



Integration – Erfolgsfaktor für das Gelingen der CRM-Einführung

Die Integration zwischen ERP-Software und CRM-Lösung spielt im industriellen Mittelstand leider immer noch eine sehr geringe Rolle. Das zeigen sowohl unsere Erfahrungen in der betrieblichen Praxis als auch einschlägige Studien zum CRM-Markt. Die Folgen sind bekannt: Marketingmaßnahmen verpuffen wirkungslos, denn eine gezielte Kundenansprache ist kaum möglich. Darüber hinaus hat der Außendienst keinen direkten Zugriff auf aktuelle Angaben zu Konfigurationen, Preisen und Verfügbarkeiten aus dem ERP-System. Das macht es schwierig, technisch und preislich exakte Angebote zeitnah zu erstellen. Aufwändige Abstimmungsrunden mit der Zentrale sind notwendig, wodurch oft wertvolle Zeit vergeht. Bis dann endlich ein einwandfreies Angebot vorliegt, ist der Kunde vielleicht schon mit der Konkurrenz im Gespräch.

paraturen, Wartungsverträge, Service Hotline und Ersatzteile auf Basis tatsächlich bestellter Produkte abzuwickeln. Der Kunde steht im Mittelpunkt und kann ganzheitlich und effizient betreut werden. Auch das Controlling kundenorientierter Aktivitäten ist nur mit einer ganzheitlichen Integration der Systeme möglich. So können z.B. Umsatzzahlen aus dem ERP-System mit Informationen zum Kundenkaufverhalten aus dem CRM-System verknüpft und ausgewertet werden.

Kostenexplosion vermeiden

Neben der Anwenderfreundlichkeit einer CRM-Anwendung stellt vor allem der Integrationsaspekt einen entscheidenden Erfolgsfaktor für das Gelingen der CRM-Einführung dar. Viele CRM-Projekte sind gerade hier durch die Explosion von Kosten in der Schnittstellenentwicklung gescheitert

CRM-expo
Messe + Kongress

Sybit GmbH
Halle 10
Stand F30

Eine Frage der IT&Production an Martin Müller, Geschäftsführer der Sybit GmbH in Radolfzell: Welche Rolle spielt im industriellen Mittelstand – etwa bei Variantenfertigern – die Integration zwischen ERP-Software und CRM-Lösung?

Reibungslose Prozesse

Voraussetzung für reibungslose Prozesse zu Kunden und die ganzheitliche Abwicklung von CRM-Prozessen ist also eine perfekte Integration von ERP-Software und CRM-Lösung. Damit stehen umfassende Informationen auch für Marketing, Vertrieb und Kundenservice zur Verfügung, wodurch eine 360-Grad-Sicht auf alle kundenorientierten Aktivitäten, auch aus dem ERP-System, möglich wird. Es können gezielte Marketing-Kampagnen durchgeführt werden, da Kunden einer bestimmten Produktgruppe auf Basis echter Bestellungen ermittelt werden können. Im Vertrieb können neue Leads, beispielsweise von Messen, direkt in Verkaufschancen und Angebote umgewandelt und dann als Fertigungsauftrag im ERP System angelegt werden – das alles unter Einbezug von Materialien, Preisen und Verfügbarkeiten des ERP-Systems. Im Service ist es dann auch möglich, Re-

und unbeschreiblich teuer geworden. Wer die Kosten scheut, muss Doppelangaben in zwei Systemen in Kauf nehmen. Unsere Erfahrungen in Einführungsprojekten haben gezeigt, dass die Verwendung einer integrierten ERP- und CRM-Lösung desselben Herstellers entscheidende Vorteile bietet. Vorteile, die sich gerade in Punkto Investitionsschutz bezahlt machen: Zum einen können Prozesse und Datenobjekte systemübergreifend genutzt werden, d.h. es müssen keine Schnittstellen entwickelt werden. Zum anderen kommunizieren beide Lösungen auch nach einem Release-Update ohne Komplikationen miteinander. Nicht zuletzt gibt es einen Hersteller, der die Verantwortung trägt. Nur Usability und nahtlose Integration führen zum Erfolg und das ist umso wichtiger, je komplexer die Produkte sind, die verkauft werden sollen. ■

www.sybit.de