

Link: <https://www.computerwoche.de/a/fuenf-schritte-zum-erfolg,1909526>

SaaS-Projekte

Fünf Schritte zum Erfolg

Datum: 02.11.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Trotz einfacherer Implementierung und kürzeren Einführungszeiten erfordern auch SaaS-Projekte im Kundenmanagement klare Ziele und eine ausführliche Planung. Das Beratungshaus Ec4u zeigt, wie sich typische Probleme bei der Einführung von On Demand-Lösungen vermeiden lassen.



SaaS¹-Initiativen mangelt es in der Praxis häufig an der konkreten, unternehmensweiten Ausrichtung der CRM-Strategie: So fehle es oft nicht nur an einer genauen Beschreibung, welchen Beitrag **CRM**² für ein Unternehmen leisten soll. Mindestens ebenso häufig würde keine Gesamtkostenberechnung vorgenommen, monieren die CRM-Experten des Beratungshauses Ec4u Expert Consulting AG in einem aktuellen Strategiepapier. "Die wirtschaftlichen Kalkulationen und Nutzen-Betrachtungen sind jedoch elementar für den Erfolg und außerdem als Basis für die Bewertung künftiger Szenarien-Änderungen von entscheidender Bedeutung" kommentiert Ec4U-Director Markus Pufahl. Für die Einführung von Web-basierenden **Kundenmanagement**³-Lösungen empfiehlt er daher ein Vorgehen in fünf Schritten:

1. Komplexe Anforderungen nicht in minimalistische Lastenhefte zwingen

Gegenüber On Premise-Lösungen verspricht SaaS neben einer geringeren Kapitalbindung und niedrigeren Anfangsinvestitionen, sowie der wesentlichen Entlastung der eigenen IT vor allem eine leichte Implementierung des Systems und schnelle Einführungszeiten. Dass eine **SaaS**⁴-Lösung mit geringem Aufwand vor Ort und binnen weniger Wochen eingesetzt werden kann, heißt wohl aber nicht, dass die Durchführung eines SaaS-Projekts weniger Planung bedarf als klassische Projekte. Die genaue Analyse der Anforderungen und die Erstellung eines adäquaten Lastenhefts stellen erfolgskritische Faktoren dar, bei denen die Art der Bereitstellung der Software keine Rolle spielt. "Wer zu Beginn nicht die tatsächlichen Anforderungen ausreichend differenziert beschreibt und dabei insbesondere die Bedürfnisse der Anwender vernachlässigt, begibt sich anschließend in einen nebulösen Planungs- und Entscheidungsprozess" so Pufahl. Denn je allgemeiner und unpräziser die Absichten, desto umfassender könnten die Fehlerquellen und Ungenauigkeiten in allen Folgemaßnahmen bis hin zur Gestaltung der **CRM-Prozesse**⁵ werden, warnt der Experte.

2. SaaS-Lösungen auf Basis objektiver Maßstäbe ausführlich vergleichen

Das Lastenheft spielt zudem bei der **CRM-Softwareauswahl**⁶ eine wichtige Rolle, weil sich daraus das Funktionsprofil ableiten lässt. Fehlt es hier an der nötigen Genauigkeit, ließen sich CRM-Lösungen nur schwer miteinander vergleichen. Damit drohe die Gefahr einer falschen Auswahl, wodurch letztlich das gesamte Projekt gefährdet werden könne. "Für die Evaluierung sind unbedingt objektive Maßstäbe zu entwickeln, um zu einer dokumentierten und belastbaren Auswahlentscheidung zu gelangen" weist Pufahl. Dabei sollten Firmen Aspekte der Strategie, Fachlichkeit, Wirtschaftlichkeit und Technik in den Bewertungen sauber trennen und zu einem Gesamtbild verdichten.

Effiziente Abläufe gestalten

3. CRM-Prozesse anforderungsgerecht gestalten

Selbst die beste CRM-Lösung aus dem Web hilft allerdings wenig, wenn das Anwenderunternehmen über keine effiziente Abläufe im **Kundenmanagement**⁷ verfügt. Denn SaaS stellt zwar quasi eine Plug-and-Play-Lösung dar, für deren tatsächliche Nutzenentfaltung bedarf es jedoch präzise gestaltete CRM-Prozesse. Insbesondere die Aktivitäten am Frontend sind laut Ec4u stark anforderungs- und prozesslastig, da **CRM On Demand**⁸ standardmäßig nur geringfügiger angepasst werden kann als lokale Software.

4. Testing und Rollout detailliert planen

Sind die Anforderungen der Anwender analysiert und CRM-Prozesse entsprechend definiert worden, eignet sich das SaaS-Modell hervorragend dazu, unter realen Nutzungsverhältnissen zu prüfen, inwiefern ein On Demand-System die **CRM-Strategie**⁹ des Unternehmens unterstützt. Anders als die meisten klassischen Business-Anwendungen, lassen sich Applikationen, die als Service vertrieben werden, einfach und kostenlos für mehrere Wochen - in der Regel zwei bis vier - ohne Einschränkungen testen. Um den maximalen Nutzen daraus zu ziehen, bedarf es allerdings eines sauberen Testkonzepts und einer bedarfsgerechten Testkoordination, betonen die Ec4U-Berater. Hinsichtlich des Rollouts sei zudem taktisch zu überlegen, mit welcher Benutzergruppe die Einführung zunächst begonnen werden soll. Ideal ist eine weniger komplexe Benutzergruppe, die sich aber gleichzeitig durch eine hohe Akzeptanz für SaaS auszeichnet, heißt es aus Karlsruhe weiter.

Benutzer nicht alleine lassen

5. Support-Bedarf rechtzeitig abschätzen

Einen weiteren erfolgskritischen Faktor bei **SaaS-Initiativen im Kundenmanagement**¹⁰ sehen die Ec4u-Experten in dem Unterstützungsbedarf nach der Inbetriebnahme des Systems: "Die ersten drei Monate nach der Einführung eines SaaS-Lösung sind erfahrungsgemäß die Härtesten, aber hierzu gibt es in den Projektplanungen meist keine Aussage" gibt sich Pufahl kritisch. Dies treffe insbesondere für SaaS-Anwendungen zu, weil hier regelmäßig näher am Systemstandard implementiert wird als bei Inhouse-Alternativen. Dadurch entstehe in der Praxis oft das Problem, dass kein ausreichender Support stattfindet, sich die Benutzer allein gelassen fühlen und ihre Ideen nicht konstruktiv aufgegriffen werden können. Aus diesen Gründen seien Firmen gut beraten, den Unterstützungsbedarf frühzeitig in den Planungen zu berücksichtigen.

Links im Artikel:

- ¹ <https://www.computerwoche.de/software/crm/1907910/>
 - ² <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?pid=1&pk=3081&source=nltxt>
 - ³ <https://www.computerwoche.de/software/crm/1906988/>
 - ⁴ https://www.computerwoche.de/knowledge_center/mittelstands_it/1877894/
 - ⁵ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1892539/
 - ⁶ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?pid=1&pk=3287&source=subnet>
 - ⁷ <https://www.computerwoche.de/software/crm/1908984/>
 - ⁸ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1885882/
 - ⁹ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?pid=1&pk=3092>
 - ¹⁰ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1888596/
-

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.