

CRM-Software- Zertifizierung 2005 **Microsoft CRM 3.0**



HEWSON GROUP

Naujoks & Collegen
Beratung und Marktforschung

schwetz consulting
customer relationship management



Text und Abbildungen wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet. Die Autoren übernehmen jedoch für eventuell verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen keine Haftung.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme der Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischen oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten.



HEWSON GROUP

Naujoks & Kollegen
Beratung und Marktforschung

Hewson Group

Hewson Group bietet seinen Kunden unabhängige und objektive Beratung und Marktforschung. Das Team hat sich auf Hersteller- und Anwenderberatung in den Themengebieten Customer Relationship Management (CRM), Supply Chain Management (SCM) und Enterprise Resource Planning (ERP) spezialisiert.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte direkt an Ralf Korb, entweder per Telefon unter +49 (0) 6003 81 06 16 oder per E-Mail korb@hewson.de

schwetz consulting - customer relationship management

Seit 15 Jahren beraten die Karlsruher CRM-Spezialisten ausschließlich herstellernerneutral bei Konzeption, Einsatzplanung, Systemauswahl und Einführung von Systemen für ein integriertes Kundenbeziehungsmanagement in Marketing, Vertrieb und Service (Customer Relationship Management - CRM). Zu den Zielgruppen gehören insbesondere mittelständische bis große Unternehmen des B2B-Markts. Einen besonderen Schwerpunkt bilden Marktübersichten und Marktstudien über den deutschsprachigen CRM-Softwaremarkt sowie das crmforum als Internetplattform mit über 200 Anbietern in der größten deutschen virtueller CRM-Messe (www.crmforum.de). schwetz consulting ist seit 1990 Mitglied im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) e.V.. Weitere Informationen unter www.schwetz.de. Bei Fragen wenden Sie sich bitte direkt an Wolfgang Schwetz, Tel. +49 (0) 721 - 940 420 oder per E-Mail wolfgang@schwetz.de.

Inhaltsverzeichnis

1. Unternehmenshintergrund.....	4
2. CRM-Software-Zertifizierung 2005/06.....	5
2.1. Neuerfassung / Qualifizierung von Leads	6
2.2. Lead-Management	7
2.3. Workflow-Unterstützung	8
2.4. Zeiterfassung von Mitarbeitern für Service-Aktivitäten.....	9
2.5. Jahresplanung	10
2.6. Mailing-Aktion	11
2.7. Customizing.....	12
2.8. Datenimport	13
3. Lösungshighlights.....	15

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ergebnis der Software-Zertifizierung.....	5
Abbildung 2: Neuanlage eines Kontaktes	6
Abbildung 3: Leadfassung.....	7
Abbildung 4: Erstellen von Workflows	8
Abbildung 5: Erfassung Service-Aktivität	9
Abbildung 6: Jahresplanung	10
Abbildung 7: Mailing-Aktion	12
Abbildung 8: Customizing.....	13
Abbildung 9: Datenimport-Assistent	14

1. Unternehmenshintergrund

Microsoft betrat im Januar 2004 den deutschen CRM-Markt mit dem Programm Microsoft CRM 1.2. Zurzeit setzen mehr als 250 Kunden mit mehr als 5.000 Anwendern in Deutschland das Produkt ein beziehungsweise planen die Einführung. Dabei deckt Microsoft ein Einsatzspektrum von 5-10 Anwendern genauso ab wie Installationen mit mehreren hundert Anwendern.

In der Zertifizierung 2005/06 wurde die Beta-Version des Nachfolgeprodukts 3.0, das Anfang 2006 in Deutschland auf den Markt kommen soll, getestet.

In der Version 3 hat Microsoft eine umfassende CRM-Suite an den Start geschickt, die neben den bekannten Sales und Service Modulen um eine leistungsstarke Marketing-Funktionalität ergänzt worden ist. Das Marketingmodul ermöglicht die Verwaltung von Marketinglisten und Kampagnen sowie eine geschlossene Erfolgsmessung.

Microsoft hat neben neuen Funktionen wie dem Marketingmodul auch die bestehenden Module erweitert. So gibt es in der Version 3 ein Service-Planungstool, das die Planung von Technikern und Ressourcen kundenindividuell erlaubt und auf diese Weise einen effizienten Einsatz der Mitarbeiter ermöglicht.

Microsoft hat sich in der Version 3.0 dem Verbesserungspotenzial der Vorgängerversion angenommen und in Punkten wie der Navigation, der notwendigen Anzahl an Clicks, aber auch an der Zuverlässigkeit und Tiefe der Outlook/Office-Integration gewidmet und deutliche Fortschritte erzielt. Die Verbesserung der Konnektivität in Back-End-Systeme wird mit der Version 3.0 durch die zur Verfügungstellung Microsoft eigener Konnektoren erleichtert. Für Branchenlösungen haben die entwickelnden Partner auch zu weiteren ERP-Systemen Konnektoren zur Verfügung gestellt.

schwetz consulting
customer relationship management



2. CRM-Software-Zertifizierung 2005/06

Licht ins Dunkel zu bringen und wegkommen von der reinen Auflistung von Features war das erklärte Ziel von Schwetz consulting und Hewson Group, die CRM-Software-Zertifizierung einzuführen. Statt Bits & Bytes steht das Lösen praktischer Aufgaben aus dem Anwenderalltag im Vordergrund.

Aufgabe 1	Qualifizierung	1,7	😊+
Aufgabe 2	Lead Management	1,9	😊
Aufgabe 3	Workflow	2,0	😊
Aufgabe 4	Service	2,0	😊
Aufgabe 5	Jahresplanung	2,1	😊
Aufgabe 6	Mailing	2,0	😊
Aufgabe 7	Customizing	1,3	😊😊
Aufgabe 8	Einfacher Import	2,0	😊
Aufgabe 9	Komplexer Import	2,0	😊
Gesamtnote		1,9	😊

Abbildung 1: Ergebnis der Software-Zertifizierung

Microsoft ist mit der Version 3.0 eine überdurchschnittlich gute Anwendung gelungen, die sich in den Aufgaben der Software-Zertifizierung sehr gut geschlagen hat. Das Produkt überzeugt insbesondere durch eine sehr einfache Handhabung und einen sehr umfangreichen und einfach zu bedienenden Customizing-Part. Der Workflow-Manager hat uns ebenso gut gefallen wie die Möglichkeiten der Adressqualifizierung und das unproblematische Einspielen von zugekauften Adressdaten. Die Handhabung des komplexen Datenimports kann auf mehreren Wege durchgeführt werden, so dass sich hier dem Anwender einige Möglichkeiten bieten. Insgesamt erreicht Microsoft CRM 3.0 eine Gesamtnote von 1,9, wobei wir eine 2,0 für jede Aufgabe vergeben haben, die wir für umfassend gelöst angesehen haben. Eine 1,0 entspricht einer sehr umfassenden, sehr weit über dem Durchschnitt liegenden Aufgabenerfüllung, eine 3,0 einer befriedigenden und eine 4,0 bedeutet, dass die Aufgabe beziehungsweise die Anforderung nicht erfüllt worden ist.

2.1. Neuerfassung / Qualifizierung von Leads

Gepflegte Adressen bilden die Basis für ein funktionierendes

😊+ Leads

Microsoft verfügt über sehr umfangreiche Qualifizierungsparameter bei der Eingabe. Die Datenreplikation ist durch den Outlook-Client sehr gut gelöst.

Kundenbeziehungsmanagement. Ohne dieses Fundament verlieren die weiterführenden Aktivitäten an Wirkung und leisten nicht das, was eigentlich möglich wäre.

Bei der Aufgabe Neuerfassung / Qualifizierung von Leads soll die CRM-Software die alltägliche Praxistauglichkeit unter Beweis stellen. Microsoft CRM 3.0 verfügt über sehr umfangreiche Qualifizierungsmerkmale. Jeder Kontakt beziehungsweise jede

Firma ist außerdem mit Auftragsinformationen, vorgeschlagenen Verkaufschancen etc. verknüpft, um eine vollständige Aktivitätshistorie zur Verfügung zu stellen. Die Kundenhistorie protokolliert grundlegende Informationen in einem Protokoll mit den ausgeführten Aktivitäten (E-Mail, Besprechungen usw.). Auf diese Weise lässt sich eine vollständige Historie für jede Firma und jeden Kontakt aufrufen.

Eine beispielsweise auf q.adress oder Omikron basierende Dublettenprüfung ist genauso vorhanden wie die Möglichkeit, Regeln zur Leadzuweisung zu hinterlegen. Microsoft CRM 3.0 verfügt über umfangreiche Möglichkeiten zur Adresskategorisierung und erlaubt die Darstellung von Konzernverbindungen und die Abbildung von Vorgesetztenverhältnissen.

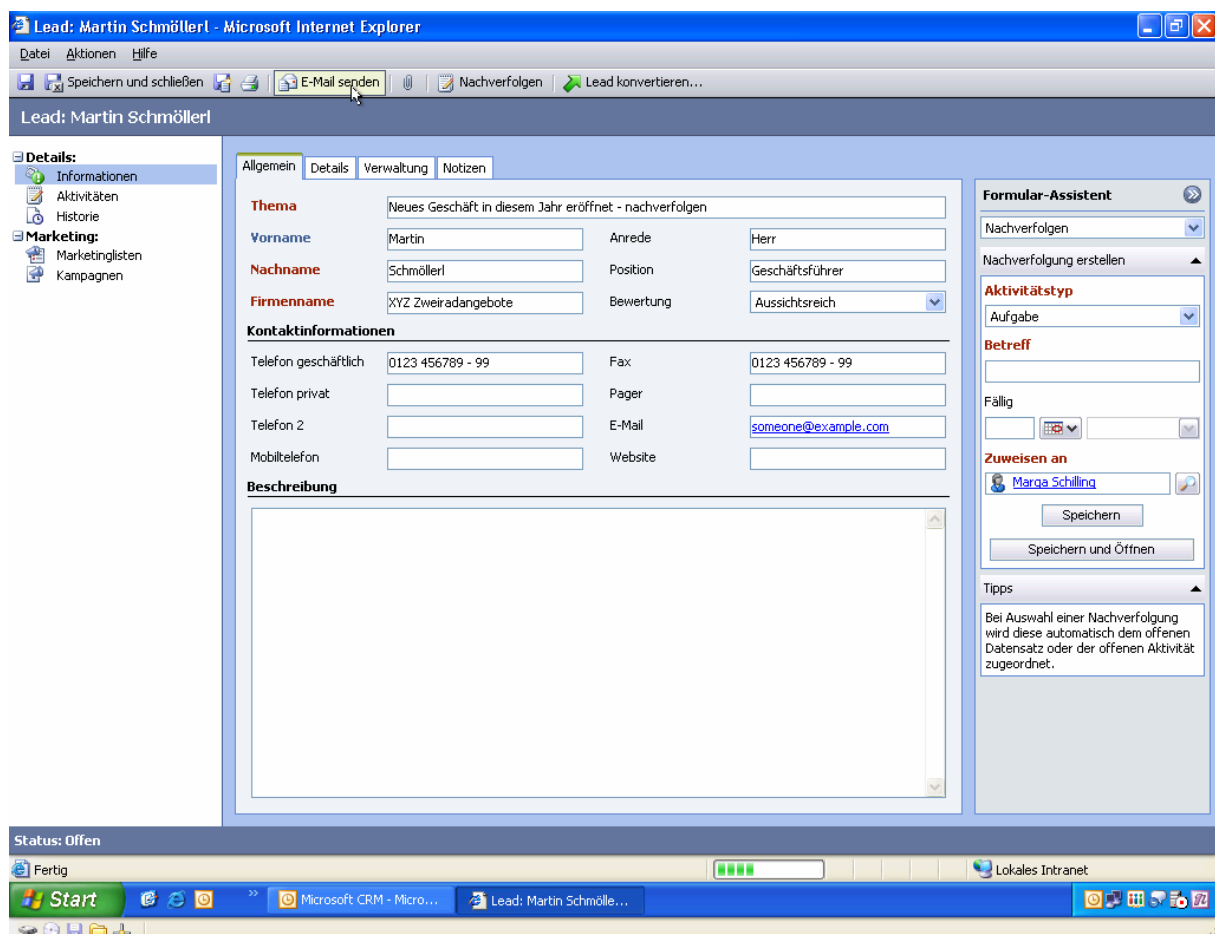


Abbildung 2: Neuanlage eines Kontaktes

Microsoft CRM 3.0 verfügt über eine getrennte Datenhaltung von Kunden und Leads. Der Leadimport kann mit Hilfe eines interaktiven Wizards via Excel sehr leicht und verständlich erfolgen.

2.2. Lead-Management

Bei der Aufgabe Lead-Management soll die CRM-Software die alltägliche Praxistauglichkeit unter Beweis stellen.

😊 Lead-Management
Microsoft CRM 3.0 verfügt über ein umfassendes Lead-Management und bietet umfangreiche Informationen über potenzielle Verkaufsmöglichkeiten oder potenzielle Kunden, Personen, die Interesse für das Produkt oder Kundenunternehmen gezeigt haben.

Microsoft CRM 3.0 verfügt über ein umfassendes Lead-Management und bietet umfangreiche Informationen über potenzielle Verkaufsmöglichkeiten oder potenzielle Kunden, Personen, die Interesse für das Produkt oder Kundenunternehmen gezeigt haben.

Eingehende E-Mails können individuell Kunden, Kontakten oder Opportunities zugeordnet werden. Eingehende Service- oder Kundenanfragen lassen sich aber auch automatisch bestimmten

Mitarbeitern zuordnen und das Management kann gewarnt werden, wenn die Bearbeitung in einem Prozessschritt stockt. So enthält beispielsweise jeder Workflow-Prozess eine Reihe von Aktionen wie das Erstellen einer Aktivität, das Zuweisen eines Leads oder das Senden einer E-Mail-Nachricht. Bei den Feldern zur Angebotsbewertung ist ein Workflow hinterlegt, der an die Bedürfnisse und Prozesse des Unternehmens individuell angepasst werden kann.

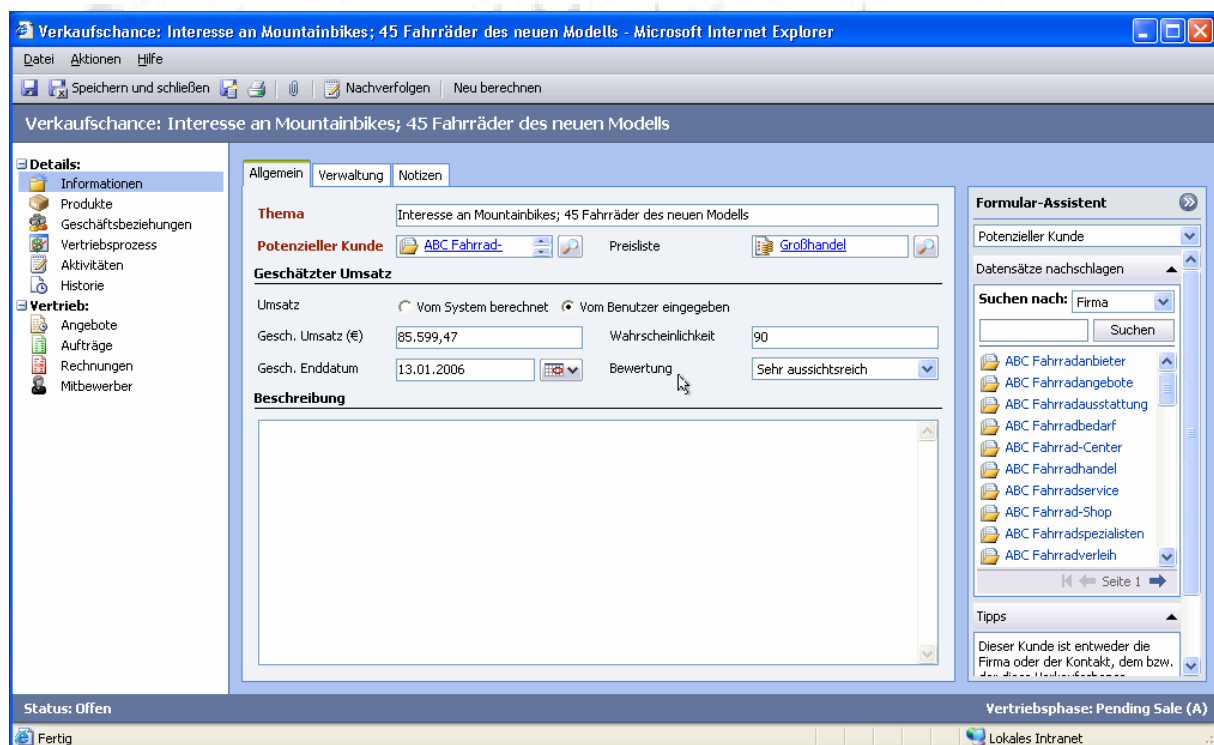



Abbildung 3: Leaderfassung

2.3. Workflow-Unterstützung

 **Workflow**
 Workflow-Prozesse lassen sich in Microsoft CRM leicht und unkompliziert erstellen. Dazu gibt es umfangreiche Templates. Eine deutliche Erleichterung ist der verbesserte Workflow-Manager.

Mitarbeitern eine Menge Arbeit erleichtern, wenn nicht sogar vollständig abnehmen, beispielsweise, weil eine Glückwunschkarte automatisch in einem vorgegebenen Layout zum Geburtstag versandt wird.

Workflow-Prozesse lassen sich in Microsoft CRM leicht und unkompliziert erstellen – entweder aus bestehenden Vorlagen oder selbst gestaltet, so dass jede Firma ihre individuelle

Vorgehensweise abbilden und so weit möglich automatisieren kann. Maßgeblich zur einfachen Workflow-Erstellung trägt der überarbeitete und leicht zu bedienende Workflow-Manager bei, der eine Gestaltung per Drag & Drop erlaubt.

Über zusätzlich angelegte Felder wurde die Aufgabe der Automatisierten Glückwunscherstellung sehr ordentlich gelöst.

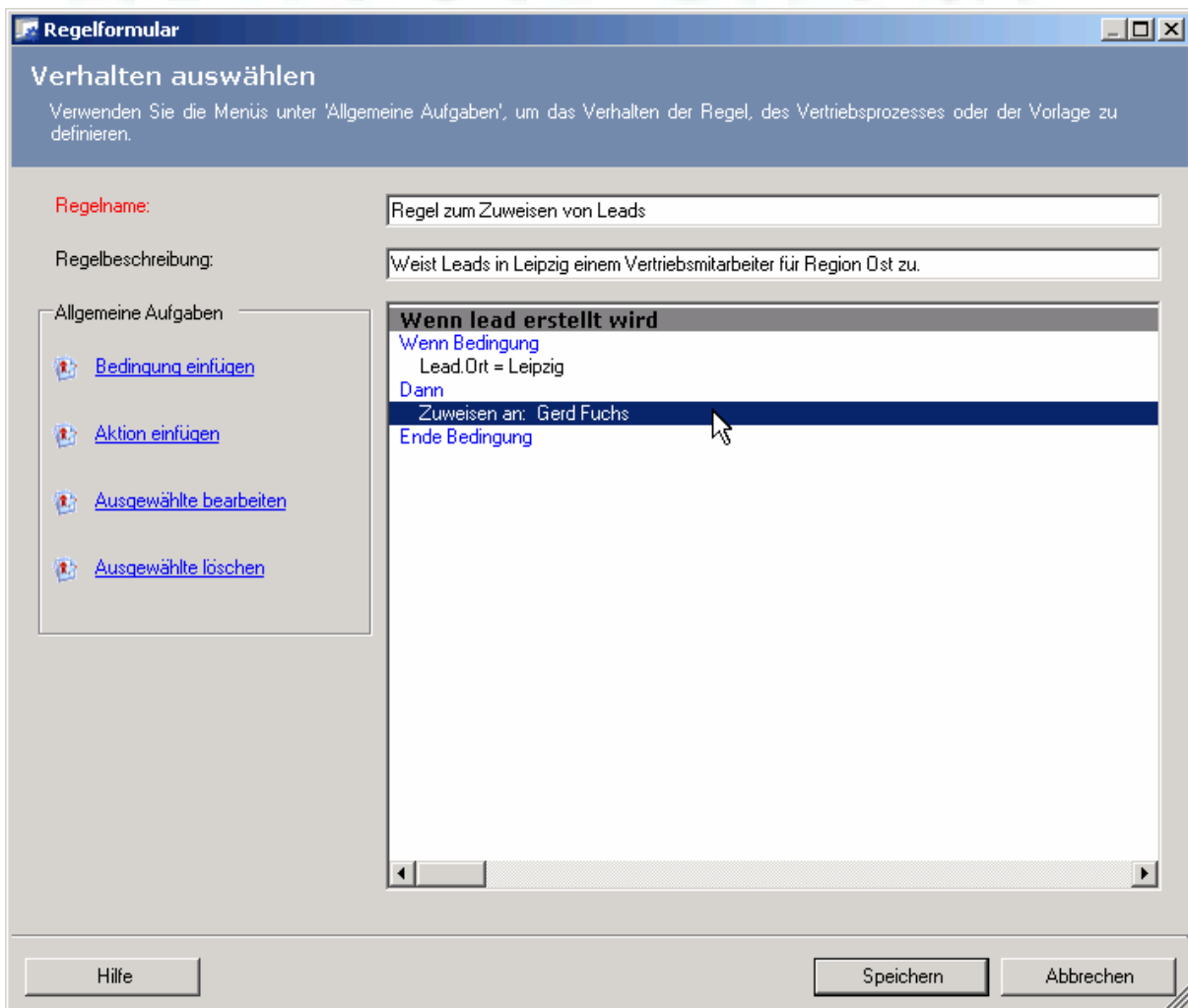


Abbildung 4: Erstellen von Workflows

2.4. Zeiterfassung von Mitarbeitern für Service-Aktivitäten

Zur Zuordnung und Abrechnung von Aktivitäten des Service-Personals soll eine Erfassung der abgearbeiteten Service-Zeit möglich sein, die sowohl dem Kunden/Anfrager zugeordnet wird als auch als Arbeitszeiterfassung/ Leistungsnachweis des Mitarbeiters gilt. Durch Erweiterungen des Microsoft Standards wurde die Abrechnung der Servicemitarbeiter elegant umgesetzt. Zur Auswertung der geleisteten Services lassen sich eigene Reports problemlos erstellen und auch grafisch auswerten. Die Weitergabe der Informationen an ERP-Programme ist möglich und in Kundenprojekten bereits realisiert worden. Für Microsoft eigene ERP-Produkte werden im Laufe des Jahres 2006 Konnektoren bereitgestellt.

Service

Durch Erweiterungen des Microsoft Standards in der Orbis Consumer Products Version wurde die Abrechnung der Servicemitarbeiter elegant umgesetzt.

The screenshot shows a web browser window titled 'Anfrage: Neu - Microsoft Internet Explorer'. The main content area is a form for creating a new service request. The form is divided into several sections:

- Übersicht:** Contains fields for 'Titel' (Reklamation Mountainbike), 'Kunde' (ABC Fahrrad-Center), 'Betreff' (Fahrräder), 'Anfragetyp' (Problem), 'Anfrageursprung', and 'Zufriedenheit'.
- Zuweisungsinformationen:** Contains fields for 'Besitzer' (Egon Schlüssel), 'Statusgrund' (In Bearbeitung), 'Nachverfolgung bis', and 'Priorität' (Normal).
- Vertrags- und Produktinformationen:** Includes a calendar for date selection (Nov 2005) and fields for 'Vertrag', 'Vertragsposition', and 'Servicelevel'. A 'Mountain-100' product is selected.

On the right side, there is a 'Formular-Assistent' panel with a dropdown for 'Vertrag' and a search box. Below it, there are 'Suchen nach: Vertrag' and 'Suchen' buttons. A 'Tipps' section at the bottom right provides instructions on how to select a contract and link it to the request.

Abbildung 5: Erfassung Service-Aktivität

2.5. Jahresplanung

In der Aufgabe Jahresplanung soll die CRM-Software den Mitarbeiter bei der Planung

😊 Jahresplanung

Die Jahresplanung erfolgt mit Hilfe der Suchfunktionalitäten, den Reports und Excel. Für Mitarbeiter und einzelne Vertriebsgebiete sind Planungsaufgaben im Standard möglich, so dass nur leichte Anpassungen notwendig gewesen sind.

der Umsätze für das kommende Jahr unterstützen. Aufgeteilt nach drei Sparten werden die Umsätze der drei besten Kunden von Hand geplant und die so genannten B-Kunden sollen einen prozentualen Aufschlag auf den erwarteten Umsatz des laufenden Jahres erhalten.

Die Jahresplanung ist in der gewünschten Variante standardmäßig in Microsoft CRM 3.0 nicht enthalten, aber durch die umfangreichen Suchfunktionalitäten ist die Selektion einfach durchzuführen und

die anschließenden Planungsschritte lassen sich mit den Reports und der Übergabe an Excel einfach darstellen und handhaben.

The screenshot shows the 'Jahresplanung' (Annual Planning) interface in Microsoft CRM 3.0. The browser window title is 'Firma: ABC Fahrrad-Shop - Microsoft Internet Explorer'. The main content area is divided into three sections: 'Vorjahresumsatz' (Previous Year Revenue), 'Umsatzplanung' (Revenue Planning), and 'Aufschlag' (Markup). The 'Umsatzplanung' section contains a table with three columns for 'Sparte 1 (€)', 'Sparte 2 (€)', and 'Sparte 3 (€)'. The values are: Sparte 1: 135.000,00; Sparte 2: 80.000,00; Sparte 3: 40.000,00. The 'Aufschlag' section has a field for 'Aufschlag in %' which is currently empty. The left sidebar shows a navigation menu with categories like 'Details', 'Vertrieb', 'Service', and 'Marketing'. The status bar at the bottom indicates 'Status: Aktiv' and 'Fertig'.

Vorjahresumsatz					
Sparte 1 (€)	130.000,00	Sparte 2 (€)	70.000,00	Sparte 3 (€)	31.000,00
Umsatzplanung					
Sparte 1 (€)	135.000,00	Sparte 2 (€)	80.000,00	Sparte 3 (€)	40.000,00
Aufschlag					
Aufschlag in %					

Abbildung 6: Jahresplanung

2.6. Mailing-Aktion

Bei der Aufgabe Mailing-Aktion plant die Marketing-Abteilung den Versand von

😊 Mailing-Aktion

Mit dem neuen Marketing-Modul stellt diese Aufgabe für Microsoft CRM 3.0 kein Hindernis dar. Mit Hilfe der so genannten Quick Campaigns lassen sich mit nur wenigen Handgriffen Marketingkampagnen leicht erstellen.

Werbebriefen an Bestandskunden, die seit einiger Zeit nichts mehr gekauft haben. Die Software soll Kunden selektieren, die aus einem bestimmten Postleitzahlengebiet kommen und in einer bestimmten Sparte seit 6 Monaten nicht mehr gekauft haben. In einem Serienbrief wird mit Bezugnahme auf den letzten Kauf eine Botschaft platziert. Der Brief soll der Kontakthistorie hinzugefügt werden und der zuständige Vertriebsmitarbeiter eine Nachfass-

Erinnerung automatisch in den Kalender geschrieben bekommen.

Microsoft CRM hat in der Version 3 das Modul Marketing Automation neu dazubekommen. Damit lassen sich nicht nur Kampagnen planen und durchführen, sondern auch Zielgruppenspezifische Listen erstellen, analysieren und neu zusammenstellen. Die Ergebnisse der einzelnen Kampagnen lassen sich sammeln und auswerten, um mit den gewonnenen Erkenntnissen die zukünftigen Marketingaktivitäten zielgerichtet und mit den geeigneten Ressourcen versehen, durchzuführen. Daneben gibt es noch die so genannten Schnellkampagnen – eine assistentengestützte Schnellerstellung von Marketingkampagnen, die vom Zuordnen der Marketinglisten über die Aktivitätenerstellung bis zur Nachverfolgung der Rückmeldungen die Kampagne umfassend abbildet.



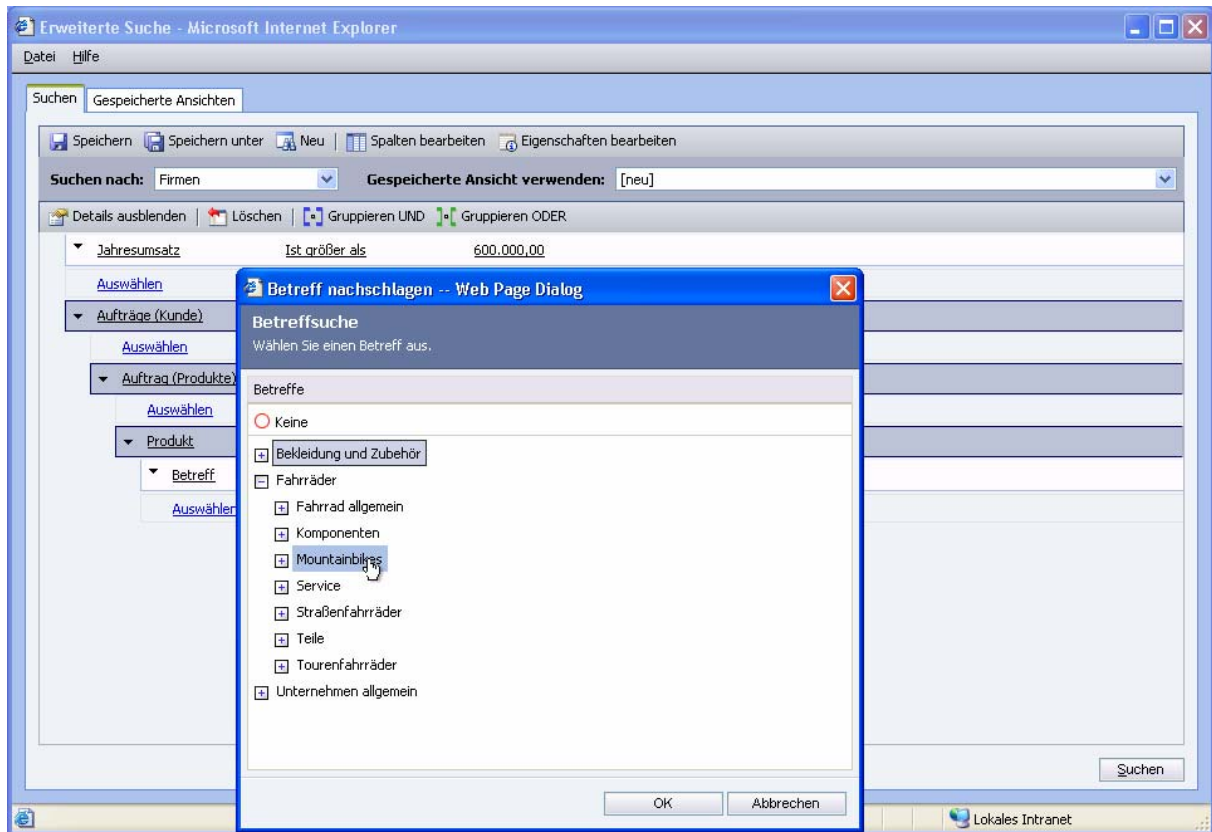


Abbildung 7: Mailing-Aktion

Besonders gut gefallen hat uns die Möglichkeit der separaten Datenhaltung für Kontakte, Interessenten und Leads via iFrames.

2.7. Customizing

Die Aufgabe Customizing soll zeigen, wie eine neue Tabelle mit drei Feldern dem

😊😊 Customizing

Umfang und Handhabung des Customizing erschienen uns sehr leicht und verständlich.

Standard hinzugefügt werden kann. Die neue Tabelle soll mit dem Kundenstamm verknüpft werden, so dass sie unternehmensweit nutzbar ist. Das Customizing gestaltet sich für die Anwender unproblematisch durch eine leicht verständliche

Benutzeroberfläche und ist auch in der Online-Hilfe gut dokumentiert. Problemlos lassen sich neue Felder einfügen und Formulare gestalten und den eigenen Erfordernissen anpassen.

Diese Anpassungen werden separat gehalten und werden bei einem Releasewechsel durch das Update-Programm automatisch hinzugefügt werden. Auf diese Weise wird das System sauber gehalten und ein Update ist problemlos möglich.

Benutzer, Manager, Systemadministratoren und Softwareentwickler können auf der Basis ihrer Sicherheitsrollen in der Organisation die Flexibilität von Microsoft CRM nutzen und das Erscheinungsbild und das Verhalten der Anwendung anpassen.

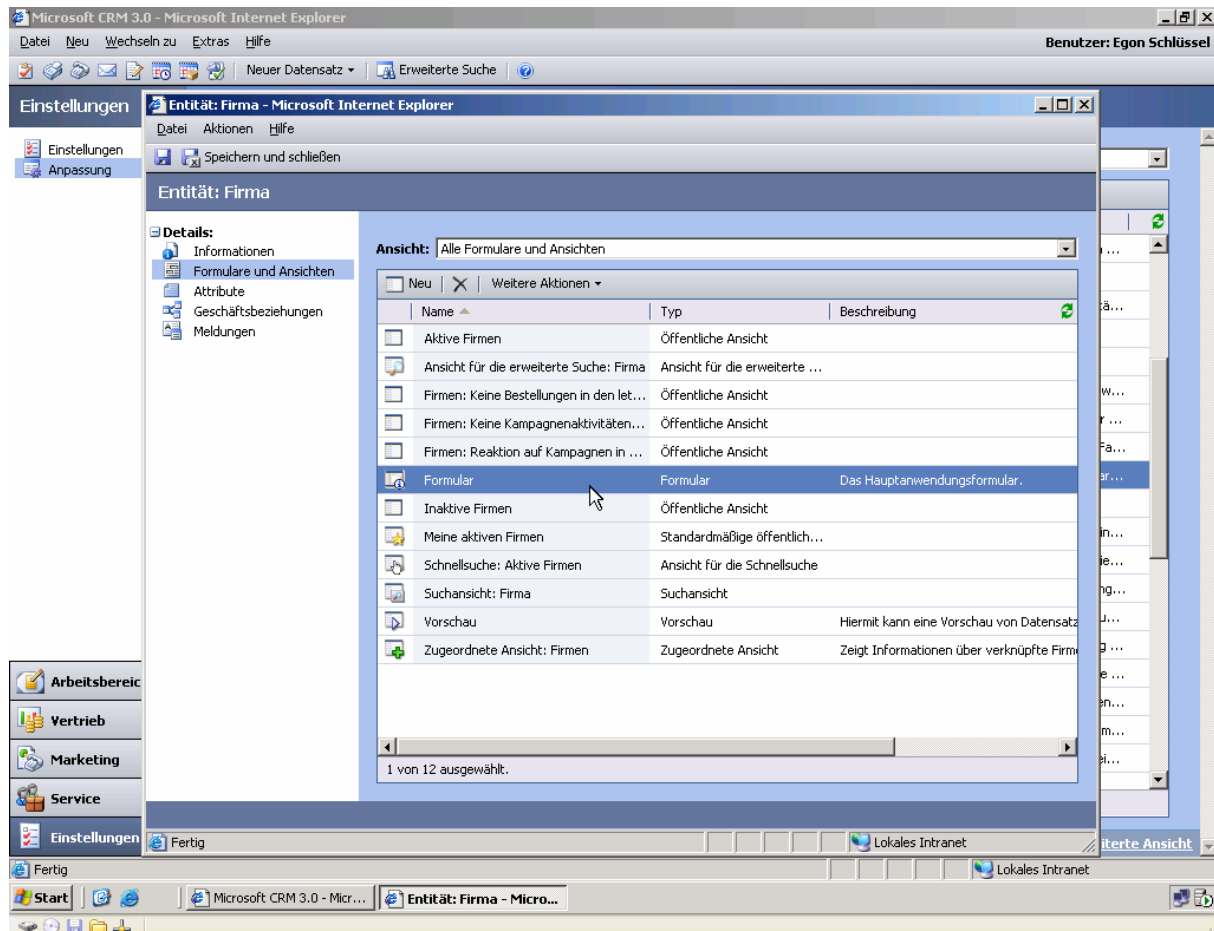


Abbildung 8: Customizing

2.8. Datenimport

Beim komplexen Datenimport sollen insgesamt 6000 Datensätze im Access-Format in

😊 Datenimport

Die Aufgabe wurde sehr ordentlich und durchdacht gelöst. Die von uns eingebauten Dubletten wurden alle beim kleinen als auch beim großen Import gefunden. Etwas umständlich erschien uns der gewählte Weg des komplexen Datenimports.

das CRM-System überspielt werden. Es handelt sich dabei um eine Datenbank, die Firmen, Interessenten, Kunden, Aufträge und Angebote beinhaltet, die unterschiedlich miteinander verknüpft sein können. Die existierende Struktur soll auch im neuen System vorhanden sein.

Die Aufgabe wurde sehr ordentlich und durchdacht gelöst. Die von uns eingebauten Dubletten wurden alle beim kleinen als auch beim großen Import gefunden, da das Programm beim Import eine automatische Dublettenprüfung durchführt.

Der komplexe Datenimport wurde mit Hilfe des Data Migration Frameworks durchgeführt und funktionierte einwandfrei, wenn es auch etwas komplexer in der Handhabung erscheint. Alternativ wäre auch ein Import über Drittanbieterwerkzeuge wie scribe möglich.

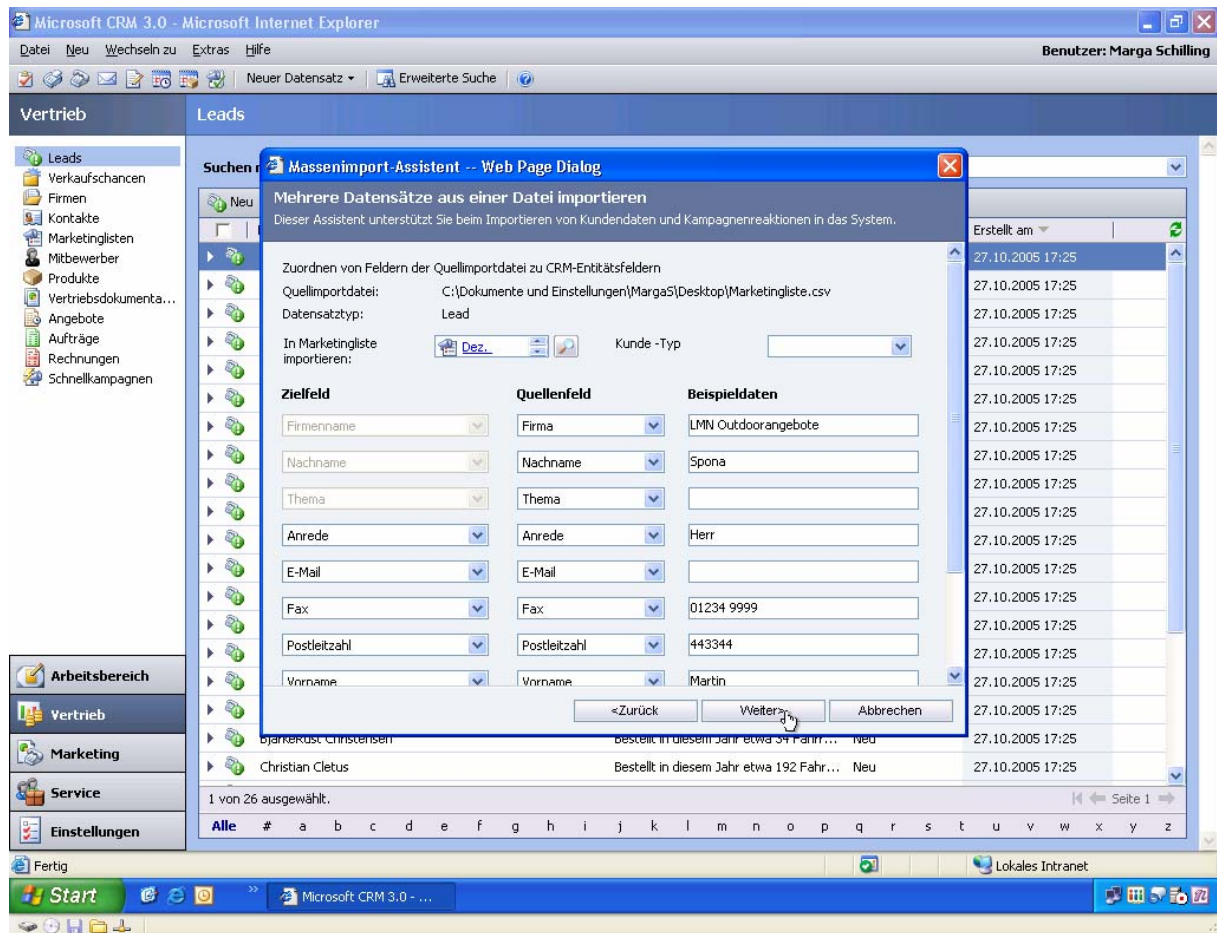
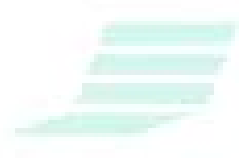


Abbildung 9: Datenimport-Assistent

Eindrucksvoll unter Beweis gestellt worden ist beim Datenimport die Upgrade-Fähigkeit des Produktes, da die notwendigen Vorarbeiten für einen Import mit Hilfe des Data Migration Frameworks aus der Zertifizierung der Version 1.2 übernommen werden konnten.

schwetz consulting
customer relationship management



3. Lösungshighlights

Microsoft ist angetreten, in der Version 3 den Anwenderunternehmen in den Bereichen Business-Relevanz, Produktivitätssteigerung der Anwender und Kosten- sowie Komplexitätsreduzierung deutliche Vorteile durch den Einsatz zu bieten. Diese Ziele wurden zu guten Teilen erreicht, denn Microsoft hat in den Nachfolger der ersten Version deutlich mehr und zusätzliche Entwicklungsarbeit investiert, als für die Version vorgesehen war. Die eigentlich 2.0 genannte Version sollte Mitte 2005 verfügbar sein und einen geringeren Funktionsumfang bieten als die jetzt erscheinende Version 3.0.

Microsoft hat sich in der Version 3.0 den Verbesserungspotenzialen der Vorgängerversion angenommen und in Punkten wie der Navigation, der notwendigen Anzahl an Clicks, aber auch an der Zuverlässigkeit und Tiefe der Outlook/Office-Integration gewidmet und deutliche Fortschritte erzielt. Die Verbesserung der Konnektivität in Back-End-Systeme wird mit der Version 3.0 durch die zur Verfügungstellung Microsoft eigener Konnektoren erleichtert. Für Branchenlösungen haben die entwickelnden Partner auch zu weiteren ERP-Systemen Konnektoren zur Verfügung gestellt.

Ein klares Alleinstellungsmerkmal von Microsoft CRM 3 ist die Integration in die Microsoft Office Produkte wie Word, Excel, Share Point und InfoPath. Die stärkste Integration besteht, und das nicht nur wegen der Benutzeroberfläche, zwischen CRM und Outlook. Nicht nur wird die Akzeptanz bei den potenziellen Nutzern erhöht, weil Outlook für die Verwaltung der Kontakte, Termine und E-Mails im Einsatz ist, sondern es löst auch das Problem der Offline-Nutzung elegant.

schwetz consulting
customer relationship management

