

Erste Eindrücke der neuen Fusion-CRM-Applikation

Gregor Bublitz, ec4u expert consulting ag

Der Artikel zeigt die Erfahrungen der ec4u im Rahmen des Early-Adopter-Programms zu Fusion CRM. Betrachtet werden dabei das generelle Konzept von Fusion CRM sowie die Erweiterungsmöglichkeiten, die durch die neue technologische Basis der Fusion Middleware gegeben sind. Zum Schluss wird das laufende Fusion-CRM-Projekt der ec4u dargestellt.

Die Version 1.0 der Fusion-CRM-Applikation, die bis Ende des Jahres 2011 lediglich für ausgewählte Kunden zugänglich sein wird, beinhaltet hauptsächlich die Bereiche „Customer Master Data Management“, „Sales“ und „Marketing“. Wie Abbildung 1 zeigt, kommen dabei auch Teilbereiche aus anderen Fusion-Applikationen zum Einsatz. Technologisch basieren die Fusion-Applikationen auf Fusion Middleware mit den Teilbereichen SOA-Suite, WebCenter, Oracle Application Development Framework (ADF), Oracle Business Intelligence (BI) Enterprise Edition, Oracle Business Process Management (BPM), WebLogic-Applikationsserver und Oracle-Datenbank. Die Fusion-Applikationen können sowohl auf kundeneigenen Servern installiert und betrieben werden (on Premise) als auch als Dienstleistung (SaaS, Cloud-Service) direkt und ohne eigene Installation genutzt werden. Als Endbenutzer-Kanal stehen neben der reinen, Web-basierten Applikation auch die Fusion-CRM-Desktop-Outlook-Erweiterung sowie die Apps für Blackberry und iPhone zur Verfügung.

Was ist wirklich neu?

Die gesamte Fusion-Applications-Familie einschließlich CRM geht mit einer komplett neuen Benutzeroberfläche und Bedienungsphilosophie an den Start. Die gesamte Benutzeroberfläche teilt sich in vier Bereiche auf, wobei die beiden seitlichen Bereiche durch den Benutzer je nach Bedarf weggeklappt werden können, um mehr Platz zur Verfügung zu haben (siehe Abbildung 2). In der „Global Area“ findet man die bereits von Siebel bekannte Navigation, Personalisierungsmöglichkeiten

sowie die Hilfe, aber auch einige neue an Web 2.0 angelehnte Konzepte wie das Tagging. Hier besteht die Möglichkeit, nach Tags zu suchen, die an allen Objekten hinterlegt werden können. Die „Regional Area“ ist – wie der Name schon suggeriert – einer Region zugeordnet, wie beispielsweise „Kampagnen“. Dort gibt es dann unter anderem Suchmöglichkeiten, Aktivitätenlisten (vergleichbar mit dem Task-Based-UI aus Siebel) oder Quick Creates zum schnelleren Anlegen von Datensätzen einer Entität. Nach einer Suche in der „Regional Area“ oder nach einem Klick auf eine Aktivität geht die Bearbeitung in der „Local Area“ weiter. Dabei werden Daten eingegeben, geändert oder es wird ein Prozess durchlaufen beziehungsweise angestoßen. Die

„Contextual Area“ beinhaltet dabei abhängig von den gerade angezeigten Daten in der „Local Area“ weiterführende Informationen wie analytische Daten, Zusammenfassungen oder Ähnliches.

Die Oracle Fusion Applications bieten eine sehr starke Integration in Web-2.0-Technologien. Es lassen sich einzelne Objekte taggen, um sie später wieder besser finden zu können. Bei manchen Feldern bewirkt ein „Mouse Over“ die Öffnung von Google Maps oder von sozialen Netzwerken, die Zusatz-Informationen zu einem Kontakt anzeigen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, innerhalb der Applikation Diskussionsforen zu nutzen.

Eine schöne Weiterentwicklung ist sicher auch die intelligente Auswahlfunk-

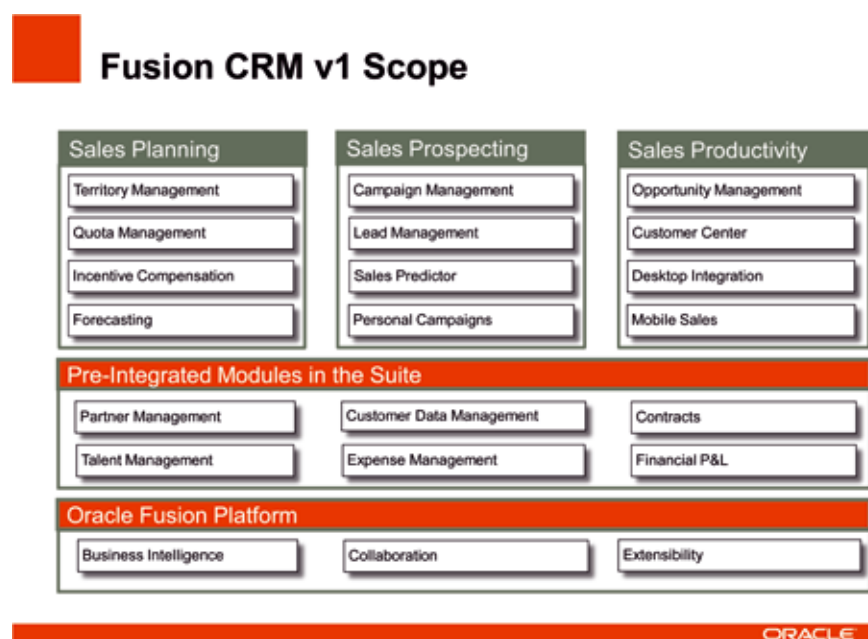


Abbildung 1: Umfang der Fusion-CRM-Version 1.0

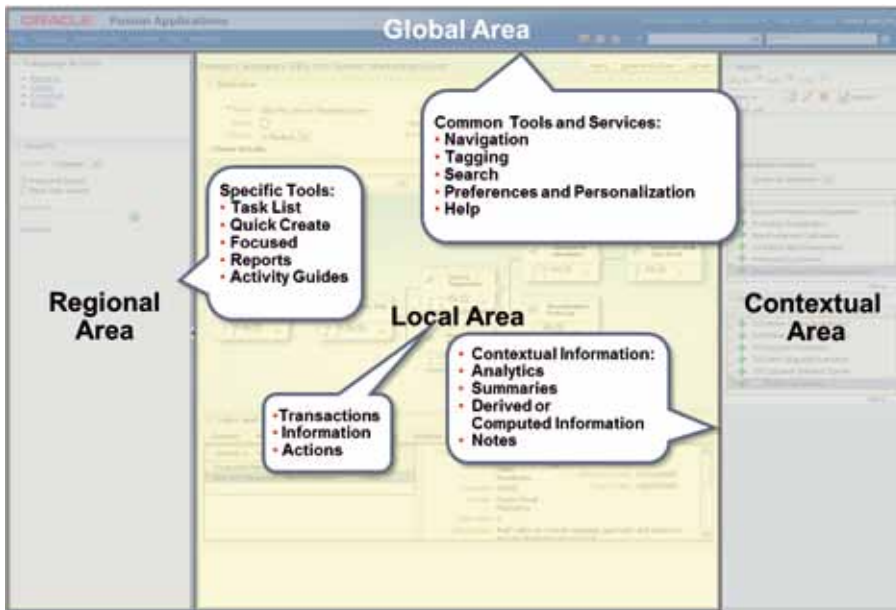


Abbildung 2: User Experience von Fusion Applications

tion, die man für die effiziente Auswahl eines Werts aus einer langen Werteliste benötigt. Diese merkt sich zum Beispiel Werte, die man zuletzt genutzt hat, und bietet diese als Erstes an. Genauso gibt es bei manchen Feldern eine automatische Vervollständigung ähnlich wie bei einer Google-Suche. Neu sind auch die sogenannten „Activity Streams“, die ähnlich funktionieren wie die Neuigkeiten bei Xing oder Facebook. Hier werden alle relevanten Informationen benutzerspezifisch aufbereitet, beispielsweise kann ein Sales Manager sehen, wenn seine Mitarbeiter die Wahrscheinlichkeit einer Opportunity verändern oder den Status umsetzen.

Erweiterbarkeit von Fusion CRM

Bei den Möglichkeiten und Werkzeugen zur Erweiterung von Fusion CRM muss man

Schritt	Aufgabe
Daten-Bereinigung (Data Cleansing)	Hier sind im Laufe der Jahre in Siebel „falsche“ Werte in manchen Feldern entstanden. Im ersten Schritt, dem Data Profiling, werden Felder identifiziert, die bereinigt und standardisiert werden müssen.
Daten-Extraktion (Batch File Extract)	In diesem Schritt werden alle bestehenden Kunden (Accounts), Kontakte (Contacts) und Adressen (Business Addresses) aus dem bestehenden Siebel-8.1-System exportiert und für den Import in Fusion vorbereitet, etwa die Übersetzung von Werten aus Wertelisten oder die Transformation aufgrund unterschiedlicher Datenmodelle.
Daten-Import (File Import)	Kunden, Kontakte und Adressen werden in diesem Schritt mittels eines CSV-Files in Fusion importiert. Das Mapping auf die Fusion-CRM-Objekte und Attribute kann dort konfigurativ während des Importvorgangs vorgenommen werden. Zusammen mit der Daten-Extraktion stellt dies den Initial Load von Siebel nach Fusion CRM dar.
Erhöhung der Daten-Qualität (Initial CDM Processing)	Maßnahmen zur Steigerung der Datenqualität müssen bereits nach dem Import getroffen werden. Um die realen Kunden, Kontakte und Adressen in Fusion CRM korrekt und eindeutig abzubilden, muss eine Bereinigung der aus Siebel CRM stammenden Datensätze stattfinden. Da die importierten Datensätze sehr wahrscheinlich Dubletten aufweisen, wird ein in Fusion CDM integrierter Prozess durchgeführt, um die mehrfach gespeicherten Entitäten aufzuspüren. Die daraus entstehende Vorschlagsliste von mutmaßlich übereinstimmenden Objekten wird anschließend manuell bearbeitet, um entscheiden zu können, ob Datensätze zusammengefasst oder verknüpft werden sollen oder ob der Vorschlag abzulehnen ist. Um korrekte und aktuelle Adressen zu erhalten, wird ein Batch-Job in Fusion CDM durchgeführt, der die importierten Datensätze gegen ein Postverzeichnis (postal directory) abgleicht. Die Validierung prüft einerseits, ob die Adresse – abhängig vom Land – ein gewisses Format einhält. Des Weiteren wird die Adresse korrigiert und standardisiert, indem die Referenzadresse aus dem Postverzeichnis zum Vergleich herangezogen wird (etwa die Korrektur der PLZ). Im anschließenden manuellen Schritt können die Änderungsvorschläge übernommen oder abgelehnt werden.
Daten-Replizierung (Realtime Sync)	Neue Kunden, Kontakte und Adressen werden von Siebel nach Fusion repliziert. In Siebel geänderte Kunden, Kontakte und Adressen werden in Fusion aktualisiert.

Tabelle 1

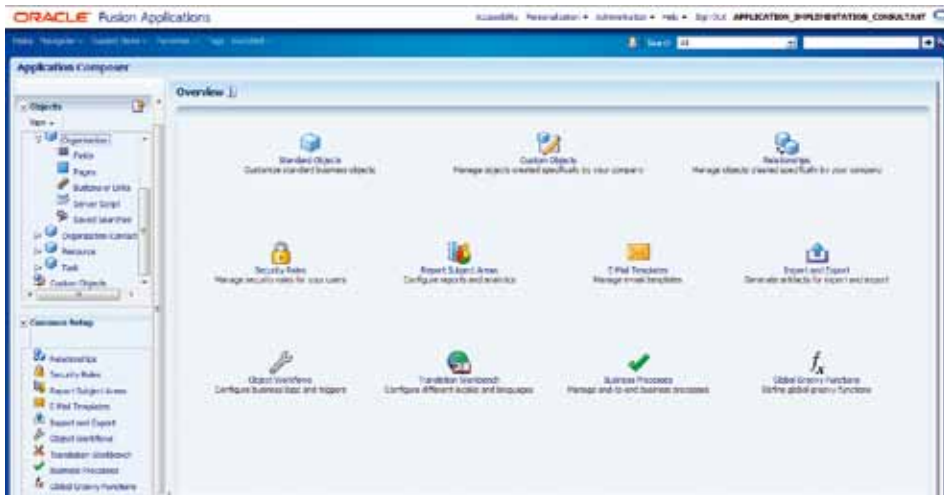


Abbildung 3: Erweiterbarkeit von Fusion CRM mittels CRM Application Composer

grundsätzlich zwischen der Eigeninstallation (on Premise) und der SaaS-Nutzung (Cloud) unterscheiden. Bei der SaaS-Lösung stehen vier sogenannte „Composer“ für eine Anpassung von Fusion CRM zur Verfügung. Die Änderungen sind sofort in der Anwendung sichtbar, ein Kompilieren des Quellcodes ist nicht mehr notwendig. Bei der Eigeninstallation können noch Erweiterungen mit dem JDeveloper, dem zentralen Entwicklungswerkzeug von Oracle, vorgenommen werden. Die Funktionen und Anwendungsgebiete der einzelnen Composer sind:

- **CRM Application Composer**
Hier kann man unter anderem Standard-Objekte erweitern, Custom-Objekte erstellen und deren Relationen abbilden, Lokalisierungen beziehungsweise Internationalisierungen zentral verwalten sowie globale, wiederverwendbare Funktionen in der Skriptsprache Groovy schreiben und Objekt-Workflows abbilden.
- **Page Composer**
Hier wird eine Komponente der WebCenter Suite angeboten, die es ermöglicht, umfangreiche Änderungen an dem Layout der Seiten vorzunehmen. Die Änderungen sind in verschiedenen Layern (Global, Site, User etc.) sowie für verschiedene Benutzergruppen möglich.
- **Process Composer**
Eine Web-Komponente der BPM Suite, die es ermöglicht, Geschäftsprozesse (etwa einen Genehmigungsprozess) zu erstellen und/oder anzupassen. Diese

lassen sich dann an verschiedenen Stellen in Fusion CRM einbinden.

- **BI Report Composer**
Der BI Report Composer ist ein Assistent, der es erlaubt, auf dem BI-Metadatenmodell basierende Analysen/Reports schnell und einfach zu erstellen, anzupassen oder anzusehen. Diese Komponente kann als vereinfachte Version des OBI-Analysis-Editors gesehen werden, um die Komplexität bei der Erstellung und Verwaltung von Analysen/Reports für den Anwender zu reduzieren.

Abbildung 3 zeigt ein Beispiel für den CRM Application Composer. Neben den oben genannten Möglichkeiten ist hier auch „Security“ konfigurierbar. Dabei werden die funktionale Sicherheit (Welche(r) Rolle/User darf was machen?) und die Datensicherheit (Welche(r) Rolle/User darf was mit welchen Daten machen) unterschieden.

Vorgehen der ec4u zur internen Umsetzung von Fusion CRM

Jeder kennt folgende Sätze aus seinem eigenen Unternehmen: „Wieso sind so viele doppelte Einträge im System?“, „Kann man nicht, bevor man neue Datensätze einträgt, schauen, ob es bereits bestehende gibt?“, „Wieso gibt es keine automatische Dublettenprüfung?“ oder „Was sind das für komische Adressen?“

Diese Fragestellungen sind selbstverständlich auch bei der ec4u relevant. Um diese Fragestellungen für uns und unsere Kunden mit einem konkreten Lösungs-

PROMATIS Appliances

Prozessoptimierung & Simulation

Oracle Applications

Oracle BI Suite

Usability

Enterprise 2.0

Enterprise Content Management

Accelerate-Mittelstands-lösungen

Fusion Applications

Business Intelligence Applications

Managed Services

Oracle Infrastruktur

Oracle E-Business Suite

Oracle BPM Suite

Application Integration Architecture

Social BPM

Oracle CRM On Demand

DOAG 2011 Hands-on:
Horus Social BPM Lab

Hier sind wir zuhause

Unser Alleinstellungsmerkmal: Intelligente Geschäftsprozesse und beste Oracle Applikations- und Technologiekompetenz aus einer Hand. Als Oracle Pionier und Platinum Partner bieten wir mehr als 15 Jahre erfolgreiche Projektarbeit im gehobenen Mittelstand und in global tätigen Großunternehmen.

Unsere Vorgehensweise orientiert sich an den Geschäftsprozessen unserer Kunden. Nicht Technologieinnovationen sind unser Ziel, sondern Prozess- und Serviceinnovationen, die unseren Kunden den Vorsprung im Markt sichern. Über Jahre gereifte Vorgehensmodelle, leistungsfähige Softwarewerkzeuge und ausgefeilte Best Practice-Lösungen garantieren Wirtschaftlichkeit und effektives Risikomanagement.



PROMATIS software GmbH
Tel.: +49 7243 2179-0 · Fax: +49 7243 2179-99
www.promatis.de · hq@promatis.de
Ettlingen/Baden · Hamburg · Berlin

Schritt	Aufgabe
Tägliche Daten-Bereinigung / -Deduplizierung (Daily CDM run)	Adress-Validierung und Identifizierung von Dubletten erfolgen – unabhängig vom Real-Time-Prozess – täglich mittels Batch Jobs; beispielsweise muss ein aktualisiertes Postverzeichnis auch mit „alten“ Datensätzen abgeglichen werden, um Fehler durch Anwender zu identifizieren. Data Stewards lösen die daraus entstehenden Änderungsvorschläge manuell auf. In der ersten Phase werden Datenbereinigungen nicht nach Siebel zurückgespielt. Ziel der Bereinigung ist es, einen sauberen Datenbestand in Fusion vorliegen zu haben, mit dem das Fusion-Marketing-Modul gespeist wird. Somit liegen für Kampagnen und weitere Marketing-Aktivitäten bessere und aufbereitete Daten vor. Durch diesen Prozess werden beispielsweise mehrfache Anschreiben des gleichen Anliegens aufgrund von Dubletten vermieden, Kosten verringert und die Kundenzufriedenheit gesteigert.
Datenbereinigung / -Deduplizierung zur Laufzeit (Real Time Cleansing/Deduplication Call from Siebel to Fusion CRM)	Beim Anlegen neuer Accounts, Contacts und Adressen in Siebel wird während der Laufzeit gegen Fusion CRM mittels Web-Services geprüft, ob die Datensätze bereits vorhanden sind, und dies in einem Applet angezeigt, sodass der Benutzer entscheiden kann, ob er den in Fusion bestehenden Datensatz übernimmt oder doch einen neuen anlegt.

Tabelle 2

ansatz auf der Basis von Fusion CRM zu versehen, haben wir uns entschieden, eine Datenqualitätsoffensive im Zuge der Markteinführung von Fusion CRM zu starten und daraufhin gemeinsam mit Oracle im Rahmen des Early-Adopter-Programms der Fusion Applications beschlossen, das Fusion CRM ec4u-intern einzuführen. Die gute Nachricht für unsere Interessenten und Kunden: Wir machen die notwendigen Erfahrungen mit Fusion CRM, damit sie davon profitieren können. Diese Erfahrungen sind für ec4u und die Oracle-Kunden sehr wertvoll, da ec4u einer von nur sechs Teilnehmern am Early-Adopter-Programm der Fusion Applications in Europa ist.

Fusion CRM – Customer Data Management (CDM)

Da ec4u die Siebel-CRM-Lösung sehr ausgereift im Einsatz hat, wird eine Koexistenz des bestehenden Siebel-8.1-Systems mit der neuen Fusion CRM Suite angestrebt. Alle bestehenden Funktionalitäten bleiben im Siebel 8.1. Dazu werden in der Fusion CRM Suite die Module „Customer Data Management“ (CDM) und „Marketing (Campaign Management)“ eingesetzt.

Die in Abbildung 4 gezeigten Schritte werden im Rahmen des Fusion-CRM-Prozesses als Basis für das Fusion Marketing durchgeführt, um die Daten zwischen dem Siebel-8.1-System und der neuen Fu-

sion CRM Suite zu harmonisieren (siehe Tabelle 1).

Tabelle 2 zeigt die Aktivitäten, die täglich dafür sorgen, dass die Datenqualität auch künftig hoch bleibt.

Fusion CRM – Marketing (Campaign Management)

Nachdem nun saubere Daten im Fusion CRM existieren, können darauf basierend Marketing-Kampagnen durchgeführt werden. Die ec4u setzt diese Daten fachlich ein, um Newsletter zu versenden oder Kundenkampagnen zur Lead-Generierung durchzuführen.

Abbildung 5 zeigt den Prozessablauf im Fusion CRM Marketing. Dabei werden folgende Schritte durchlaufen:

- **Erstellung von Mini-Kampagnen**
Der Marketing-Mitarbeiter erstellt eine „Mini Campaign“ (Kampagne) durch Spezifikation des Namens, des Codes, der Beschreibung, des Produkts und des Kanals (E-Mail). Er wählt außerdem die Zielgruppe (Segmente, die zuvor mit der Business-Intelligence-Segmentation-Engine erstellt wurden, oder Listen) und den Inhalt (E-Mail-Template).
- **Start einer Kampagne**
Der Marketing-Mitarbeiter validiert die Kampagne, bevor er sie ausführt – auch „Launch“ genannt.
- **Ausführung der Segmente**
Der erste Schritt des Kampagne-Start-

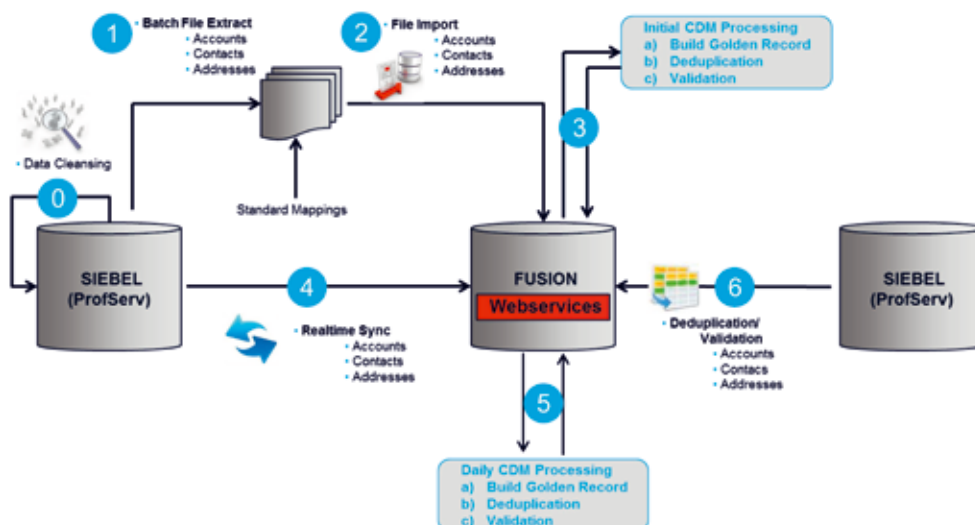


Abbildung 4: Prozessablauf Fusion CRM – CDM

Prozesses ist die Ausführung des Segments, das der Kampagne zugewiesen ist, um die zu kontaktierende Zielgruppe zu extrahieren. Dieser Schritt wird von der Segmentation-Engine durchgeführt (Business-Intelligence-Modul).

- **Extraktion der Zielgruppe**

Die Segmentation-Engine sendet der ausgewählten Datenbank (Online Fusion CRM) die Kriterien (SQL). Eine Liste mit den eindeutigen Kontakt-IDs wird extrahiert und mit zusätzlichen Daten wie Kampagne, Segment, Adresse, Account (List Output Format) etc. angereichert.

- **Kopieren der Zielgruppe**

Der Business-Intelligence-Server transferiert die Zielgruppen-Output-Liste zum Fusion-File-System.

- **Laden der Kampagnen-Zielgruppe**

Die Marketing-Anwendung liest die Dateien und lädt die Kontakte in die initiale Kampagne der Fusion-CRM-Datenbank. Weil die Zielgruppe aus derselben Datenbank kommt, werden keine Kontakte erstellt.

- **Erstellung von E-Mails**

Die Marketing-Anwendung sammelt die Inhalte (E-Mail-Template) und generiert die zu versendenden E-Mails (Merge Fields, Response form links).

- **Ausführung einer E-Mail-Kampagne**

Die Marketing-Anwendung ruft den entsprechenden E-Mail-Server auf, um die Kampagne auszuführen und die E-Mails an alle Teilnehmer zu versenden.

- **Versenden von E-Mails**

Der E-Mail-Server (ESD) versendet die E-Mails an die ausgewählten Zielpersonen.

- **Feedback-Verfolgung**

Der Email-Server verfolgt die Antworten zur Kampagnen-Ausführung: Nicht ausgelieferte E-Mails und Kontakt-Interaktion (Click through). Der E-Mail-Server überwacht die Antworten.

- **Speichern von Antworten**

Die Antworten beziehungsweise Feedbacks werden unter den Kampagnen gespeichert und können zur Analyse und bei zukünftigen Kampagnen benutzt werden.

- **Kampagnen-Analyse**

Die Business Intelligence bietet vordefinierte Dashboards, um die Marketing-Organisation bei der Analyse von

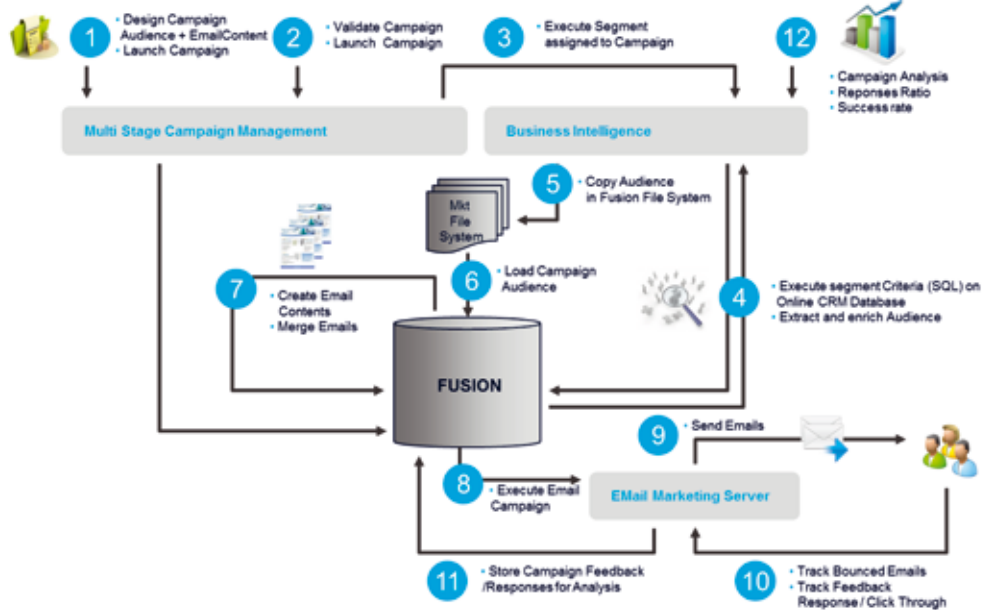


Abbildung 5: Prozessablauf im Fusion CRM Marketing

Kampagnen-Aktivitäten und deren Erfolgsraten zu unterstützen.

Das interne Projekt bietet folgende Vorteile für alle Beteiligten:

- **Früher Know-how-Aufbau für Fusion CRM**

Die technologische Basis der Fusion Applications ist mit der Fusion Middleware (SOA-Suite, BPM, WebCenter, Oracle ADF, Oracle BI) vielschichtig, aber natürlich aus diesem Grunde auch sehr mächtig und bietet viele Möglichkeiten. Die ec4u eignet sich durch das interne Projekt das Know-how an, das für die ersten Kundenprojekte auf Basis von Fusion CRM nötig ist. Die Kunden profitieren dadurch, dass eine Best Practice entwickelt wird, die bereits mit einem hohen Reifegrad in Kundenprojekte übertragen werden kann. Kunden vermeiden dadurch Fehler und verringern somit Projekt-Laufzeit und -Kosten für eine Einführung von Fusion CRM.

JD Edwards Community Day

Tag: 11. November 2011

Zeit: 9 bis 17 Uhr

Ort: Frankfurt

Anmeldung: <http://bsc.doag.org>

- **Erfahrung sammeln aus Sicht des Benutzers**

ec4u ist dafür bekannt, fast ausschließlich Tools und Software einzusetzen, die auch in den Kundenprojekten zum Einsatz kommen. Nicht nur deshalb ist seit der Gründung das interne CRM-System auf Basis der Siebel-Applikation entstanden und mittlerweile nach einigen Upgrades bei der Version 8.1 angekommen. Mit der Einführung von Fusion CRM werden wichtige Benutzererfahrungen mit der neuen Software gesammelt, die die Qualität in Kunden-Projekten erhöhen.

Fazit

Die neue Fusion CRM Suite sieht, mit einigen interessanten neuen Ideen und Konzepten, sehr vielversprechend aus, insbesondere die Erweiterungsmöglichkeiten ragen heraus. Allerdings müssen sich die bisher gemachten Erfahrungen in einem produktiven Umfeld beweisen, dabei spielen vor allem Stabilität, Performance und noch vorhandene Bugs eine zentrale Rolle. In der nächsten Ausgabe folgt mehr über Fusion CRM, unter anderem einen Vergleich zwischen Siebel Marketing und Fusion Marketing sowie ein Bericht über die produktiven Erfahrungen im täglichen Betrieb der Fusion-CRM-Applikation.

Gregor Bublitz
gregor.bublitz@ec4u.de