



CRM aus der Cloud

Der Cloud Computing-Markt wird bis 2015 auf 13 Mrd. Euro zulegen, so eine BITKOM-Prognose. Die wesentlichen Treiber für Cloud Computing in Deutschland sind laut BITKOM die immer kürzeren Wirtschaftszyklen, die sehr flexible Unternehmen erfordern. Nach Expertenschätzungen wird bereits 2015 mehr als die Hälfte der Daten, die für ein Unternehmen relevant sind, außerhalb des Unternehmens verwaltet. Unter allen Cloud-Services steht Cloud-basiertes CRM bei Mittelständlern besonders hoch im Kurs. Unabhängig von der Unternehmensgröße ist ein CRM-System eine notwendige Voraussetzung, um nicht nur die Kundendaten zentral zu sammeln, sondern eben auch untereinander Informationen zu teilen und miteinander im Team zu kommunizieren und die Absprachen zu dokumentieren. CRM aus der Cloud bietet den Vorteil, ohne große Anfangsinvestition schnell mit dem Customer Relationship Management zu starten. Wer seine Auswahl gut plant und die Fallstricke kennt, wird mit CRM aus der Cloud schnell und ohne große Anfangsinvestitionen mit dem Kundenmanagement starten können.

Ab welcher Unternehmensgröße ist CRM aus der Cloud sinnvoll?

Die Frage, für wen oder ab welcher Firmengröße sich CRM lohnt, wird häufiger gestellt. Viele schrecken vor dem Einführungsaufwand ab oder haben schon Probleme mit der Fülle an angebotenen CRM-Lösungen. Sie verwalten dann lieber weiterhin ihre Kontakte in Excel-Listen und benutzen einen Mail-Client für die Kommunikation mit dem Kunden und im Team. Informations- und Kommunikationschaos bleibt so aber weiterhin an der Tagesordnung. Dabei ist CRM keine Frage der Unternehmensgröße und bereits ab einer Handvoll Mitarbeiter oder wenn ein Unternehmen auf mehrere Standorte verteilt ist, kommt es an einem CRM-System gar nicht vorbei.

Kleine Unternehmen fallen in der Regel in zwei Kategorien: Entweder haben sie sehr viele regional oder über Branchen stark verteilte kleinere Kunden, mit denen die Beziehungspflege sehr aufwändig ist. Oder sie haben einige wenige Kunden, von denen sie finanziell stark abhängig sind und deswegen die Beziehungspflege überlebensnotwendig ist. Beide würden von einem CRM-System stark profitieren.

Des Weiteren ist ab einer bestimmten Unternehmensgröße ein CRM-System notwendige Voraussetzung, um nicht nur die Kundendaten zentral zu sammeln, sondern eben auch untereinander Informationen zu teilen und miteinander im Team zu kommunizieren und die Absprachen zu dokumentieren. Selbst wenn man nur zu Zweit ist,



ist es häufig notwendig an einem zentralen Ort gemeinsam auf Informationen zugreifen zu können. Gemeinsames Termin- und Projektmanagement ist ebenfalls sehr hilfreich, um im Alltagsgeschäft schneller zum Ziel zu gelangen.

Die Vorteile eines Cloud-basierten CRM-System für kleine Unternehmen sind schnell aufgezählt: Ohne große Anfangsinvestitionen kann man mit diesen Systemen schnell starten. Wenn der Anbieter ein transparentes Preismodell hat, lassen sich die Kosten klar kalkulieren. Dank der Weboberfläche entfällt die umständliche Installation der Software und da der CRM-Anbieter das System betreut, entfallen aufwändige und oftmals kostenträchtige Administrationsaufgaben. Die Mitarbeiter können sich auf ihre Kernaufgaben kümmern und sind besser informiert. CRM aus der Cloud ist für jede Unternehmensgröße sinnvoll.

Die Cloud ist oft sicherer als das eigene Rechenzentrum

Sicherheitsbedenken stehen oft an erster Stelle, wenn es um Public Cloud Services geht. So lautet das Fazit von Pricewaterhouse Coopers in der Studie „Cloud Computing im Mittelstand“. Dabei ist die Cloud häufig sicherer ist, als das eigene Rechenzentrum. Verschiedene Quellen liefern erschreckend große Zahlen, wie viele Unternehmen bereits wichtige Daten verloren haben. Am häufigsten waren dabei Kundeninformationen betroffen. In den meisten Fällen führen die Unternehmen den Datenverlust auf verlorengegangene oder gestohlene Hardware zurück. Wenn Mitarbeiter den gesamten Kundendatenbestand in Form von Datenbanken und Excel-Listen auf ihren Rechnern umher-

tragen, reicht es, wenn diese einmal nicht aufpassen und den Rechner beispielsweise in der Bahn liegen lassen. Schon ist die Katastrophe passiert. Der Verlust der Hardware lässt sich verschmerzen, aber der Verlust kritischer Unternehmensdaten wiegt viel schwerer. Imageverluste bis hin zu empfindlichen Geldstrafen drohen bei Datenverlusten. Dabei wäre gerade dieses Problem einfach zu lösen. Mit einer web-basierten CRM-Lösung, bei der die Daten in der Cloud und nicht auf dem Rechner abgespeichert werden, können bei einem Hardwareverlust keine Kundendaten verloren gehen. Die Kundendaten sind sicher auf dem zentralen Server in einem Hochleistungsrechenzentrum gelagert. Bis auf absichtlich heruntergeladene Dokumente bleiben keine Spuren der Arbeitssitzung auf dem Rechner übrig. Der Verlust eines Rechners geht dann nicht mehr mit dem Verlust von Daten einher.

Cloud Computing und die Datenschutz-wirklichkeit

Den großen Chancen zur Rationalisierung und Vereinfachung der IT-Systeme stehen heftige Bedenken der Datenschützer entgegen. Gerade bei der Verarbeitung persönlicher Daten, wie es nun mal im CRM gang und gäbe ist, gilt für die Cloud-Nutzer größte Sorgfaltspflicht. Zu beachten ist dies insbesondere bei der Nutzung nicht-europäischer Cloud-Angebote. Denn tatsächlich müssten im Prinzip zuvor sämtliche betroffene Personen der Übermittlung ihrer Daten zugestimmt haben, wenn personenbezogene Daten in einen sogenannten unsicheren Drittstaat wandern. Hierzu gehören neben China und Indien beispielsweise auch die USA. Mit dem Safe Harbor Abkommen versuchen die EU und die USA dieser Rechtsunsicherheit zu begegnen. In

vielen Fällen ist es aber schwierig, die vertragliche Zusicherung des Datenschutzes zu überprüfen. Befinden sich die Daten im EU-Raum, ist dies rechtlich unproblematisch. Juristen gehen davon aus, dass dort im Wesentlichen das gleiche Datenschutzniveau wie in der Bundesrepublik herrscht.

Entscheidend für den Weg in die Cloud ist das Vertrauen in den jeweiligen Partner, also wem man überhaupt im Umgang mit wichtigen Daten vertraut. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik hat dazu ein „Eckpunktepapier Cloud Computing“ herausgegeben. Hier wird auch der Standort des Rechenzentrumsbetreiber des Cloud Services als wichtiger Punkt der Datensicherheit aufgeführt. Denn nur in Deutschland gehostete Daten unterliegen dem strengen deutschen Datenschutzrichtlinien. Wer auf Nummer sicher gehen will, wählt ein deutsches Cloud-Angebot oder eben doch ein On-Premise-System. Gut also, wenn der CRM-Anbieter beide Varianten im Angebot hat.

Private Cloud als Alternative

Wenn trotz der vielen Vorteile der Weg in die „Public Cloud“, also das Teilen der Infrastruktur des Cloud-Anbieters mit anderen Kunden, nicht in Frage kommt, dann bietet sich eine Lösung an, die auf die sogenannte „Private Cloud“ setzt. Mit dem Aufbau einer privaten CRM-Cloud können Unternehmen in die Welt des Cloud Computings einsteigen und die Vorteile der Cloud nutzen. Als Kunde bleibt man weiterhin Herr über die IT-Infrastruktur. Selbst wenn das Unternehmen kein eigenes Rechenzentrum betreibt, kann man diese Systeme in einem externen Rechenzentrum hosten lassen. Vorteilhaft sind auch Hybrid-Modelle, bei dem die Hardware vom Kunden gestellt wird und der CRM-Anbieter die Systembetreuung übernimmt, zum Beispiel wenn das Unternehmen nicht über ausreichend IT-Know-How verfügt oder keine freien Ressourcen hat.

Die flexibelsten CRM-Hersteller bieten sogar noch eine Inhouse oder on-Premise genannte Variante an. Dann kann das CRM-System jederzeit von der Cloud in das eigene Haus geholt werden. Dies kann bei geänderten gesetzlichen Rahmenbedingungen oder zur Kopplung des Systems mit anderen IT-Systemen notwendig werden. Bei diesen Systemen verwendet die Cloud- und die Inhouse-Variante die identische Codebasis. Deshalb ist auch ein Wechsel von der einen die andere Betriebsart kein Problem. Es gibt sogar Anbieter, die ein Teil der bereits bezahlten Gebühren auf die Anschaffungskosten von Inhouse-Lizenzen anrechnen.

Auf die Browserkompatibilität achten

Wenn es sich bei dem CRM-System aus der Cloud um eine webbasierte Anwendung handelt, spielt es für den Anwender keine Rolle, wo das System betrieben wird. Er benötigt nur einen Webbrowser auf einem internetfähigen Endgerät. Dies kann ein Rechner oder Notebook, aber auch ein Smartphone oder Tablet-Computer (iPad) sein. Wer sichergehen will, dass seine Investition auch zukunftssicher ist, sollte von vornherein Wert darauf legen, dass CRM-System auch wirklich mit verschiedenen Browsern voll funktionsfähig ist und nicht nur auf einem bestimmten Browser fehlerfrei arbeitet. Gerade die Entwicklung bei den mobilen Endgeräten geht so rasend schnell voran, dass die Kompatibilität ein wichtiges Kriterium ist.

Total Cost of Ownership betrachten

Wenn aus einem Test- der Ernstfall wird, gilt es, die monatlichen Mietkosten auf einen langen Zeitraum hochzurechnen. Deswegen sollten bei einer Cloud-Lösung genauestens die Gesamtkosten betrachtet werden. Bei einer Betrachtung der gesamten Projektkosten kann eine Inhouse-Lösung eventuell wieder günstiger werden. Besonders interessant sind deshalb Lösungen, die einen Wechsel aus der Cloud ermöglichen. Wenn die gehostete Lösung diese Option anbietet, können so langfristig die laufenden Kosten gering gehalten werden.

Worauf warten Sie noch?

Ein Warnung zum Schluss: Ein gutes CRM-Projekt ist niemals abgeschlossen, sondern geht in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess über: Typischerweise lernen CRM-Anwender ihre Anforderungen für weitere Projektschritte immer besser zu formulieren. Der Appetit kommt also mit dem Essen. Ebenso ist ständiges Training ein Muß. Ihre CRM-Initiative ist wie eine Maschine. Kommt eine Abteilung aus dem Tritt, gerät die gesamte Maschine ins Stottern.

Aber die Mühe macht sich bezahlt. Die höhere Kundennähe, schnellere Antwortzeiten und ein verbessertes Leadmanagement schlägt sich bei gut geführten CRM-Projekten schnell in höheren Umsatzzahlen und gesteigerter Wertschöpfung nieder.

Hansjörg Schmidt

Marketingleiter bei WICE GmbH
E-Mail: hschmidt@wice.de

Bei der Auswahl eines geeigneten CRM-Systems gibt es viele Punkte, die es zu beachten gilt. Wenn Unternehmen nicht aufpassen ist der Auswahlprozess schnell ein langwieriger und kostspieliger Prozess. Dabei bietet sich mit CRM aus der Cloud ein Weg an, mit dem man schnell zum Ziel kommen kann. Da die Wahl des CRM-Anbieters eine Hochzeit und keine Verabredung ist, gilt hier der Spruch: Drum prüfe, wer sich ewig binde.

Deswegen sollten Sie den ins Auge gefassten CRM-Anbietern folgende Fragen stellen:

- Was ist die kürzeste Vertragslaufzeit? Kann man auch bereits nach einem Monat kündigen?
- Gibt es eine Begrenzung des Speicherplatzes? Wie hoch sind hier die Zusatzkosten?
- Kann ich monatlich bezahlen oder muss ich die Laufzeit im voraus bezahlen?
- Kann ich auch einzelne User kündigen wenn mein Team sich verkleinert? Kann ich Vertragslaufzeiten einzelner User mischen?
- Wo werden die Daten gehostet? Gibt es eine Garantie, dass kein Dritter auf die Daten zugreifen kann?
- Kann ich ohne Probleme auf eine selbstgehostete Variante (on Premise, Inhouse) wechseln, weil es zum Beispiel gesetzgeberische Anforderungen oder die Anbindung an andere IT-Systeme dies erfordert?
- Läuft die Lösung definitiv auch auf allen Browsern oder gibt es beispielsweise auf dem iPad Einschränkungen?
- Wie komme ich nach der Kündigung an meine Daten und in welchem Format?
- Muss ich Zusatzmodule (Plugins, Addons) pro User oder pro Mandant bezahlen?
- Gibt es kostenlosen Support in der Einführungsphase?

CRM-Einkäufer sollten genau über den Anbieterpartner nachdenken und die entstehenden längerfristigen Verpflichtungen berücksichtigen. Mit diesem Fragenkatalog haben Sie in jedem Fall einen guten Fahrplan.