

24.01.2007 - 16:08 Uhr

Studie CRM-Barometer: On-Demand-Lösungen im Kommen / Bedeutung des Kundenbeziehungsmanagements steigt weiter

Zürich (ots) -

Unternehmen setzen auf einen kontinuierlichen Ausbau ihres aktiven Kundenbeziehungsmanagements (Customer Relationship Management, CRM). Im vergangenen Jahr stiegen die Budgets dafür in 19 Prozent der Unternehmen (2005 16 Prozent). Nur sechs Prozent der Firmen müssen mit weniger Geld auskommen als im Vorjahr (2005 9 Prozent). Bei den unterstützenden CRM-Softwareprogrammen setzen sich On-Demand-Lösungen weiter durch. In diesem Modell mieten Unternehmen lediglich den Zugang zur Software, die im Rechenzentrum des externen Anbieters betrieben und pro Monat und Nutzer abgerechnet wird. Der Studie zufolge schätzen knapp 20 Prozent der Befragten die Bedeutung von CRM-On-Demand für ihr Unternehmen als hoch ein. Ein Wert, der sich beim Blick in die Zukunft mehr als verdoppelt.

An der Umfrage zum aktuellen CRM Barometer der Management- und IT-Beratung Capgemini nahmen Fachverantwortliche aus 105 schweizerischen, deutschen und österreichischen Unternehmen teil. Knapp jedes Vierte davon erwirtschaftete einen Umsatz von mehr als eine Milliarde Euro.

Vom Kundenwissen zur nachhaltigen Kundenbindung

Auch inhaltlich setzen die Unternehmen ihren Weg zum umfassenden Kundenbeziehungsmanagement fort. Ging es im Jahr 2005 an erster Stelle noch darum, Kundendaten zu gewinnen, genoss 2006 die Erhöhung der Kundenbindung höchste Priorität (73 Prozent Nennungen als eines der drei wichtigsten Ziele). Der Aufbau von Kundenwissen ist mit 64 Prozent auf den zweiten Platz gefallen, 63 Prozent wollen in erster Linie die Vertriebseffizienz steigern. "Kundenbindung und Vertriebseffizienz machen sich aus Unternehmenssicht sowohl auf der Umsatz-, als auch auf der Kostenseite positiv bemerkbar. Damit schliesst sich der Kreis und die Früchte der jahrelangen Vorarbeiten können langsam geerntet werden", interpretiert Holger Martens, Vice President bei Capgemini Consulting die Ergebnisse.

CRM-On-Demand als Alternative geschätzt/Branchenlösungen gefordert

Das komplexe Kundenbeziehungsmanagement wird dabei in den Unternehmen längst von Softwareprogrammen unterstützt. Für 38 Prozent ist CRM-On-Demand hierfür eine klare Alternative zu den klassischen Modellen. Weitere 34 Prozent sehen CRM On-Demand als prinzipiell taugliches Modell, schliessen es aber für ihr eigenes Unternehmen aus. Lediglich etwas mehr als ein Viertel (28 Prozent) sieht in Mietangeboten keine Alternative. Insgesamt bezeichnen 85 Prozent der Befragten On-Demand-Lösungen als positiv oder sehr positiv für den Softwaremarkt. Allerdings haben die CRM-Manager dabei das Stichwort "Branchenlösung" auf dem Wunschzettel notiert. Eine deutliche Mehrheit von über 80 Prozent sieht eine solche als notwendiges Leistungsmerkmal einer On-Demand-CRM-Software. "An branchenspezifischen Lösungen müssen die Anbieter noch stärker arbeiten und bestehende Funktionsdefizite verringern. Dann dürfte für noch mehr Unternehmen eine CRM-On-Demand-Lösung in Frage kommen", so Holger Martens.

Preis-Leistung versus Datenschutz

Der Vorteil der Mietsoftware liegt nach Meinung der befragten CRM-Manager klar im Preis-Leistungs-Verhältnis (83 Prozent

Nennungen). Das hält sie aber nicht davon ab, den aus ihrer Sicht vertretbaren Preis rund 15 Prozent unter den derzeitigen Marktpreisen für On-Demand-Lösungen anzusiedeln. Bei den Vorteilen folgen mit jeweils rund zwei Drittel Nennungen Implementierungskosten und -dauer sowie Flexibilität. Als Nachteile werden Befürchtungen im Bezug auf die Datensicherheit beziehungsweise den Datenschutz (79 Prozent) sowie eine möglicherweise schwierige Integration in die bestehende Systemlandschaft des Unternehmens (77 Prozent) am Häufigsten genannt. "Vor allem für grössere Unternehmen ist die Integration in die eigene IT-Landschaft ist einer der Gründe, On-Demand-Lösungen eher kritisch zu betrachten. Sie fürchten die Komplexität und damit verbunden hohe Kosten", so Holger Martens.

Foto von Holger Martens und Studie als PDF unter:
<http://www.ch.capgemini.com/de/presse/>

Pressekontakt:

Capgemini Schweiz AG
Carsten Lühr
World Trade Center
Leutschenbachstrasse 95
CH-8050 Zürich
E-Mail: Carsten.Luehr@capgemini.com
Tel.: +41 (44) 560 26 01
Fax: +41 (44) 560 25 00

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100523347> abgerufen werden.