

Publikation: CRM-Forum  
Beitrag: Die On-demand-Zukunft des Kundenbindungsmanagements  
Autorin: Claudia Linsenmeier, Marketing Manager Central Europe, salesforce.com Germany GmbH  
Zeichen: ca. 7.400 (exkl. Überschrift)  
Kontakt: Maisberger GmbH, Isabelle Lissel-Erhard  
T: +49-89-41 95 99-61, M: isabelle.lissel-erhard@maisberger.com

## **Die On-demand-Zukunft des Kundenbindungsmanagements: Möglichkeiten und Vorteile webbasierter CRM-Lösungen**

*Der Markt bietet verschiedene Arten von CRM-Software zur Unterstützung des professionellen Kundenbindungsmanagements. Während es sich bei den meisten Applikationen um klassische "On-premise-Software", das heißt um installierte Lösungen handelt, entscheiden sich immer mehr Unternehmen für internetbasierte Anwendungen, so genannte Software as a Service (SaaS). Doch welche Kriterien sollten bei Auswahl und Betrieb von CRM-Software beachtet werden und worin liegt der Vorteil internetbasierter Lösungen?*

Der Aufbau einer Unique Selling Proposition (USP), oder zu Deutsch, von Alleinstellungsmerkmalen, durch die sich die Angebote eines Unternehmens deutlich von jenen des Wettbewerbes abheben, wird in Zeiten von Internet und Globalisierung zunehmend schwieriger. Werden Produkte und Dienstleistungen immer einfacher vergleich- und kopierbar, sind häufig Kundenkenntnis und Kundennähe die kritischen Erfolgsfaktoren für Unternehmen.

Als Schlüssel für die Beantwortung von Fragen zu Kundenerwartungen und -verhalten gilt Customer Relationship Management (CRM). Im Zentrum eines solchen Kundenbindungsmanagements stehen heute spezielle CRM-Tools, die es erlauben, kunden- und marktbezogene Informationen zu erfassen, zu strukturieren, zu speichern, aufzubereiten und intern zu verteilen.

Bei CRM-Systemen kann heute zwischen installierten und internetbasierten Lösungen unterschieden werden. Während erstere käuferseitig implementiert werden, stellt der Anbieter letztere als Dienstleistung "on-demand", das heißt über das Internet zur Verfügung. Neben einigen Faktoren, die für den Erfolg beider Varianten gelten, bieten internetbasierte CRM-Systeme wesentliche zusätzliche Vorteile. Für beide Arten jedoch ist zentral, dass sie von den Mitarbeitern akzeptiert werden, andernfalls werden die wichtigen Daten nur nachlässig gepflegt.

### **Kurze Einführungszeit wesentlich**

Der erste Ansatz, um die zukünftigen Nutzer für die neue Software einzunehmen, liegt im Bestreben, die Dauer der Einführung so kurz wie möglich zu halten sowie darin, die geplanten Anwender in das Projekt einzubinden. Nicht wenige Implementierungen stellen aufgrund ihrer Dauer und Komplexität die Geduld aller Beteiligten auf eine harte Probe. Hier punkten standardisierte, skalierbare Lösungen, die höchste Anpassbarkeit an verschiedenste Geschäftsanforderungen bieten. Gleichzeitig sollte die Applikation der Wahl über zahlreiche Integrationspunkte (Web APIs) in bestehende Anwendungen verfügen, um Systembrüche zu vermeiden. Entscheidet sich ein Unternehmen für eine On-demand-

Publikation: CRM-Forum  
Beitrag: Die On-demand-Zukunft des Kundenbindungsmanagements  
Autorin: Claudia Linsenmeier, Marketing Manager Central Europe, salesforce.com Germany GmbH  
Zeichen: ca. 7.400 (exkl. Überschrift)  
Kontakt: Maisberger GmbH, Isabelle Lissel-Erhard  
T: +49-89-41 95 99-61, M: isabelle.lissel-erhard@maisberger.com

Lösung, verkürzen sich Einführungszeit und -kosten zudem dadurch, dass Auswahl und Anschaffung von Hardware entfällt.

### **Webfunktionalitäten punkten bei Benutzerfreundlichkeit**

Benutzerfreundlichkeit ist oberstes Gebot für CRM-Applikationen. Wichtig ist vor allem, dass die Anwender selbst die Möglichkeit haben, die Programmoberfläche an ihre spezifischen Bedürfnisse und ihren persönlichen Arbeitsstil anzupassen. Idealerweise setzt der Anbieter der CRM-Software auf eine weborientierte Benutzerführung, deren Funktionalitäten den Anwendern bereits aus dem Internet vertraut sind und nicht erst mühsam erlernt werden müssen. Anbieter internetbasierter CRM-Lösungen bieten eine solche Funktionalität eher, als Anbieter klassisch installierter Applikationen.

### **Verschiedene Datensichten**

Ein weiteres Kriterium, durch das sich eine gute CRM-Software auszeichnet, ist die Möglichkeit, zwischen einer Gesamtdatensicht und abteilungs- bzw. rollenspezifischen Teildatensichten wechseln zu können. Je nach Position und Aufgaben benötigen die Mitarbeiter mehr oder weniger Informationen bzw. unterschiedlich tief gegliederte Daten. Auch ist aus Gründen der Vertraulichkeit nicht jede Information für jeden Nutzer gleichermaßen bestimmt.

### **Regelmäßige Wartung kontra tagesaktuelle Programmversion**

Wie jede Software bedürfen auch CRM-Lösungen regelmäßiger Wartung und Upgrades. Bei installierten Lösungen liegt diese Verantwortung bei den Kunden der Software-Anbieter. Ist das Einspielen von Patches im allgemeinen noch unproblematisch, wird bei Release-Wechseln oftmals gezögert. Angesichts des Aufwandes und der damit häufig verbundenen Schwierigkeiten ist dies nicht ungewöhnlich. Dagegen punkten webbasierte CRM-Lösungen: Da die Unternehmen auf Software zugreifen, die ausschließlich auf den Servern des Anbieters läuft, werden neue Releases zentral eingespielt und der IT-Administrator erhält eine Liste mit den neuen Funktionen. Er entscheidet per Mausclick, welche er davon annehmen möchte und welche nicht.

### **Lauffähigkeit auf beliebigen Endgeräten und jederzeitige Datenaktualität**

Ebenfalls zentrales Kriterium sind die Zugriffsmöglichkeiten auf das System und damit die benötigten Informationen. Ist eine Anwendung internetbasiert, bietet sie jederzeitigen Zugriff auf die aktuellste Version der Daten – von jedem Computer mit Internet-Zugang aus. Von besonderem Vorteil ist es, wenn die Lösung zusätzlich auf Endgeräten wie Blackberry oder Mobiltelefon läuft. Mit endgerätspezifischen Ansichten und Funktionen punkten so beispielsweise Außendienstmitarbeiter im Kundengespräch stets mit den letzten Markt- und Kundeninformationen.

Publikation: CRM-Forum  
Beitrag: Die On-demand-Zukunft des Kundenbindungsmanagements  
Autorin: Claudia Linsenmeier, Marketing Manager Central Europe, salesforce.com Germany GmbH  
Zeichen: ca. 7.400 (exkl. Überschrift)  
Kontakt: Maisberger GmbH, Isabelle Lissel-Erhard  
T: +49-89-41 95 99-61, M: isabelle.lissel-erhard@maisberger.com

### **Kampagnenmanagement für Online-Werbung**

Das Management von Marketingkampagnen ist ein weiterer Nutzen von CRM-Systemen. Besonders spannend ist bei internetbasierten CRM-Systemen das Kampagnenmanagement für Online-Werbung: Dadurch kann nicht nur der Einsatz von Werbemitteln bestmöglich geplant und platziert werden, auch eine tiefgehende Analyse des ROI von Werbeetats ist möglich. Beispielsweise bietet Salesforce for Google Adwords detaillierte Untersuchungsmöglichkeiten bis auf die Ebene einzelner Keywords. So wird der ROI jeder AdWords Kampagne messbar. Mutmaßungen sowie Diskussionen zwischen Marketing und Vertrieb über den erbrachten Nutzen der eingesetzten Marketingbudgets oder die Herkunft von Leads gehören der Vergangenheit an.

### **Sicherheit**

Sowohl installierte als auch internetbasierte CRM-Tools bedürfen – wie alle IT-Systeme – des Schutzes gegen Datenverlust oder externe Angriffe. Entscheidet sich ein Unternehmen für eine installierte Lösung, liegt die Wahl der zu treffenden Vorkehrungen bei ihm. Dies bedeutet jedoch erneut die Auseinandersetzung mit Wartung und Upgrades. Unternehmen, die auf internetbasierte CRM-Systeme setzen, verlassen sich auch hier auf den Anbieter, dessen zentrale Kompetenz die Bereitstellung und Sicherung seiner Systeme ist. Ein SaaS-Anbieter, der von der Qualität seiner Dienstleistung überzeugt ist, wird sich jederzeit den strengsten internationalen Vorschriften hinsichtlich Sicherheit und Hochverfügbarkeit (z.B. SAS/70 Type II) unterwerfen. Zudem wird er nicht zögern, jederzeit nachprüfbar Rechenschaft über Systemstatus und Leistung zu geben.

### **Fazit**

Effektives und effizientes Kundenbeziehungsmanagement ist heute ohne professionelle CRM-Systeme nicht mehr denkbar. Je skalierbarer, benutzerfreundlicher und tagesaktueller die eingesetzte Anwendung ist, umso größer wird die Nutzerakzeptanz sein – unabdingbare Voraussetzung für die Qualität der strategisch und operativ so wichtigen Informationen. Gerade bei CRM bieten sich internetbasierte Lösungen an, weil sie fortlaufende Aktualität und größtmögliche Flexibilität bieten. Zudem entfällt – wie bei jeder SaaS-Lösung – jeglicher Systemwartungsaufwand. Vorteile, die immer mehr Unternehmen zu schätzen wissen.