



Integrations Whitepaper

Integration von Front- und Back-Office



Inhaltsverzeichnis.

Zusammenfassung	3
Einführung.....	4
Aktuelle Herausforderungen für Unternehmen im Hinblick auf Kundenmanagement und Geschäftsprozesse	5
Grundlagen der Integration von Front- und Back-Office.....	7
Konsistenz von Front- und Back-Office-Daten	7
Vollständiger Kundenüberblick.....	7
Durchgängige Verarbeitung	8
Herausforderungen für KMUs im Hinblick auf die Integration von Front- und Back-Office-Anwendungen.....	9
Die Integrationsfunktionen bei Sage CRM	10
Konsistenz von Front- und Back-Office-Daten	10
Vollständiger Kundenüberblick.....	10
Vereinfacht die durchgängige Verarbeitung	11
Self-Service-Fähigkeit	12
Kostengünstige, flexible und aufrüstbare Integrationsplattform.....	12
Fazit.....	12

Die Sage Software GmbH prüft und aktualisiert ihre Informationen ständig. Trotz aller Sorgfalt können sich die Daten inzwischen verändert haben. Eine Haftung oder Garantie für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der zur Verfügung gestellten Informationen kann daher nicht übernommen werden.



Zusammenfassung.

Unabhängige Forschungen belegen, dass das Thema „Back-Office-Anbindung“ von vielen CRM-Implementierungen nicht hinreichend gelöst ist. Wenn dies der Fall ist, dann können Kundendaten nicht effektiv ausgetauscht werden und Geschäftsprozesse werden durch Fehler, Verzögerungen und Verwaltungsarbeiten unterbrochen. Auf lange Sicht wirkt sich das natürlich insgesamt negativ auf die Kundenzufriedenheit aus - und zwar erheblich. Darüber hinaus steigen die Transaktionskosten exponential.

Dieses Whitepaper zeigt, warum die Integration von Front- und Back-Office die Lösung für kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) ist. Es wird im Einzelnen dargestellt, wie KMUs mit den zusammengestellten, aufrüstbaren Lösungen von Sage CRM ihre Geschäftsprozesse, Anwendungen und Daten nahtlos verbinden können. So können Kundenbeziehungen effektiver gepflegt, Kosten reduziert und die Wirtschaftlichkeit auf lange Sicht erhöht werden. Das Besondere daran ist, dass diese Lösung weniger kostet und bei Weitem nicht so kompliziert ist wie man das bei Projekten dieser Art erwarten würde.

Einführung.

Das Hauptziel jeder neuen CRM-Implementierung ist das Zusammenführen aller Kundendaten aus dem gesamten Unternehmen und die Umwandlung dieser Daten in aussagekräftige Informationen. Diese können dann genutzt werden, um ertragreiche Kundenbeziehungen zu pflegen. Bei einigen CRM-Projekten blieben die Ergebnisse jedoch weit hinter den Erwartungen der Benutzer zurück, besonders wenn die Erwartungen im Vorfeld eines Projekts bzw. die Unternehmensanforderungen an einen verbesserten Kundenüberblick nicht erfüllt wurden.

Gartners Recherchen zeigen, dass auch nach der Umsetzung von vielen CRM-Projekten wichtige Informationen noch „im toten Winkel“ liegen*, besonders die der Kundentransaktionshistorien. Man könnte das dadurch erklären, dass diese Projekte das Problem der Back-Office-Verbindung nicht hinreichend gelöst haben. Überdimensionierte „Front-lastige“ Implementierungen können dazu führen, dass ein Kundendatensatz zweimal in unterschiedlicher Form existiert; einmal im Back-Office mit finanziellen, transaktionalen und quantitativen Informationen und einmal im Front-Office mit anderen, interaktionalen und qualitativen Informationen.

* Quelle: „Key issues for CRM strategy and implementation“, Gartner, 2006