

CRM-Software-Auswahl mit System

Die Auswahl der am besten geeigneten CRM-Lösung gestaltet sich für viele Unternehmen oft zu einer kritischen Phase des CRM-Projekts. Hier liegen auch häufig die Ursachen für eine spätere Unzufriedenheit und sogar das Scheitern von CRM-Projekten. Meist liegt es angesichts der mangelnden Transparenz des vielfältigen Software-Marktes an der fehlenden Systematik im Auswahlprozess, aber auch daran, dass im Vorfeld weder Ziele noch Anforderungen exakt definiert wurden. Das heißt, mit der Software-Auswahl wird auch oft zum falschen Zeitpunkt begonnen.

Grundsätzlich sollte nicht das beste CRM-System gesucht werden, sondern die CRM-Lösung, die die eigenen Anforderungen am besten abdeckt. Diese sind im Vorfeld in einem Lastenheft zu definieren. Auf dieser Grundlage sollte sich der künftige CRM-Anwender zu Beginn des Auswahlprozesses einen systematischen Marktüberblick verschaffen.

Der CRM-Marktspiegel 2013, 21. Auflage, ca. 500 Seiten, Marktübersicht über rund 200 CRM-Systeme und 120 CRM-Systemintegratoren sowie die auf die CRM-Auswahl spezialisierte virtuelle CRM-Messe (www.crmforum-expo.de), bieten dabei wertvolle Hilfen. Mit entsprechender Sorgfalt werden die Ziele der Auswahl nicht nur schneller, sondern auch mit geringerem Aufwand und mit wesentlich höherer Sicherheit erreicht.

Wichtige Auswahlkriterien beachten

Eines der zentralen Auswahlkriterien bei der Auswahl des CRM-Software-Lieferanten ist die typische Unternehmensgröße der Kunden, die durch einen in Frage kommenden CRM-Anbieter üblicherweise betreut werden. Diesbezüglich sollte der interessierte Anwender einen Anbieter suchen, der von seinem Erfahrungshintergrund zu ihm passt und ähnlich strukturierte Unternehmen zu seinen typischen Kunden zählt. Auch sollten bereits bei der Vorauswahl die typischen Unterscheidungsmerkmale der CRM-Systeme berücksichtigt werden. Dazu zählen Branchenerfahrung, Firmengröße, Funktionsumfang, Technologie und Systemarchitektur etc.

Brancheneignung

Die Branchenpositionierung einer CRM-Lösung ist sicher ein Auswahlkriterium,

das zunehmend an Bedeutung gewinnt. Erfahrungsgemäß geht mit der Brancheneignung einer CRM-Lösung auch deren Leistungsprofil im Hinblick auf die genutzten CRM-Module sowie die Konfiguration der Funktionalität für die zu unterstützenden Geschäftsprozesse einher. Es leuchtet ein, dass Branchenlösungen bereits im Standard die branchentypischen Funktionen in weit höherem Maße erfüllen als branchenfremde Systeme. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass die Mitarbeiter des Branchenspezialisten die Sprache der Branche des Kunden sprechen.

Funktionsumfang der Software

Nicht alle am Markt angebotenen CRM-Systeme verfügen über die Integration von Marketing, Vertrieb und Service. Etwa drei Viertel der Anbieter haben im Vertriebsbereich ihre großen Stärken. Daneben gibt es auch Spezialisten mit Schwerpunkten im Service. Auch entscheidet neben Funktionalität und Technologie die Fachkompetenz der Mitarbeiter des Anbieters über eine erfolgreiche Implementierung. Insofern sollte man sich im Rahmen der Auswahl auch ein Bild von den designierten Projektmitarbeitern verschaffen.

Technologie und Systemarchitektur

Die Technologie stellt vielfach bereits zu Beginn ein K.O.-Kriterium dar. Groupware-Systeme wie Microsoft / Outlook Express oder IBM / Lotus Notes sowie Datenbankssysteme stellen oft K.O.-Kriterien dar. Die Hardware-Umgebung oder das Betriebssystem sind oft ebenso „gesetzt“ wie das ERP-System, mit dem das CRM-System künftig regelmäßig Daten austauschen soll. Der ERP-Hersteller sollte deshalb auch „Fixstarter“ im Auswahlverfahren nach CRM-Software sein, sofern er über ein CRM-Modul verfügt oder ein passendes Partnerprodukt integrieren kann.

Standard- / Individual-Software

Ein weiteres Merkmal unterscheidet nach Standard- und Individual-Software. Bei der Standard-Software kommt es auf die Leistungsfähigkeit der Customizing-Werkzeuge zur individuellen und kostengünstigen Anpassung ohne Programmierung an, während Individualsoftware für den Einzelfall individuell angefertigt, sprich programmiert wird. Solange es einen vielfältigen Markt für Standard-Software wie

Der Autor



Wolfgang Schwetz, Dipl.-Betriebswirt
Inhaber der schwetz consulting
E-Mail: wolfgang@schwetz.de
www.schwetz.de

im CRM-Markt gibt, wird man schon aus Kostengründen diese Variante wählen. Dazwischen gibt es natürlich auch Mischformen dieser beiden Software-Kategorien. Zu den Vorteilen der Standard-Software zählen auch die Wartbarkeit und Releasefähigkeit.

Kosten und Preise

Der Preis spielt sicher eine wesentliche Rolle bei der Auswahl des Systems. Kleine Vertriebsorganisationen finden durchaus passable Standardlösungen im Bereich des Kontaktmanagements bereits deutlich unter 100 Euro pro Anwender. Professionelle CRM-Systeme für mittelständische Unternehmen liegen bei rund 1.000 Euro pro Anwender. Alternativ zum einmaligen Lizenzpreis kann über CRM on-demand / SaaS eine monatliche Mietzahlung pro Anwender gewählt werden. Ob diese Variante einschließlich des Betriebs über einen externen Dienstleister mit einer Cloud-Lösung vorteilhafter ist, muß im Vorfeld geprüft werden.

Service und Zusatzleistungen des Anbieters

Ein nicht zu vernachlässigender Unterschied zwischen den CRM-Systemen kann sich auch in den Zusatzleistungen des Software-Anbieters zeigen. Je nach Bedarf sollte das Beratungs- und Serviceangebot des Anbieters oder seiner Partner unbedingt in die Auswahlentscheidung mit einbezogen werden.

Software-Auswahl in 4 Phasen

Aufgrund der Komplexität des Auswahlprozesses hat sich ein mehrstufiges Verfahren bewährt. Die Dauer der einzelnen Phasen des Auswahlprozesses in Wochen zeigt die nebenstehende Abbildung. ◀

