

Prozessoptimierung plus Kundenorientierung

Der Markt für Software für Customer Relationship Management (CRM) wächst wieder. Auch Anbieter von Systemen für Enterprise Resource Planning (ERP) bieten heute ausgereifte Module für das Kundenmanagement.

KOMPAKT

- ▶ Kostenreduktion und Prozesseffizienz sind auch Ziele von CRM
- ▶ CRM ist zunächst Herausforderung für die Fachabteilung
- ▶ Vernachlässigt: Strukturierte Archivierung digitaler Dokumente

DIE EFFIZIENTE Gestaltung und Abwicklung kundenbezogener Geschäftsprozesse leistet einen wichtigen Beitrag zu einer erfolgreichen und langfristigen Kundenbindung. Der Einsatz von Systemen für das Customer Relationship Management (CRM) hat heute für kundennahe Betriebe wie beispielsweise aus dem Dienstleistungsgewerbe (tertiärer Sektor), aber auch für den Handel und die Industrie einen hohen Stellenwert, um die eigene Existenz zu sichern oder gar einen Wettbewerbsvorsprung herauszuholen.

Laut den Marktanalysten von Gartner hat das Wachstum des CRM-Marktes in 2005 im Vergleich zum Vorjahr wieder an Dynamik gewonnen. So legte das Geschäft mit CRM-Lösungen im vergangenen Jahr europaweit um circa zehn Prozent zu. Ausschlaggebend dafür waren insbesondere die wachstumsstärkeren Nationen wie Großbritannien oder Skandinavien. In Deutschland und anderen wachstumsschwächeren Regionen wurde hingegen ein unterdurchschnittliches Wachstum von circa sieben bis acht Prozent erzielt, was immerhin einer Steige-

rung von etwa zwei bis drei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Global konnte der CRM-Markt 2005 sogar ein Wachstum von knapp 14 Prozent erzielen.

Wie auch von SoftSelect begleitete Auswahl- und Einführungsprojekte in 2005 und 2006 belegen, stehen in Deutschland primär die Punkte Kostenreduktion und Prozesseffizienz auf den Wunschzetteln der Entscheider, die nicht notwendigerweise mit CRM-Instrumenten umgesetzt werden müssen.

Leistungspotenzial von CRM ungenutzt

Von Jahr zu Jahr ist immer wieder aus dem Umfeld von Analysten, Herstellern und Marktforschungsinstituten zu hören, dass CRM zu den IT-Segmenten mit großem Wachstums-



Der Autor

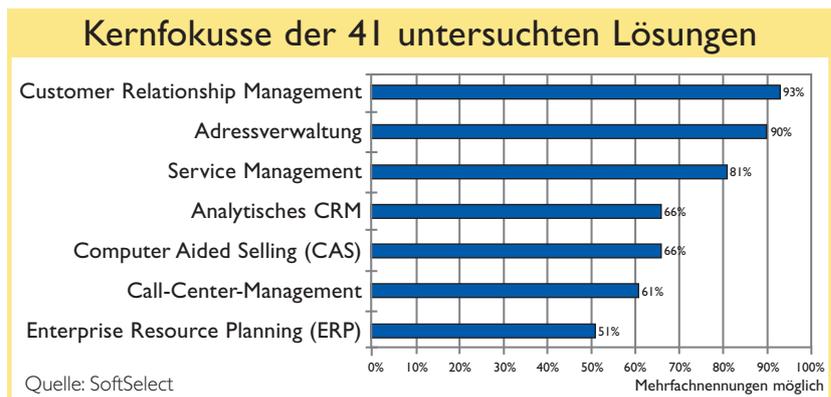
Michael Gottwald ist als Geschäftsführer der SoftSelect GmbH ein Kenner des Marktes für Enterprise-Resource-Planning(ERP)-Software.

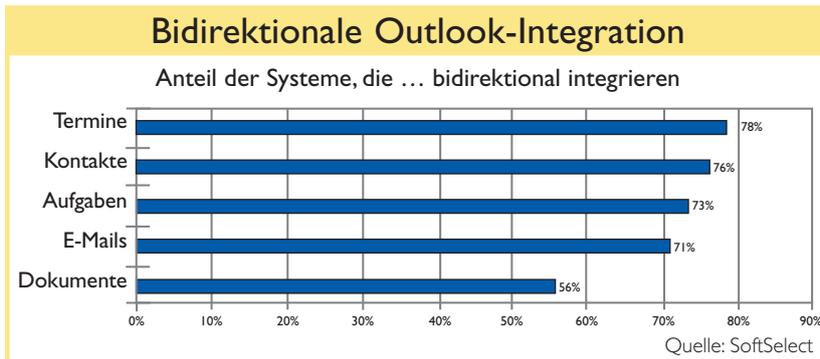
potenzial innerhalb der kommenden Jahre gehört und vor einer Wiederbelebung steht, auch wenn diese bislang in größerem Umfang ausgeblieben ist.

Der Markt wächst und entwickelt sich jedoch und das Interesse nach Strategien und Lösungen nimmt zu. Vor allem im Mittelstand sollte die Zurückhaltung in der Vergangenheit gegenüber CRM einem Bemühen um kontinuierliche Verbesserungen der eigenen Ausgangssituation weichen, zumal das Interesse bei IT-Vorhaben darauf ausge-

richtet ist, die Prozesslandschaft zu optimieren, zu automatisieren und eine Verbesserung der Kostenstruktur mit bereichsübergreifenden Workflows herbeizuführen.

Noch allzu häufig wird das Leistungspotenzial der CRM-Strategien





und -Systeme aus den verschiedensten Gründen nicht ausgeschöpft: Beispielsweise indem das Thema CRM an die IT-Abteilung zur Umsetzung weiter delegiert wurde oder lediglich der Software-Einsatz die unternehmenseigene CRM-Strategie darstellt. CRM bedeutet aber zunächst eine Herausforderung an die Organisation und erst in zweiter Linie eine an die betriebliche IT.

und Kooperationen. Für die Soft-Trend Studie 245 zum Thema CRM-Systeme wurde der Funktionsumfang hinsichtlich CRM von 41 Lösungen für Enterprise Resource Planning (ERP) und Stand-alone-Lösungen für CRM verglichen. Auf dem deutschen Markt werden aber weit mehr Lösungen angeboten.

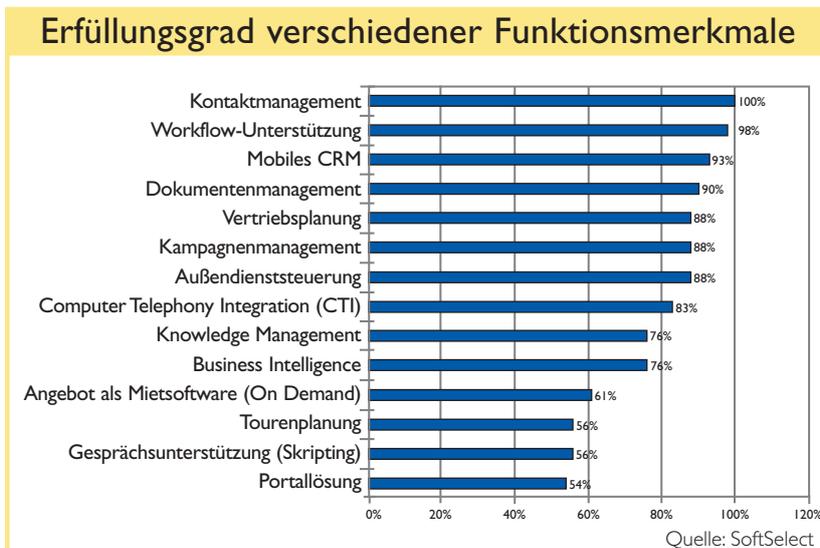
Zur Untersuchung und Beurteilung der Applikationen wurden mit

Die untersuchten Lösungen bieten ein zufriedenes bis sehr hohes Leistungsniveau.

Wettbewerb zwischen CRM- und ERP-Anbietern

Der CRM-Markt ist nach wie vor von einem starken Wettbewerb geprägt, was für den Anwender sinkende Preise mit sich bringt, jedoch auch Verunsicherung durch Übernahmen

den Herstellern Interviews geführt, ein umfangreicher Erhebungsbogen durchgearbeitet und inhaltliche Veränderungen gegenüber den Vorjahren dokumentiert. Der Basiskriterienkatalog umfasst insgesamt über 100 Kriterien.



Der Prozentwert in Klammern gibt den Anteil der Systeme an, die das Funktionsmerkmal erfüllen.

Die untersuchten Lösungen bieten dem Anwender funktional ein zufriedenes bis sehr hohes Leistungsniveau, unabhängig davon, ob es sich um ein in eine ERP-Lösung integriertes Modul oder eine Stand-alone-Lösung handelt. Die Pioniere der CRM-Systeme sehen sich mittlerweile einer Konkurrenz von CRM-Modulen der klassischen ERP-Anbieter gegenüber, die ihnen in funktionaler Hinsicht kaum mehr nachsteht.

Schlüsselrolle Systemarchitektur

Signifikante Funktionserweiterungen sind insbesondere im Bereich Workflow-Unterstützung (98 Prozent in 2006 gegenüber 83 Prozent in 2005), Knowledge Management

Bestellhinweis

Die komplette SoftTrend-Studie 245 „CRM 2006“ kann zum Preis von 80 Euro zzgl. MwSt. per E-Mail über marketing@softselect.de oder telefonisch bei der SoftSelect GmbH, Hamburg, unter +49/ (0)40/ 87 08 75-0 bestellt werden.

(76 Prozent in 2006 gegenüber 66 Prozent in 2005), Computer Telephony Integration (83 Prozent in 2006 gegenüber 69 Prozent in 2005) und Außendienststeuerung (88 Prozent in 2006 gegenüber 83 Prozent in 2005) festzustellen. Weitere Verbesserungen auf Anbieterseite betreffen die Funktionsbereiche Mobiles CRM, Gesprächsunterstützung (Skripting) und die Tourenplanung.

Die analysierten CRM-Systeme unterscheiden sich darüber hinaus zum Teil wesentlich in den verwendeten Technologien (vom klassischen Client-Server-System bis zur reinen Web-basierten Lösung), den fokussierten Zielgruppen und Branchenschwerpunkten. Den Fragen nach Technologie und Architektur der präferierten Lösungen kommen im Auswahlprozess eine Schlüsselrolle zu – nicht nur zur effizienten Integration in die eigene IT- und

Datenlandschaft. Beispielsweise werden intelligente Web Services in der Regel benötigt, um eine dynamische Einbindung von mobilen Geräten zu erleichtern und so Funktionen etwa für den Kundendienst – das Stichwort lautet Field Service Automation – bereitzustellen.

Defizite in der Outlook-Integration

Ein Thema, das vielfach noch allzu sehr vernachlässigt wird, betrifft die zentrale, strukturierte Archivierung von digitalen Dokumenten.

Grundsätzlich gilt, wer über E-Mail oder digitale Medien Geschäfte abwickelt, muss sich mit den gesetzlichen Richtlinien zur Archivierung von Digitaldokumenten nach GDPdU (Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen) beschäftigen. Angebots- und Auftragsverwaltung, Supportanfragen oder Reisekostenabrechnungen werden zunehmend mit CRM-Systemen und per E-Mail abgewickelt. Fast alle CRM-Module und -Systeme verfügen über einen eigenen E-Mail-Client. In der Praxis ist aber immer wieder zu beobachten, dass auf Grund einer fehlenden bidirektionalen Anbindung von Outlook oder Notes mit verschiedenen E-Mail-Clients gearbeitet wird und Reibungsverluste entstehen. Eine einheitliche und durchgehende Archivierung von betriebsprüfungsrelevanten Dokumenten wird damit zusätzlich erschwert.

Bei etwa drei Viertel aller betrachteten Lösungen werden die Termine, Kontakte, Aufgaben und E-Mails bidirektional mit Outlook ausgetauscht. Dokumente werden aber nur in etwas mehr als der Hälfte aller Systeme berücksichtigt (vgl. Abbildung Seite 52 oben). Auch die Beratungsprojekte SoftSelects zeigen immer wieder einen erhöhten Bedarf an der Outlook-Integration, um einerseits eine inkonsistente Datenhaltung zu vermeiden und andererseits die bestehenden und etablier-

ten IT-Strukturen nicht unnötigerweise reorganisieren zu müssen.

Marktforschungen der kalifornischen Radicati Group haben ergeben, dass derzeit weltweit 465 Millionen US-Dollar für Mail-Archivierung ausgegeben werden. Bis 2009 soll sich diese Summe verzehnfacht haben.

Daraus wird deutlich, dass diese

Thematik in den kommenden Jahren einen größeren Stellenwert bei CRM-Projekten einnehmen dürfte. Es ist daher anzunehmen, dass ERP-, CRM- und Dokumentenmanagement-Systemanbieter in Zukunft vermehrt integrierte Werkzeuge zur Einhaltung von Compliance bereitstellen, um das bestehende Defizit zu decken.

Untersuchte Produkte

Anbieter	Produkt
ABI Informativ Zug	brainware Vbm
Active Information Concept	ai.suite
ADITO Software	ADITO online
ALPHA Business Solutions*	proALPHA
AP Automation+Productivity	P2plus
Axilon	Axilon CRM
B&R DV-Informationssysteme	smartCRM
CAS Software	CAS genesisWorld
CCC Computer Consulting Cifer	Visual-Adress
Combit	combit Relationship Manager (cRM)
CompAS Gesellschaft für Unternehmensoptimierung	CompAS Consumer
Complan & Partner	Merkator IQ CRM
Connectivity	ConAktiv
CVS Ingenieurgesellschaft	ALPHAPLAN SQL Edition
DBS Deutschland	Selligent
DELTA BARTH Systemhaus	DELECO
ELDICON Systemhaus	WEST System© CRM-Suite
eSystems Produktion	VivAs Online CRM
Exact Software	Exact Globe 2003 Enterprise
froMOS	froMOS-BMS
euroPResence	SO: BUSINESS SOFTWARE
IFS Deutschland	IFS Applications
Infor	Epiphany
Itelligence	mySAP CRM
Lawson Software Deutschland	M3
maytec.net	easySales Professional
Merkarion	ProfitSystem
MESONIC Software	WINLine CRM
Microsoft Deutschland	Microsoft Dynamics CRM
msp systems	MX-Contact
myfactory Software	myfactory.BusinessWorld
ORDAT	FOSS
oxaion	oxaion
PAVONE	PAVONE CRM/Sales
Pentaprise	ESS - Enterprise Solution Server
PISA sales	PiSA sales
Prof4net	webCRM.4Ne
Ramco Systems	Ramco Enterprise Series (VirtualWorls)
SBS Software	SBS Wawi plus
Step Ahead	Steps Business Solution
TOPIX Informationssysteme	TOPIX:5

* Implementierungspartner mit Erfahrung für die in der rechten Spalte genannte Software, die Eingang in diese Marktstudie gefunden hat.