

Research Splitter

MSM Research AG

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

Research Splitter 16, November 2010

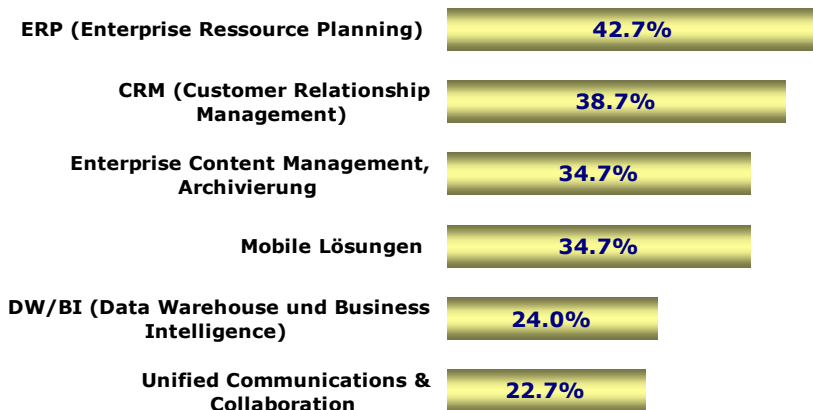
Fokussierung auf den Kunden - CRM-Lösungen bieten erfolgversprechende Unterstützung

Customer Relationship Management (CRM) Anwendungen bieten Unternehmen heute viel Potential, ihre Kundenbeziehungen erfolgreich zu managen und neues Potential auszuloten. CRM ist aber in erster Linie ein Prozess- und nicht ein Softwarethema.

Für 38.7% der von uns kürzlich befragten Unternehmen steht im Bereich der Businesslösungen das Thema CRM auf der Projekt-Agenda der kommenden 12 Monate. Eine zunehmende Zahl von Unternehmen setzt damit auf software-basierte Tools, um ihre bestehenden Kundenbeziehungen zu managen und rascher auf Veränderungen im Kundenverhalten zu reagieren. Dabei geht es in erster Linie längst nicht mehr darum, lediglich die Kontaktdaten und Angebots- und Projektinformationen zentral zu verwalten. Vielmehr sollen aktuelle und umfangreiche Daten und Analysen allen zuständigen Mitarbeitern verfügbar gemacht, mögliches Zusatzpotential (Cross- und Upselling) aufgezeigt, eine gezielte Kundensegmentierung ermöglicht und letztlich die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden. Der Kunde soll ins Zentrum des unternehmerischen Schaffens gerückt werden und CRM-Lösungen können dazu eine wirkungsvolle und effiziente Grundlage liefern.

CRM steht weit oben auf der Projektagenda

Welche Businesslösungen planen Sie konkret für die kommenden 12 Monate in Ihrem Unternehmen? (Antworten in % der befragten Unternehmen, n=163)



Research Splitter

2010 werden Schweizer Unternehmen knapp 280 Millionen Fr. für CRM-Anwendungen (inkl. Services) aufwenden und für das kommende Jahr rechnen wir aus heutiger Sicht mit einer Zunahme dieser Ausgaben um über 5%. Generator für das Wachstum sind derzeit vor allem kleinere und mittlere Unternehmen, welche heute von einer Vielzahl von CRM-Anbietern adressiert werden.

Allerdings wird die Implementierung einer CRM-Lösung den Erfolg alleine nicht garantieren können. CRM setzt eine optimale Einbettung in bestehende Prozesse, die Disziplin der Mitarbeiter und letztlich die Bereitschaft aller Beteiligten voraus, bislang im "eigenen Königreich" gehütete Kunden-Informationen und Daten zu teilen, resp. im CRM-System verfügbar zu machen. Customer Relationship ist somit weniger eine Frage des Technologie-Einsatzes, sondern in erster Linie eine Prozess-, Kultur- und Verhaltensfrage.

Basis: Report ICT-Markt Schweiz - Herbst Update
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

