

Erfahrungsbericht über die Einführung von Oracle CRM on Demand (OCoD)

**Franz von Proff zu Irnich
IBM Deutschland GmbH
München**

Schlüsselworte:

Oracle CRM on Demand, OCoD, CRM, SaaS

Einleitung

Oracle CRM on Demand (OCoD) als s.g. "Software as a Service" (SaaS) Lösung, ist ein vollwertiges CRM System, welches bereits bei vielen Unternehmen unterschiedlichster Größe und Anwenderzahlen weltweit eingeführt wurde.

Auf Basis von mehreren erfolgreich durchgeführten OCoD Projekten in Deutschland und in der Schweiz soll darauf eingegangen werden, was im Einzelnen bei der Einführung von OCoD zu beachten ist und wie ein erfolgreiches Projekt aufgesetzt und durchgeführt werden kann. Anhand von Praxisbeispielen soll zum einen aufgezeigt werden, warum OCoD im Vergleich zu s.g. "on Premise" Implementierungen schneller, einfacher und günstiger durchgeführt wird, aber auch welche Implementierungsfehler es dabei zu vermeiden gilt. Diese Fehler liegen nicht nur in der Benutzung der Technologie, sondern meist in der Vorbereitung und der Organisation des Projektes vom einzuführenden Unternehmen. Diverse Tips und Tricks sollen diskutiert und durchgespielt werden. Dabei wird auf die vielfältigen Möglichkeiten, welche OCoD für Unternehmen bietet, eingegangen. Der Vortragsteilnehmer soll mit Hilfe dieses Vortrags in die Lage versetzt werden, zu entscheiden, ob OCoD eine CRM Lösungsalternative für das Unternehmen darstellt und wie ein erfolgreiches Projekt oder zumindest ein Pilotprojekt initiiert wird.

CRM als SaaS-Lösung – was muss man sich darunter vorstellen und welche Bedeutung und welchen Nutzen hat eine solche Lösung für das einführende Unternehmen?

„Software as a Service“ ist ein Schlagwort, das es schon seit der Jahrtausendwende gibt, aber erst seit ca. 5 Jahren konkreten Einsatz erfährt. Die Idee dahinter ist, Software / Applikationen nicht mehr zu kaufen und in eigener Regie zu betreiben, sondern, wie eine Zeitung oder Zeitschrift, zu abonnieren bzw. zu mieten. Dabei ist der Hersteller der Software für den gesamten Betrieb (Hardware und Infrastruktur), sowie für Pflege und Wartung inkl. aller Versionswechsel verantwortlich. Der Anwender zahlt in der Regel für die Nutzung auf Basis der gewählten Lösung bzw. Module einen Preis pro Monat pro Anwender an den Hersteller.

Model	Software	Hardware	Performance	Payment	Adaptability
Packaged Software (On Premise)	Owned	Owned	Customer Responsibility	License Fees Maintenance Fees	H / H+
Hosted Software (ASP)	Owned	Rented	Vendor Responsibility	Mixed Models	M / H
Software as a Service (SaaS)	Rented	Rented	Vendor Responsibility	Subscription	L / L+

Abbildung 1: Unterschiedliche Modelle für die Einführung von Software

Das klingt alles erstmal sehr vorteilhaft für den Anwender und in vielen Fällen hat der Anwender in der Tat einen großen Nutzen von solch einer Lösung. Es müssen allerdings auch einige Voraussetzungen erfüllt sein, damit der Anwender auch wirklich seinen individuellen Nutzen daraus ziehen kann.

Zuerst muss jedoch geprüft werden, ob die geplante CRM Strategie – diese ist Voraussetzung, um überhaupt ein erfolgreiches Projekt durchzuführen – mit Hilfe einer SaaS-Lösung umgesetzt werden kann. D.h.: Gibt es eine SaaS-Lösung, die über genügend Funktionalität verfügt und so flexibel konfiguriert bzw. erweitert werden kann, dass der gewünschte und notwendige Nutzen erzielbar ist?

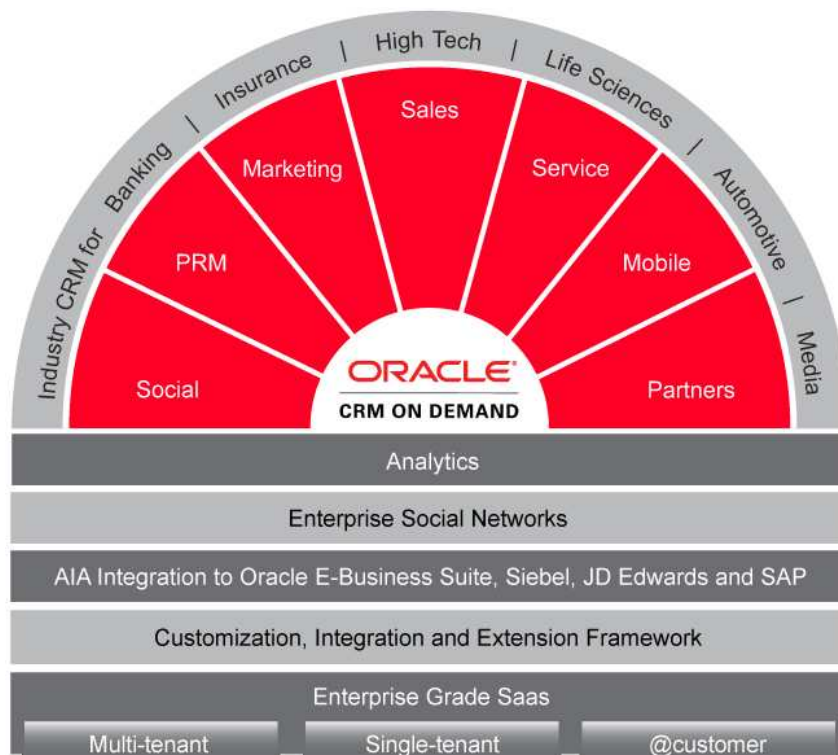


Abb. 2: OCoD eine komplette (SaaS) CRM suite

OCoD als SaaS Lösung gibt es bereits seit 2004/05 und ist heute in der Version 18 in den Kernfunktionen Marketing, Vertrieb und Service ausgereift. Dazu gibt es diverse Branchenlösungen und sowohl interne Erweiterungen wie z.B. Partnermanagement (PRM), als auch externe Partnerlösungen, die bereits über fest definierte Integrationsschnittstellen miteinander verbunden sind oder sogar direkt integriert sind.

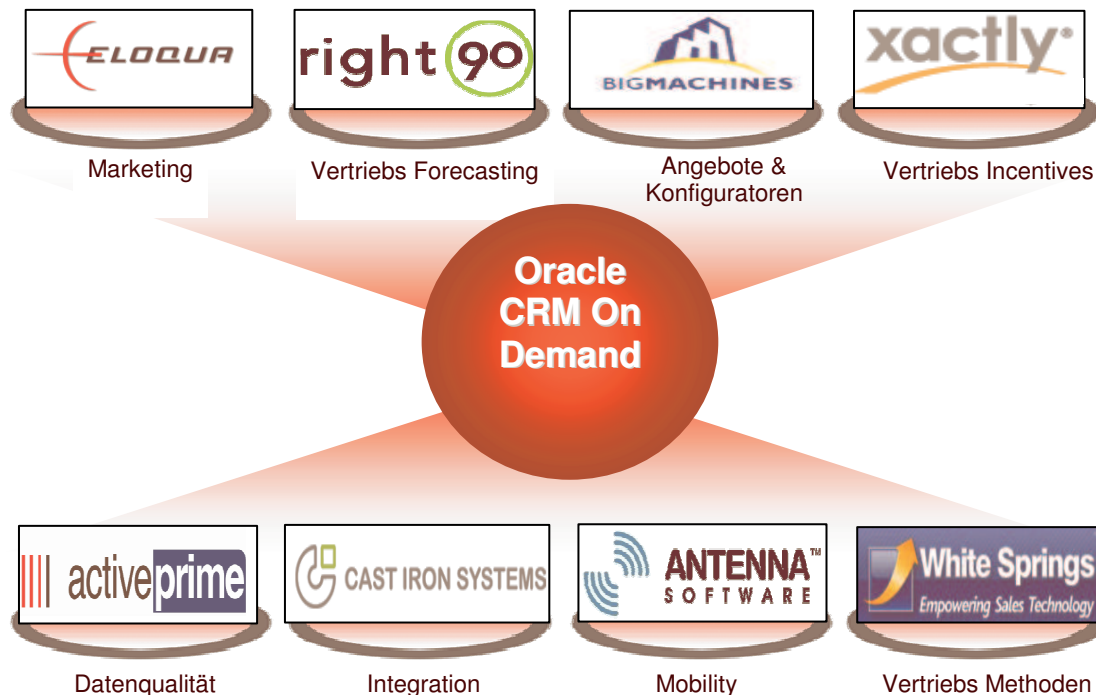


Abbildung 3: OCoD und das Lösungsnetzwerk

Der wesentliche Vorteil für einen SaaS basierten Ansatz ist die Möglichkeit, sich intensiver auf die projektkritischen Erfolgsfaktoren wie die CRM Strategie und das Geschäft bzw. die Prozesse dahinter sowie auf das Change Management zu fokussieren. Der Grund dafür ist, dass man sich nicht in den ganzen Details und Anforderungen der benötigten Infrastruktur und Technologie verliert, die normalerweise notwendig sind, um traditionelle lizenzbasierende Software (on Premise) installiert zu bekommen.

Kostenbetrachtung

Zu guter Letzt bleibt immer die Kostenfrage. Ist ein SaaS Ansatz auf die Dauer gesehen wirklich günstiger bzw. wirtschaftlicher (im Sinne eines TCO Ansatzes) als eine traditionelle Softwarelösung? Dies lässt sich hier nicht abschließend beantworten, da ein Rechenmodell von vielen Faktoren abhängig ist und für jedes Unternehmen individuell aufgestellt werden muss und anders ausfällt.

Es gibt einige Basisstudien, die jedoch nur als grober Anhaltspunkt dienen können. Empfehlenswert ist es, im Vorfeld der Entscheidung eigene Berechnungen anzustellen. Dabei ist darauf zu achten, dass wirklich alle Kosten über die Zeit berücksichtigt werden. Als Zeitspanne empfiehlt sich ein Ansatz über 3 bis maximal 5 Jahre.

Folgende Kosten sollten auf jeden Fall berücksichtigt werden:

- Lizenzkosten der Software bzw. Mietkosten für die SaaS Lösung
- Infrastrukturkosten inkl. Wartung, Abschreibungen, Strom, Personal, Raumkosten...
- Maintance-Kosten für Softwarelizenzen – in der Regel bereits im Mietpreis für SaaS Lösung inkludiert
- Upgradekosten auf Unternehmensseite – bei SasS liegt das in der Verantwortung des Herstellers und ist somit bereits im Mietpreis enthalten
- Mobiler Zugriff (VPN) – bei SaaS reicht in der Regel eine einfache Internetverbindung aus
- Usw.

Wie unterscheidet sich ein erfolgreicher SaaS-basierender Projektansatz von einem standard Softwareprojekt (on premise)?

Lassen Sie uns erstmal die Gemeinsamkeiten betrachten.

Generell muss gesagt werden, dass ein CRM Projekt kein EDV Projekt ist, sondern eine organisatorische Neuausrichtung hin zu mehr Kundenorientierung – das ist im Prinzip bekannt, muss aber immer wieder ins Gedächtnis gerufen werden. Deswegen sind alle strategischen und organisatorischen Betrachtungen im Vorfeld nach wie vor wichtig und notwendig. D.h. kritische Erfolgsfaktoren wie CRM Strategie, CRM Prozesse und Change Management müssen immer berücksichtigt werden. Es macht am Ende keinen Unterschied, ob eine entwickelte CRM-Strategie mit einem „On Demand“ oder einem „On Premise“ Ansatz softwareseitig umgesetzt wird.

Auch bleibt die Notwendig bestehen, die Mitarbeiter von Anfang an in eine CRM Strategie zu involvieren und deren Ideen mit einfließen zu lassen. Soweit ändert sich nichts.

Was ändert sich?

Gehen wir hypothetisch mal davon aus, dass eine neue CRM Lösung nach folgendem 5-stufigen Vorgehensmodell eingeführt werden soll:

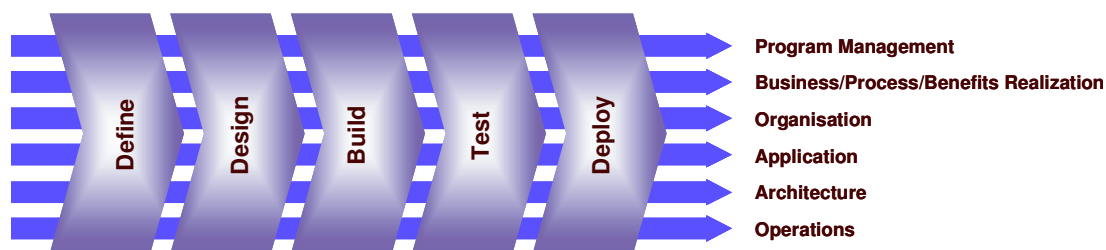


Abb.4: 5-stufiges Implementierungsmodell

Dann würde man in einem traditionellen „On Premise“ Ansatz alle Schritte nach und nach abarbeiten („Wasserfall“-Ansatz) und am Ende den Anwendern eine Lösung präsentieren.

Bei einem „On Demand“-Ansatz empfiehlt es sich aber, diese Schritte in Iterationen zu durchlaufen und direkt am Bildschirm die Prozesse, die Masken und die Felder mit den Anwendern bereits in der Lösung zu designen und je nach Komplexität zu finalisieren – „Prototypen“-Ansatz.

Der Anwender erlebt somit interaktiv wie seine Lösung nach seinen „Vorstellungen“ konfiguriert wird und kann sich damit sofort identifizieren.

Das kann Prozess für Prozess, Objekt für Objekt oder nach einem anderen Verfahren durchgeführt werden. Idealerweise setzt man das Projekt so auf, dass die ersten Anwender, meist s.g. „power user“, schon nach kurzer Zeit (z.B. innerhalb eines Monats) mit dem System arbeiten können – s.g. „quick wins“. Das erhöht die Anwenderakzeptanz und damit die aktive Nutzung des Systems.

OCoD unterstützt diesen iterativen Ansatz insoweit, dass es Konfigurationswerkzeuge zur Verfügung stellt, die ein schnelles und einfaches konfigurieren von Feldern, Bildschirmmasken usw. ermöglichen.

Beim „roll out“ unterscheidet sich eine on Demand Lösung noch einmal wesentlich von einer traditionellen Softwarelösung und es können hierbei weitere Vorteile einer on Demand Lösung genutzt werden.

Zum einen ist der Schulungsaufwand auf Grund der intuitiven Benutzeroberfläche und der iterativen Vorgehensweise wesentlich geringer als bei einer „On Premise“ Lösung und zum anderen benötigen die einzelnen Anwender nur eine URL, einen Internetzugang und Ihre Zugangsdaten (ID und Passwort), um mit der neuen Lösung zu arbeiten.

Zu guter Letzt: Änderungen bzw. Erweiterungen der CRM Strategie oder sonstige organisatorische Anpassungen können flexibel in eine bestehende OCoD Lösung eingebracht und den Benutzern unmittelbar zur Verfügung gestellt werden.

Zusammenfassung

Zusammenfassend kann man festhalten, wenn eine SaaS Lösung wie Oracle CRM on Demand die gewünschte CRM Strategie abdeckt und somit eine geeignete Lösung darstellt gibt es fast keinen Grund mehr, nicht auf diese neue, innovative Alternative umzusteigen, sofern die Kosten-/Nutzenbetrachtung ebenfalls positiv bewertet werden kann.

Unternehmen erhalten mit dieser Lösung die Freiheit, unabhängig von der eigenen IT-Infrastruktur und den damit verbundenen technischen Fragestellungen, eine umfangreiche CRM Lösung einzuführen. Eine Lösung, welche gezielt von den Fachabteilungen betrieben und gesteuert wird und sich flexibel an geänderte Geschäfts- und Organisationsbedingungen anpassen bzw. erweitern lässt.

Kontaktadresse:

Franz von Proff zu Irnich
IBM Deutschland GmbH
Ahornweg 11b
D-82547 Eurasburg

Telefon: +49 (0) 172 628 63 51
Fax: +49 (0) 3222 835 043 4
E-Mail: fvonproff@de.ibm.com
Internet: www.ibm.de