

CRM lohnt sich doch!

Zitat aus der Computerwoche vom 07.04.2004:

"MÜNCHEN (CW) - Das Engagement in Sachen Customer-Relationship-Management (CRM) zahlt sich aus. Nach einer aktuellen Studie der International Data Corp. (IDC) liegt der RoI (Return on Investment) erfolgreicher CRM-Implementierungen zwischen 16 und 1000 Prozent.

Rund 30 CRM-erfahrene Unternehmen in Europa und Nordamerika befragte das Marktforschungsinstitut, um Aufschluss über Hauptantriebs- und Erfolgsfaktoren sowie die finanziellen Auswirkungen einer CRM-Implementierung auf die Gesamtorganisation zu erhalten. Demnach erzielten 19 Prozent der teilnehmenden Firmen einen RoI von bis zu 50 Prozent, gut die Hälfte der Probanden zwischen 51 und 500 Prozent, während 30 Prozent sogar einen noch höheren Wert angaben. Bei 58 Prozent der Teilnehmer hat sich die CRM-Lösung in einem Jahr oder schneller amortisiert, bei 35 Prozent war es in einem Zeitraum zwischen zwölf Monaten und drei Jahren so weit, während sich acht Prozent der Firmen drei Jahre oder länger gedulden mussten.

Der Studie zufolge beträgt die durchschnittliche Investition in eine CRM-Anwendung einschließlich aller im Vorfeld der Inbetriebnahme anfallenden Kosten 426 000 Dollar. Die Gesamtkosten innerhalb der ersten fünf Jahre schätzt das Marktforschungsinstitut im Schnitt auf 1,2 Millionen Dollar.

Die jüngst ermittelte, beachtliche RoI-Spanne für CRM-Implementierungen führen die Analysten zum einen auf die Fortschritte zurück, die Unternehmen im Umgang mit dem Kundenbeziehungs-Management inzwischen gemacht haben. Zum anderen verfolge die Industrie heute bei der Ermittlung des - innerhalb eines gewissen Zeitraums - zu erwartenden Rückgewinns für das eingesetzte Kapital einen ganzheitlicheren Ansatz.

Differenzierterer Ansatz bei der RoI-Ermittlung

"Der Effekt auf die Organisation kann bisweilen sehr subtil sein und sich über das gesamte Unternehmen verteilen", so Mary Wardley, Vice President CRM bei IDC. Wurde der CRM-RoI bisweilen nur innerhalb eines Geschäftsbereichs gemessen, beziehen Firmen mittlerweile Einsparungen und Produktivitätssteigerung im weiteren Sinn ein - etwa dadurch, dass pro Vertriebsmitarbeiter wöchentlich 20 Minuten Schreibarbeit für die Berichterstellung wegfällt oder sich innerhalb eines bestimmten Zeitraums das Vierfache an Serviceanfragen via Web bearbeiten lässt.

Laut IDC sind im Schnitt lediglich fünf Prozent des Return on Investment auf technikbezogene Kosteneinsparungen zurückzuführen, während Produktivitätssteigerungen sowie Optimierungen in Sachen Geschäftsprozesse 51 beziehungsweise 42 Prozent ausmachen. (kf)"