kosten für Implementierung und Schulung der Mitarbeiter zählen zu den initialen Aufwendungen. Zu den laufenden Aufwendungen addieren sich der Betrieb, die Wartungs- und Supportkosten, sowie jene für Weiterentwicklung und Upgrades.

4. Eigenbetrieb statt CRM on demand

Unternehmen, die die Kosten für ihr Kundenmanagementsystem optimieren wollen, sollten laut ec4u auch **SaaS**⁸-Lösungen in Betracht ziehen. Denn CRM-Lösungen On-Demand sind flexibler, lassen sich leichter implementieren und die Kosten sind besser kalkulierbar. Doch gebe es auf dem SaaS-Markt sehr große Unterschiede, was das Leistungsprofil, die Produktphilosophie und die Zielgruppenausrichtung betrifft. Daher empfiehlt das Beratungshaus den Unternehmen, eine Matrix mit Mindestanforderungen zu erstellen. Hierzu gehören die Anforderungen an die Funktionen, aber auch die Anforderungen an die Datenmigration, die Abbildung von Geschäftsprozessen oder die Integration in Backoffice-Prozesse.

5. Einsparchancen durch CRM-Systemwechsel bleiben ungenutzt

Anbieter unterschätzen laut ec4u oft die Kostenersparnisse, die sich aus einem CRM-Systemwechsel ergeben können. Die neue Generation der **CRM-Lösungen**⁹ biete meist einen deutlichen Mehrwert gegenüber der alten, der die Kosten für den Wechsel rechtfertige. Indem man das Altsystem gegen ein neues, kostengünstigeres System austauscht oder durch ein SaaS bzw. Demand-Konzept ersetzt, lassen sich nach Erfahrung des Beratungshauses häufig die Gesamtbetriebskosten für das CRM optimieren.

6. Ausschließlich interne Kostenbewertung statt externer Vergleiche durch Benchmarks

Ob bestimmte Verfahren oder Prozesse das optimale an Effizienz und Wirtschaftlichkeit herausholen, lässt sich nur im Vergleich mit Unternehmen derselben Branche und ähnlichen CRM-Bedingungen herausfinden. Daher empfiehlt das Beratungshaus ec4u Unternehmen, externe Vergleiche und Benchmarks in Sachen CRM anzustellen. Diese würden durch ihre ergänzende Sicht wesentlich dazu beitragen, versteckte Kostentreiber zu identifizieren.

Links im Artikel:

¹ <http://www.ec4u.de/>

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/e/ECM.html>

³ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/t/TCO.html>

⁴ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/t/TCO.html>

⁵ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/c/CRM.html>

⁶ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/SLA.html>

⁷ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/SLA.html>

⁸ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/s/SaaS.html>

⁹ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/c/CRM.html>

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.