

Individuelle IT-Konzepte und Softwarelösungen



Gesellschaft für
Informations- und
Kommunikationssysteme mbH

Integrationshilfe – Die Rolle der Unternehmens-IT beim Social CRM

**Präsentation für den
Social CRM Tag der IHK Düsseldorf**

03.07.2012

Ernst-Schneider-Saal, IHK-Düsseldorf

Autor:

Hans-Jörg Stangor

Agenda

- **Anforderungen an die IT beim klassischen CRM**
- **Social CRM: Geänderte Nutzer-Anforderungen!**
- **„On-Demand“: Geht es etwa auch ganz ohne IT?**
- **Social CRM-Einführungsstrategie & Aufgaben der IT**
- **Tool-Auswahl & Installationsform aus IT Sicht**
- **Potentielle Probleme nach der Einführung**
- **Zusammenfassung**

CRM Player im Unternehmen

- **Marketing** („*Produkt-Attraktivität steigern*“)
- **Vertrieb** („*Produkt für Kunden verfügbar machen*“)
- **Kundendienst** („*Betreuung nach Kauf*“)
- **Bedarf nach zentralen, stets aktuellen Kundendaten**
- **Business == Gespräche**



Klassisches CRM: Anforderungen an die IT

● **Stellt Infrastruktur**

- Server, Datenbank
- Backup, Failover, Updates...
- Anbindung mobiler Nutzer

● **Integration weiterer Systeme**

- Authentifizierung der Nutzer
- ERP-Systeme (Stammdaten, Angebote...)
- BI / DWH (Reporting & Auswertungen)
- Mailsystem, Kalender & Office-Pakete
- DMS



Mobile Revolution → Mobile CRM

- **Nutzung mobiler Geräte > PCs**
- **„Überall online“**
- **Einfluss auf Arbeitswelt**

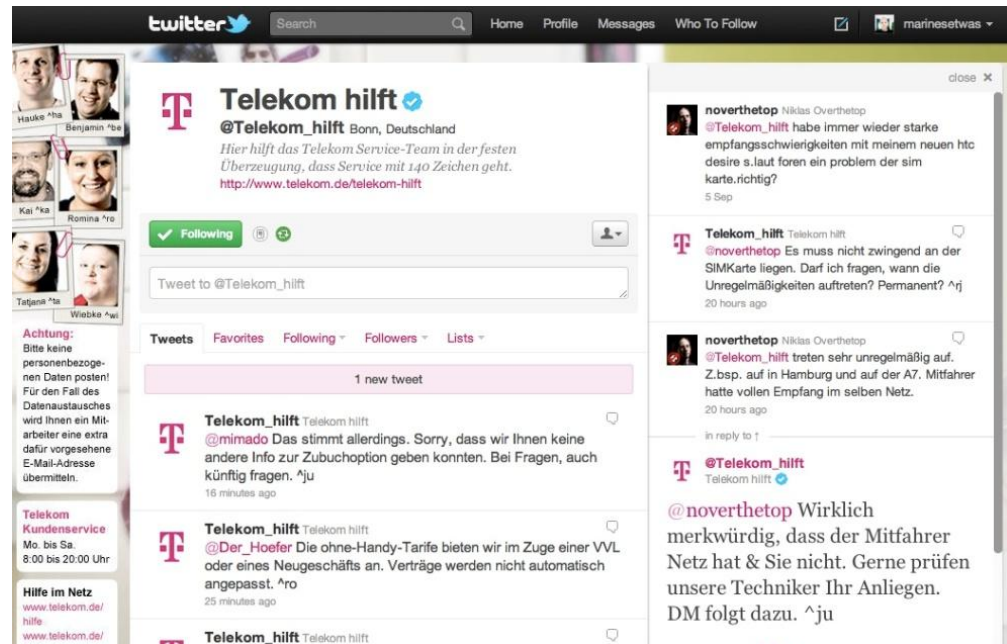


Soziale Revolution → Social CRM

- Menschen verbringen mehr Zeit in Social Networks (Facebook, Twitter) als anderswo



- Tweets > Mails
- Meinungsäußerung öffentlich und „auf Augenhöhe“



Was macht ein CRM zum Social CRM?

- **Offensichtlich: die Integration Sozialer Netzwerke**
- **Klassische CRM Funktionen nicht vergessen!**
- **Eine zugehörige Unternehmens-Strategie und Richtlinie**



Paul Greenberg:

“Social CRM is a philosophy & a business strategy, supported by a technology platform, business rules, workflow, processes & social characteristics, designed to engage the customer in a collaborative conversation in order to provide mutually beneficial value in a trusted & transparent business environment. It’s the company’s programmatic response to the customer’s control of the conversation.”

Strategischer Unterschied

- **CRM: Kundendaten → Kundenkontakt**
- **SCRM: Kundengespräche → Kundendaten**
- **Kommunikation auf Augenhöhe, 2-wegig**
- **Der Kunde bestimmt den Kanal**
 - Kann **Social Media Kanal** sein (viele Nutzer)
 - Kann **Forum / Weblog** sein (Spezialthemen, vertikal)
 - Abhängig vom Unternehmen & Produkt



Andere Arten des Gesprächs

- **CRM: 1 → 1 (Anruf, Nachfassen, ...)**
- **SCRM:**
 - Diskussion startet oft **1 → n** (öffentlich)
 - Kann auf **1 → 1** umgelenkt werden (privat)
 - Kann auch **1 → 1 → n** ablaufen (Transparenz)

Der Wunsch nach einem SCRM Tool

- Unterstützung neuer Arten des Kundengesprächs
- Erschließung neuer Kanäle
- Chancen / Krisen entdecken
- Kunden da abholen wo sie sind



Die Unternehmens-IT: Immer nur Bremser?

- **Vorurteil:**
 - IT ist langsam
 - IT braucht immer erst Detailplan
- **Wann sollte die IT mit an Bord gehen?**



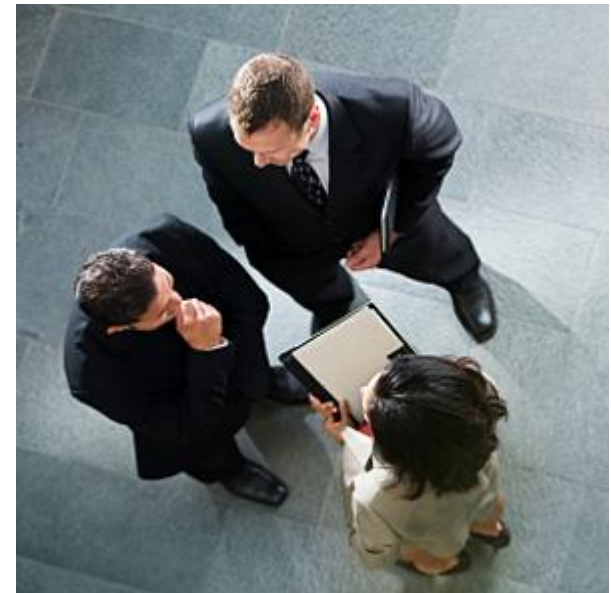
Vorsicht: Trojanische Mäuse!

- **Social CRM an IT vorbei eingeführt**
- **„On-Demand macht's möglich“**
- **Problem:**
Schwer nachträglich zu integrieren!
- **Effekte:**
 - Datenredundanz
 - Inkonsistenzen
 - Fehlende Integration
 - Abhängigkeit vom Toolanbieter



Ein Appell

- **Zusammenspielen!**
- **@Social CRM Nutzer:**
 - IT mit an Bord nehmen
- **@IT:**
 - Projekt nicht in Stein meißeln
 - Social Media ist im Fluss
 - Nachintegration akzeptieren



Einführungs-Strategie SCRM (1/2)

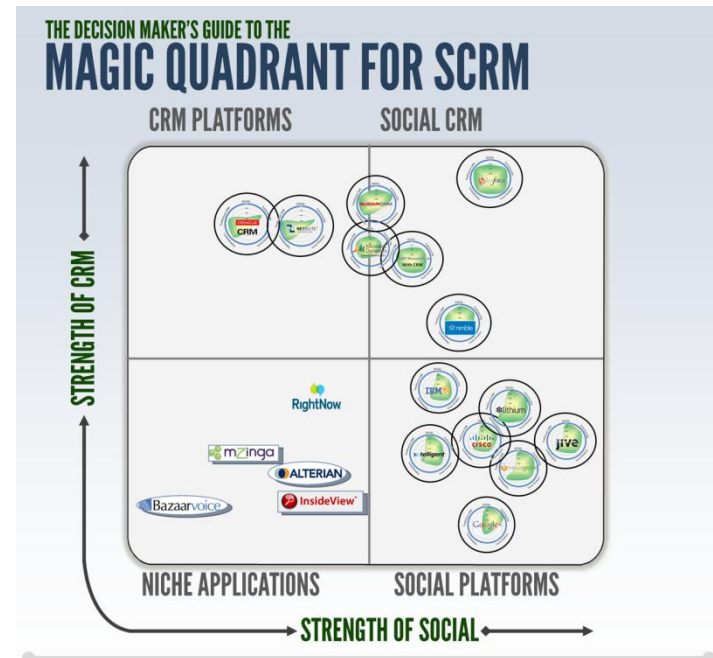
- **Schritt 1: Finde Kanäle auf denen Kundengespräche laufen**
- **Schritt 2: Erlerne die Sprache des Kanals**
- **Schritt 3: Lerne zuzuhören (durch Mitarbeiter oder Werkzeug)**
- **Aufgabe IT:**
 - Firewall für Facebook, Twitter,... öffnen, MA Accounts erlauben
 - Support Management bei Findung Richtlinie für Kommunikation
 - Spam-Regeln in Email-Eingängen anpassen
 - Eventuell Werkzeuge zum „Zuhören/Entdecken“ einführen
 - APIs der Social Networks analysieren, Möglichkeiten aufzeigen

Einführung-Strategie SCRM (2/2)

- **Schritt 4: Teilnahme**
- **Schritt 5: Gelerntes in CRM einfließen lassen**
- **Schritt 6: In Folge Strategie überarbeiten**
- **Aufgabe IT:**
 - Zugang zu Kundenprofilen auf Plattformen wie LinkedIn
 - Mehr Webseiten öffnen, Recherche erlauben
 - Anpassung an CRM-Feldern / Datenelementen
 - Integration Social Media in eigene Webseite
 - zum Beispiel via Facebook Open Graph, Social Plugins, ...
 - SCRM fähiges Werkzeug einführen

Die Auswahl des SCRM Tools

- **Passend zur Unternehmens-Strategie „SCRM“**
- **Muss Kanäle bedienen auf denen „meine“ Kunden sind**
- **Klassische CRM Funktionen**
- **Social CRM Funktionen**
- **Mission für die IT:
Erlaube mir Gespräche dieser Art!**



Quelle:
Mark Fidelman, „Sorry Gartner, Here’s the
Real Magic Quadrant for SCRM“

Installationsformen (am Beispiel SugarCRM)

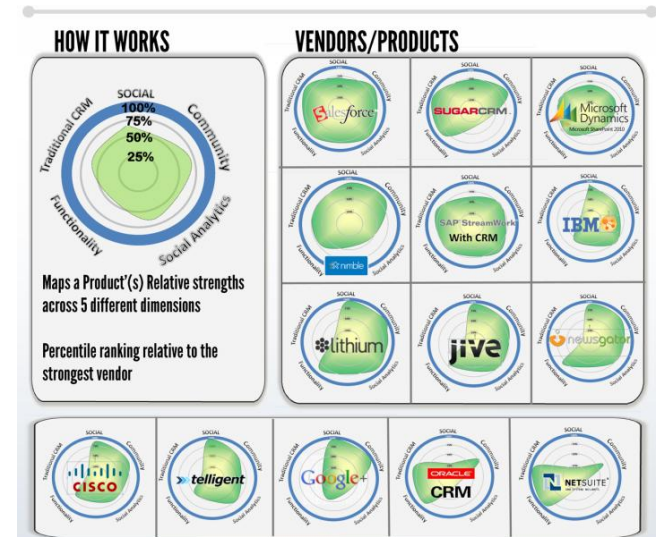
- **On-Demand (Standard-Cloud des Anbieters)**
 - Private Cloud (bei höheren Sicherheitsanforderungen)
 - Partner Cloud (über Partner des Anbieters)
 - Public Cloud (auf Amazon EC2, Rackspace, Microsoft Azure...)

- **On-Site (Selbst-Installation)**



Installationsformen verschiedener SCRM Anbieter

- Salesforce → nur On-Demand
- Nimble → nur On-Demand
- SugarCRM → On-Demand oder On-Site
- Jive → On-Demand oder On-Site



Quelle:
Mark Fidelman, „Sorry Gartner, Here's
the Real Magic Quadrant for SCRM”

IT Anforderungen „On-Demand“

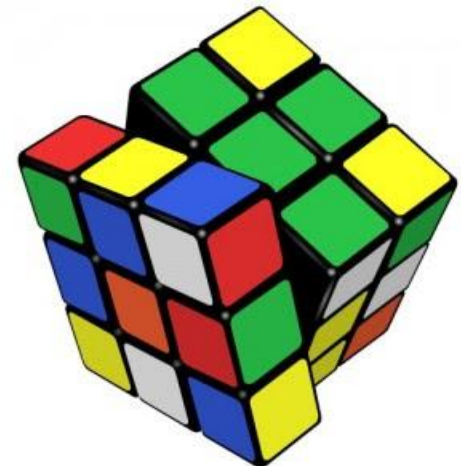
- **On-Demand URLs freischalten**
- **Anforderungen an Browser & Plugins erfüllen**
 - Kompatibilität zu Anforderungen weiterer Webtools prüfen
- **Integration Benutzer-Verzeichnis (Anmeldedaten)**
- **Integration User, Mail, Kalender, Email, Office**
- **Integration ERP (Angebotsdaten etc.) und DMS (Dokumente)**
- **Import/Export-Schnittstellen öffnen**
- **Cloud-Datenbestände für das DWH erschließen**
- **Evtl. Migration bestehender Kundendaten**
- **Achtung: Lassen Sie sich nicht einsperren!**

IT-Anforderungen „On-Site“

- **Server aufsetzen**
- **Passendes OS, passende DB (Toolanforderungen)**
- **Backups einrichten und testen**
- **Firewall-Konfiguration**
 - Öffnung für Social Media
 - Anbindung für Mobile CRM Nutzer
- **Software-Update-Zyklus**
- **...sowie alle „On-Demand“-Anforderungen**

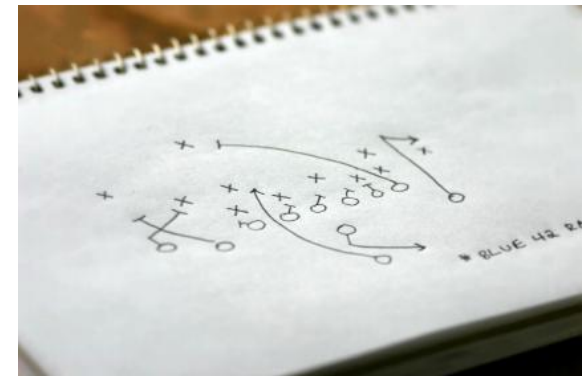
Zu erwartende Probleme

- **Große Datenmengen (Backup)**
- **Unvollständige Daten („Dirty CRM“, Beispiel: „Wir haben nur die TwitterID“)**
- **Zunehmende Menge an unstrukturierten Daten**
- **Content in vielen Fällen mehrsprachig (UTF8, I18N-Anforderungen)**
- **Ständig neue Formen von Social Media**
 - Neue Kunden-Profil-Links
 - Neue Kanäle
- **Konkurrierende Ziele:**
 - Datenschutzerfordernungen (sensible Daten)
 - Zugriff von überall (Mobilität)
 - Zugriff auch offline (Datensicherheit)



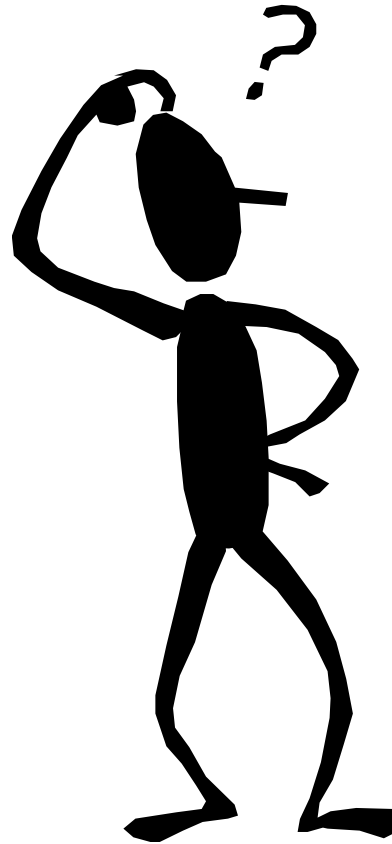
Zusammenfassung: Das IT Playbook „SCRM“

- **Inhouse-Kanäle „Social CRM“ beobachten**
- **Mit Marketing / Vertrieb / Kundendienst sprechen**
 - Existiert Wunsch nach „Social CRM“ und/oder „Mobile CRM“?
- **Keine zu starre Planung → Social Media ist im Fluss!**
- **Gewisses Maß an Nach-Integration akzeptieren**
- **SCRM Richtlinie finden/moderieren**
- **Beratung: On-Demand vs. On-Site**



Vielen Dank!

Fragen?



Allgemeines

iks ist IT-Beratungs- und Softwarepartner für Finanzdienstleister, Logistik- und Handelsunternehmen sowie namhafte Unternehmen anderer Branchen. Wir erstellen individuelle IT-Konzepte und Softwarelösungen im Auftrag unserer Kunden.

- **Gründung:** 1989
- **Firmensitz:** Hilden
- **Team:** ca. 90 BeraterInnen
- **Geschäftsführung:** Dipl.-Informatikerin Monika Stoll
- **Prokuristen:** Dipl.-Ing. (FH) Thomas Kondring
Hartwig Tödter

Geschäftsfelder iks

● Softwareentwicklung

- Java
- .NET
- Mobile Applikationen
- iSeries / Host

● IT-Konzepte

- Anforderungsanalyse
- Fachkonzepte
- Pflichtenhefte
- DV-Konzepte

● IT-Beratung

- Softwarearchitektur
- Technologie
- Methoden
- Projektmanagement
- Schulung, Coaching
- Soziale Applikationen

● Business Intelligence

- MS SQL Server
- ETL
- Reporting
- Analyse

Wer sind unsere Kunden?

Wir beraten und betreuen internationale Konzerne sowie große und mittlere Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, oft als „first supplier“:

- **Industrie**
- **Finanzdienstleistungen**
- **Versicherungen**
- **Handel**
- **Transport / Verkehr / Logistik**
- **Verbände / Vereine / Interessenvertretungen**
- **Dienstleistungsunternehmen**
- **Gesundheitswesen**

Kontakt

**iks Gesellschaft für
Informations- und
Kommunikationssysteme mbH**

Thomas Kondring

**Siemensstraße 27
40721 Hilden**

Internet: <http://www.iks-gmbh.com>

E-Mail: T.Kondring@iks-gmbh.com

**Folien rund um die Softwareentwicklung finden Sie im Internet unter:
<http://www.iks-gmbh.com/veroeffentlichungen>**

www.iks-gmbh.com