

Research Splitter

MSM Research AG

Aktuelle Daten und Erkenntnisse aus unseren Research Projekten auf dem Schweizer ICT-Markt

Research Splitter 11, August 2010

Jedes zweite ICT-Projekt wird aus den Business-Abteilungen generiert

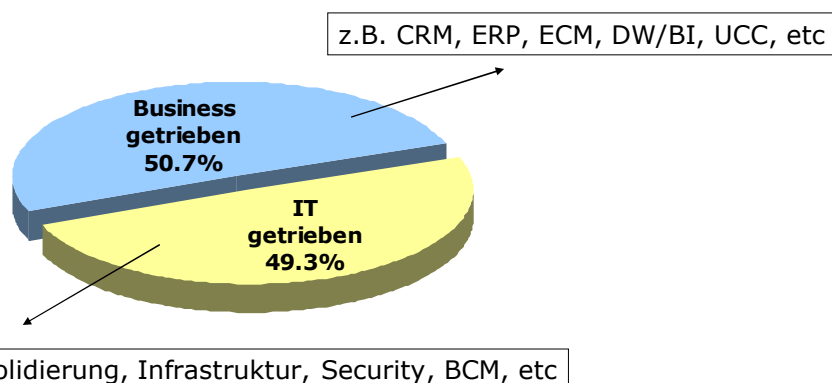
Der Einfluss der Businessabteilungen auf die Lancierung und Vergabe von ICT-Projekten steigt weiter. Mehr als die Hälfte (50.7%) der derzeit gestarteten Projekte werden vom Business angestossen.

Wie von uns bereits im vergangenen Jahr prognostiziert, hat die Anzahl der aus dem Businessbereich der Unternehmen angestossenen ICT-Projekte die 50% Schwelle überschritten. Unsere kürzlich abgeschlossenen Umfragen bei Schweizer Anwenderunternehmen ergaben, dass von den IT-Abteilungen derzeit „nur“ noch 49.3% der Projekte in Gang gebracht werden (analysiert wurden im Rahmen der Befragungen total 292 Projekte).

Nicht in jedem Fall werden die Vorhaben heute auch aus den Businessabteilungen finanziert. Die aktuellen Umfragen zeigen jedoch auf, dass der Anteil der aus den Geschäftsbereichen generierten und gleichzeitig finanzierten Projekte ebenfalls im Steigen begriffen ist.

Jedes zweite ICT-Projekt kommt heute aus dem Business

Welche Themen generieren zurzeit in Ihrem Unternehmen am meisten, resp. am ehesten Bedarf an ICT-Produkten und -Services?
Wer lanciert heute die entsprechenden Projekte?



Total 292 Projekte, Stand Juli 2010



Research Splitter

Der überwiegende Teil der businessgetriebenen Projekte stammt heute aus den Abteilungen Vertrieb, Marketing, Finanzen und Administration. So werden vom Vertrieb die Themen „CRM und Mobilität“, vom Marketing „Data Warehouse und Business Intelligence“ und von den Bereichen Finanzen und Verwaltung „ECM und ERP“ adressiert und angegangen. Verfolgt werden mit dem Einsatz der genannten Lösungen höhere Flexibilität und Agilität, besseres Verständnis der Märkte, Auslotung neuer Kundenpotentiale und Optimierung der Prozesse. Alles nach der immer wieder aus den Befragungen der Anwenderunternehmen zu hörenden Maxime: „Schneller, besser, günstiger“.

Die Entwicklung des steigenden Businessinflusses stellt sowohl ICT-Verantwortliche als auch Anbieter vor grosse Herausforderungen. Während der ICT-Manager sich heute mit der permanenten Forderung nach einer flexiblen, agilen und allzeit verfügbaren ICT-Infrastruktur konfrontiert sieht, werden sich ICT-Anbieter in Vertrieb und Marketing neu ausrichten müssen, um der Zielgruppe der Businessmanager hinsichtlich Argumentation, Kundenansprache und Businessexpertise auf gleicher Augenhöhe erfolgreich gegenüberzutreten.

Basis: "Midyear Report 2010",
verlangen Sie weitere Infos mit mail an info@msmag.ch.

MSM Research AG, Freier Platz 6, Postfach 228, CH-8203 Schaffhausen
Telefon 052 624 21 21, Fax 052 624 73 64, www.msmag.ch, briefing@msmag.ch

Märkte kennen - Chancen nutzen

