

Wie aus Tools Lösungen werden

# CRM aus der Wolke

Von Jörg Naumann

*Ob Trend oder Hype: In der aktuellen IT-Landschaft werden mit Cloud Computing (CC) dem Anwender IT-Infrastrukturen in Form von Rechen-, Speicher- und Netzwerkkapazitäten oder sogar komplette Anwendungen übers Internet zur Verfügung gestellt. Skepsis, aber auch Unkenntnis über die Entwicklung herrscht vor allem bei KMU und Kleinstunternehmen.*

**D**ie für den User wichtigen Vorteile von Cloud Computing sind vielversprechend. Sie reichen vom wegfallenden Investitionsaufwand über die sofortige Verfügbarkeit des Tools, die unbegrenzte Skalierbarkeit und Anpassungsfähigkeit an die Bedürfnisse des Users bis hin zum ortsungebundenen Einsatz. Die Lösung kommt schliesslich «aus der Wolke».

All diese und weitere Vorteile lassen sich auch für typische Aufgaben und Prozesse im Kundenmanagement nutzen, denn die für viele Unternehmen zur Selbstverständlichkeit gewordenen Tools zum Customer Relationship Management (CRM) sind nun auch aus der Wolke verfügbar und werden von den Anbietern zu attraktiven Konditionen vermarktet. Während CRM-erfahrene User die Versprechungen mit kritischer

Distanz beurteilen, fällt das Newcomern schwer.

## Demokratisierung im CRM-Umfeld

Neben den generellen Argumenten für Cloud-Ansätze wird insbesondere der attraktive Startpreis für diese Angebote von CRM-Tools als Verkaufsargument benutzt. Durchaus zu Recht, denn schliesslich wird der Einsatz umfassender CRM-Suiten – zum Bei-

## Kosten beim Einstieg

spiel von Microsoft, Salesforce, SAP oder Oracle – damit selbst für KMU und sogar Kleinstunternehmen erschwinglich. Das neue Angebot sorgte, wie es Urs Graf, CEO der Zürcher Cybersystems, formuliert, insofern für eine Demokratisierung im CRM-Umfeld. Doch Graf hegt Zweifel, dass Anwender den Umgang mit dem

auch kundenspezifische Anpassungen machen aus einem trockenen Tool eine nützliche Lösung. Diese Individualisierungsdienstleistungen eines Providers seien jedoch kostenpflichtig und

## Wo landen die Daten?

Tool nach dem Download auch wirklich beherrschen können. Selbst in einer so vertrauten – weil Outlook-verwandten – Umgebung wie Microsoft Dynamics CRM müsse man mit Schulungsaufwand rechnen, bevor man die Anwendung effektiv nutzen könne.

Wichtig sei zudem, dass ein CRM-Tool, das man sich aus der Wolke lädt, noch längst keine Lösung darstellt, mit der man arbeiten kann. Erst branchen- und

sollten beim Einstiegsentscheid unbedingt berücksichtigt werden. Wer das nicht tue, laufe Gefahr, seinen Schritt am Ende zu bereuen.

Oft gäben vom Programm verwendete Fachausdrücke schon Anlass für Missverständnisse oder Zweifel. Neueinsteiger brauchen Begleitung und Fachberatung, um das Potenzial vorbereiteter CRM-Prozesse zu erkennen und nutzbringend anzuwenden. «Provider,



Einbahnstrassen vermeiden, Urs Graf, CEO Cybersystems

Dr. Jörg Naumann, KWW Naumann, Kommunikation für Wirtschaft und Wissenschaft, CH-6440 Brunnen, Tel. +41 (0)41 820 63 88, kww.naumann@bluewin.ch

die Newcomer mit solchen Fragen und Problemen alleine lassen, erweisen ihnen und der Lösung einen Bärendienst», ist Graf überzeugt. Nur wenn sie dabei erfolgreich sind, können sie Neuanwender langfristig als überzeugte Kunden gewinnen. Und genau das ist das Ziel: Wer sich einmal vom Leistungsumfang einer CRM-Suite, der unter Umständen weit über die Verkaufunterstützung hinausgeht, überzeugt hat, ist geneigt, auch später daran festzuhalten – im wachsenden eigenen Unternehmen oder nach einem Wechsel zu einer anderen Firma.

## Nicht für alle geeignet

Es gibt allerdings handfeste Gründe, dem Reiz aus der Wolke ungerührt zu widerstehen. Cloud-Anwendungen sind nicht für alle Unternehmen geeignet. Je nach Branche oder Sensibilität der Daten, die gelagert, verarbeitet oder verschoben werden, kommt eine solche Lösung erst gar nicht infrage. Hier sind gesetzliche Anforderungen oder auch Kunden-

## Über Cybersystems

Cybersystems ist einer der führenden Integratoren von Microsoft Dynamics der Schweiz und Microsoft Dynamics CRM «Partner of the Year 2009» sowie «Innovation Partner of the Year 2010». Bei Cybersystems sind Business, Prozess- und Technologiekompetenz gebündelt. Zum Kundenstamm zählen renommierte Unternehmen aus den Branchen Banken, Medien, Versicherungen, Handel, Produktion, Informatik, Bauzulieferer, Verbände und Consulting. Als Anbieter zertifizierter Standard-AddOns in den Bereichen Integration, Datenqualität, Produktivität, Marketing- und Sales-Automation, für Microsoft Dynamics CRM, bietet Cybersystems unter der Marke CRMBricks.com seinen Kunden modulare, erprobte und preiswerte Baukastenlösungen. Der Anteil notwendiger Individualentwicklung im Projekt wird minimiert, die Kosten werden gesenkt.

\_\_\_ **Infos:** [www.cybersystems.ch](http://www.cybersystems.ch)

präferenzen ausschlaggebend. Banken, Versicherungen, Spitäler oder medizinische Organisationen, die Kunden- beziehungsweise Patientendaten verwalten,

## Cloud hinterfragen

unterliegen strengen Datenschutzauflagen. Gleiches gilt generell für personenbezogene Informationen. Auslagerungen ins Ausland sind für diese explizit

verboten. Da aber niemand genau weiss und nur schwer zu kontrollieren ist, wo einmal in die Wolke entlassene Daten schlussendlich landen, reichen manchmal nicht einmal einvernehmlich ausgehandelte Security Level Agreements, um den Anforderungen von Staat und/oder Kunde zu genügen.

## Anlass für Vorkehrungen

Cloud Computing kennt nicht nur Befürworter. Eines der Hauptargumente der Kritiker ist das der «Abhängigkeit, in die sich der User begibt». Mit diesem «Lock-

in-Effekt» wird der Verlust der Kontrolle über die eigenen Daten beschworen. Auch Urs Graf hält dieses Argument für – zumindest graduell – berechtigt. Er rät deshalb jedem Interessenten abzuklären, welche Lösung sich als Einbahnstrasse erweisen wird und welche nicht. Wer seine oder gar Kundendaten einem Dritten anvertraut, sollte sicherstellen, dass er diese auf Verlangen auf jeden Fall zurückerhält und weiter verwenden kann.

Selbstverständlich – so Graf – sei das leider nicht. Auch die Preisgestaltung von CRM-Lösungen aus der Cloud sei vom Anwender zu hinterfragen, bevor er sich für eine Lösung entscheidet. Zurzeit sorgt der zunehmende Wettbewerb der grossen Anbieter zwar für attraktiv tiefe Preise. Doch das wird sich ändern. Und was macht ein Kunde, der sich einer Lösung auf Gedeih und Verderb verschrieben hat, wenn der Anbieter oder der Provider die Preise seiner Lösung nach und nach hebt? Auch hier – so Graf – könne der Lock-in-Effekt spielen. ■