



## **Swiss CRM Forum Trendstudie: 80 Prozent der Unternehmen setzen CRM-Lösungen ein**

**Die Mehrheit sieht in Social CRM einen nützlichen Kanal, aber nur wenige haben sich bereits mit Fragen nach dem Datenschutz und Relevanzbestimmung beschäftigt**

Baden, 29. Juni 2010 – ***Eine aktuelle Trendstudie von BSI Business Systems Integration AG unter 149 Besuchern des Swiss CRM Forums zeigt: über den Einsatz von Customer Relationship Management-Tools wird nicht mehr nur geredet, die Mehrheit der befragten Unternehmen (80 Prozent) setzt professionelle Software-Werkzeuge ein, zumindest in bestimmten Bereichen. Nichtsdestotrotz sind die Hürden bei der Umsetzung von CRM-Projekten nach wie vor hoch. So beklagen nahezu drei Viertel der befragten Manager, dass Daten trotz professioneller Software nicht gepflegt werden. Fast zwei Fünftel sprechen gar von einer Verweigerung der Mitarbeiter gegenüber der CRM-Lösung. Weitere Stolpersteine sind aus dem Ruder laufende Kosten und überschrittene Projektlaufzeiten sowie zu komplexe und unflexible Lösungen. Neue Kommunikationskanäle, die sich aus dem Social Web ergeben, bewerten 82 Prozent der Befragten als nützlich. Allerdings haben sich erst knapp ein Viertel der Umfrageteilnehmer mit den Herausforderungen beschäftigt, die sich aus der Verwertung der Datenflut ergeben.***

Am 24. Juni 2009 traf sich wieder das Who is Who der CRM- und Marketing-Szene der Schweiz im Rahmen des Swiss CRM Forums in Zürich. „Auch wenn es in diesem Jahr etwas weniger Besucher gab als letztes Jahr, waren der Ausstellungsbereich und die Referate wieder gut besucht. Die Stimmung war positiv“, berichtet Catherine B. Crowden, Marketing Manager bei BSI Business Systems Integration AG. BSI nutzte die Plattform und befragte 149 Entscheidungsträger der Branche nach dem Stand der CRM-Vorhaben in ihrem Unternehmen, Hindernissen bei der Projekteinführung sowie nach der Bedeutung des Social Web für die Kundenbeziehungspflege.

### **Über CRM wird nicht mehr diskutiert, der Nutzen ist klar**

Demnach ist der Nutzen von professionellen CRM-Tools in den Unternehmen angekommen. Nur noch 9 Prozent der befragten Manager setzt keine Kundenbeziehungspflege-Software in ihren Unternehmen ein. 14 Prozent sehen sich gerade nach eine passenden Lösung um. Und ganze zwei Fünftel (80%) nutzt bereits eine CRM-Applikation. Davon setzen knapp ein Drittel (31 Prozent) die CRM-Lösung lediglich in einigen Teilen des Unternehmens ein.

Knapp die Hälfte der Befragten (49 Prozent) setzt dagegen auf einen ganzheitlichen Ansatz und hat ein unternehmensweites CRM-Tool implementiert. „Der Trend wird in Zukunft mehr und mehr zu ganzheitlichen Systemen gehen“, kommentiert Zeno Hug, Sales Manager bei BSI. „Denn der Kunde erwartet von einem Unternehmen, dass es als Einheit agiert. Er sieht nicht das Marketing, den Verkauf oder den Kundenservice. Diese vormals getrennten Abteilungen müssen zusammen arbeiten und ein gutes, integriertes CRM-System ist auf dem Weg dort hin unerlässlich.“

### **Fehlende Akzeptanz der Mitarbeiter ist das größte Risiko**

Wenngleich der Nutzen von CRM-Lösungen demnach in den Unternehmen angekommen ist, sehen die Befragten nach wie vor einige große Herausforderungen bei der Einführung von CRM-Lösungen. So erlebten fast drei Viertel (74 Prozent), dass Daten trotz vorhandenem CRM nicht gepflegt würden. Knapp zwei Fünftel (39 Prozent) sprachen gar davon, dass das System komplett verweigert wurde. „Deshalb ist es so wichtig, dass CRM-Lösungen einfach zu bedienen sind. Die wohl größte Schwierigkeit bei der Umsetzung von CRM-Projekten liegt darin, oftmals hochkomplexe Geschäftsprozesse in intuitiv bedienbare Oberflächen zu verpacken. Hier braucht es auf Herstellerseite viel Expertise und Verständnis für die Kundenprozesse“, bemerkt Zeno Hug.

Nahezu gleich auf sind in den Augen der Befragten die Herausforderungen, die sich aus überschrittenen Zeit- und Projektbudgets (34 Prozent) sowie aus unflexiblen (32 Prozent) und zu komplexen Lösungen (23 Prozent) ergeben. In einer offenen Kategorie konnten weitere Stolpersteine genannt werden. Demnach sind die fehlende Unterstützung durch die Unternehmensführung, nicht vorhandene oder schlecht umgesetzte Schnittstellen sowie eine nicht oder zu unzureichend gelöste Einbeziehung der Mitarbeiter (Stichwort: Change Management) weitere große Herausforderungen bei der Umsetzung von CRM-Projekten.

### **Nutzen von Social CRM ist klar, aber nicht, wie die Daten genutzt werden sollen**

Der Nutzen der neuen Kanäle, die sich aus sozialen Netzen ergeben, ist für die Mehrheit (82 Prozent) der Befragten unstrittig. Allerdings haben sich erst 23 Prozent der Umfrageteilnehmer mit Fragen wie Datenschutz und nach der Relevanzbestimmung auseinander gesetzt. „Die technische Einbindung von Social Media Streams ist nicht schwierig. Eine Herausforderung ist es allerdings, aus dem Rauschen der Nachrichtenflut,

die für das Unternehmen passenden Ströme herauszufiltern. Zudem bedarf es streng genommen bei der Verwertung personenbezogener Daten der Zustimmung dieser Person. Das schnelle und auf Interaktion aufbauende Social Web sieht Optin-Verfahren aber nicht vor. Hier müssen erst neue, akzeptierte Wege der Datennutzung gefunden werden, von denen auch der Kunde profitiert. Letzteres ist essenziell für die Akzeptanz auf Kundenseite“, fasst Catherine B. Crowden zusammen.

**Grafiken** zur Trendstudie von BSI sowie **Bildmaterial zum Swiss CRM Forum** finden Sie unter: [http://www.gcpr.de/1-1/bsi\\_Umfrage\\_SwissCRMForum10\\_29062010.html](http://www.gcpr.de/1-1/bsi_Umfrage_SwissCRMForum10_29062010.html).

**Unternehmenskontakt:**

Catherine B. Crowden, BSI Business Systems Integration AG, Täferenstrasse 16a, CH-5405 Baden, T +41 (0)56 484 16 24, M +41 (0)76 426 15 30, F +41 (0)56 484 19 30  
[catherine.crowden@bsiag.com](mailto:catherine.crowden@bsiag.com), [www.bsiag.com](http://www.bsiag.com)

**Pressekontakt:**

GlobalCom PR-Network, Münchener Str. 14, D-85748 Garching bei München, Wibke Sonderkamp und Jessica Schmidt, T +49 (0)89 360363-40, [wibke@gcpr.net](mailto:wibke@gcpr.net), bzw. [Jessica@gcpr.net](mailto:Jessica@gcpr.net), [www.gcpr.de](http://www.gcpr.de)

**Wir entwickeln Software an der Nahtstelle zum Kunden.** BSI CRM ist die führende Schweizer Lösung für jede Beziehung und jede Aufgabe – Verkauf, Marketing, Service, Multichannel Contact Center. BSI Counter ist das Produkt für klare Prozesse am Schalter und an der Kasse, BSI CTMS für klinische Studien in der Pharmabranche. Die Einfachheit und Vielseitigkeit unserer Software hat schon über 70'000 User überzeugt: ABB, APG, Commerzbank, Hermes Logistik, Holcim, Landis+Gyr, PostFinance, PricewaterhouseCoopers, Roche, Schweizerische Post, Sika, Swiss Life, Tamedia, Viseca und andere Marktführer setzen auf BSI Produkte. Wir sind auf die Dienstleistungen Systemintegration, Software-Entwicklung, Beratung und Support spezialisiert. Dank Service Oriented Architecture lassen sich die Lösungen in jedem IT-Umfeld integrieren.