

Good bye Legacy

CRM-Transformation für Dummies

Wie Sie Ihr CRM erfolgreich in die
Cloud bringen





Nehmen Sie Kundenzentrierung wirklich ernst? Dann sollten Sie Ihr wichtigstes kunderelevantes Projekt anpacken: bringen Sie Ihr CRM in die Cloud. Welche Ziele Sie dabei verfolgen sollten, welche Herausforderungen Ihnen begegnen werden und wie Sie diese lösen, erfahren Sie in diesem Artikel!

Warum CRM in der Cloud?

Argumente für die Cloud sind zahlreich. Dabei lautet das geringste noch, dass onPremise Technologien wie SAP CRM 7 auf absehbare Zeit eingestellt werden. Die Cloud ist in diesem Kontext also fast unumgänglich. Das aber auch aus guten Gründen. Wenn Sie Ihr CRM transformieren, sollten Sie folgende Ziele im Auge haben:



Höhere Leistungsfähigkeit

durch stärkere Performanz des Systems, einfache Skalierbarkeit und Individualisierung



Steigerung von Effizienz und Produktivität

durch hohes Automationspotenzial und geringeren administrativen Aufwand



Basis für einheitliche Systemarchitektur

durch mögliche Vernetzung mit anderen Lösungen aus Service, eCommerce, Marketing



Bessere Integration

sorgt für eine nahtlose Front- und Back-Office-Vernetzung



Bessere Ergebnisse

durch unternehmensweit transparentes Kunden-datenpotenzial



Personalisierte Erlebnisse in Echtzeit

durch End-to-End-Prozesse und den Abbau von Datensilos



Orts- und zeitunabhängige Einsicht

in Kundeninformationen, durch mobile Use



Größere Innovationskraft

durch die Möglichkeit, KI und maschinelles Lernen einzusetzen



Überlegene Benutzererfahrung

digitales Engagement steht im Vordergrund



Wirtschaftlicher Nutzen

bspw. 4,9% Umsatzsteigerung durch Automatisierung, 50% Verringerung der Bearbeitungszeit für Services oder 10% mehr Einnahmen durch verbesserte Services

Probleme mit dem Legacy-System

Fakt ist: Von einem Cloud-only Szenario im Bereich CRM sind viele Unternehmen noch weit entfernt. Dabei kennen wohl die meisten die folgenden Probleme mit dem Legacy-System:

- Das CRM wird schlecht genutzt, weil es aufwändig manuell zu pflegen ist und zudem nicht orts- und zeitunabhängig zur Verfügung steht
- Wegen negativer User Experience werden Daten falsch oder doppelt eingetragen, was zu fehlerhaften Auswertungen führt
- Die Betriebskosten wachsen aufgrund komplexer Wartungsbedarfe und aufwändiger Skalierung
- Keine vollständige Sicht auf Kunden, ihre Aktivitäten und Potenziale

Warum also gehen nicht einfach alle in die Cloud? Weil es eben doch einige Herausforderungen gibt bei der Transformation. An erster Stelle: Das CRM ist ein zentrales Unternehmenstool mit kritischen Daten. Vor allem große Unternehmen stehen hier oft vor riesigen Datenmengen, die migriert werden müssen. Hinzu kommen oft folgende Unsicherheiten und Fragen:

Die Cloud wirft Fragen auf

Unser Legacy-CRM ist stark individualisiert. Kann eine Standard-Cloud-Lösung das auch?

Wie realisiere ich ein Cloud-CRM in einer komplexen Systemlandschaft wie unserer?

Wie schaffe ich es, bei einer Cloud-Transformation alle Stakeholder einzubinden?

Wie kann ich bei einer Cloud-CRM-Einführung den riskanten Big-Bang-Ansatz vermeiden?

Können unsere komplexen Unternehmensprozesse überhaupt abgebildet werden?

Was also tun, oder: How to transform?

Die gute Nachricht ist: Mit dem richtigen Vorgehen können all diese Fragen und Sorgen adressiert werden. Auch bei sehr großen Legacy-CRMs ist der Weg in die Cloud keine Rocket Science. Folgende Schritte sind bei der Transformation entscheidend:



Projektvorgehen:

1.

Prozessanalyse der abgebildeten Prozesse im Legacy CRM

Beantwortung der Frage: Wer macht in welchem Prozessschritt wie genau etwas im System?
D.h. Analyse der Usergruppen, Berechtigungen, verwendete Hilfsmittel (Excel bspw.)

Dadurch verstehen Sie die aktuelle Arbeitsweise und können Optimierungen ableiten

Analyse der transformationsrelevanten Informationen

Wir nennen es die Phase 0: An diesem Punkt im Vorgehen sollten Sie erschließen, welche Funktionen im Legacy-CRM relevant sind und wie sie transformiert werden können. Auf Prozessebene wie auch auf direkter Systemebene.

So können Sie entscheiden, welche Funktionen auch in der Cloud gebraucht werden.

Mit Start-up Tenant starten

Starten Sie mit einem Testsystem, das direkt für das Projektteam freigeschaltet wird. Das hilft, den neuen Standard kennenzulernen, ob er funktioniert oder ob eine spezifische Logik eingebaut werden muss.

So erhalten Sie eine Fit-to-Standard-Analyse

Erstellung des Backlogs

Jetzt können Sie entscheiden, welche Stories in welcher Phase umgesetzt werden müssen, können anhand der gewonnenen Erkenntnisse priorisieren und Ihre Transformation nach Wichtigkeit staffeln.

Systemaufbau/Implementierung: Agile is key

In der Umsetzung ist eines entscheidend: eine agile Vorgehensweise. Das heißt, es werden Funktionen in kurzen Zyklen im neuen Cloud-System umgesetzt und direkt für die Key User als Acceptance-Test zur Verfügung gestellt. Somit wird schon in der Implementierung dauerhaftes Feedback eingeholt und Funktionen und Prozesse entsprechend den Vorstellungen der Key User und ggf. anderer Stakeholder abgebildet.



**Erleichtert den Change
in die Cloud**

**Relevante
Stakeholder wer-
den früh eingebunden
und können die Trans-
formation mitsteu-
ern**

**Komplexitäts-
reduzierung durch
iteratives Vorgehen
(kleine Pakete werden
abgenommen)**

Datentransformation: Wie migriere ich die Daten?

Wichtig ist an dieser Stelle, zunächst die Datenqualität erfassen und zu entscheiden, wo eventuell bereinigt oder überarbeitet werden muss. Auf dieser Grundlage können Folgeaktivitäten geplant werden. Bei der (Business-)Entscheidung, welche Daten übernommen werden sollen, helfen bewährte Tools und Beratungsansätze (Sybit-Services). Das gleiche gilt für das anschließende Mapping und die Migration.

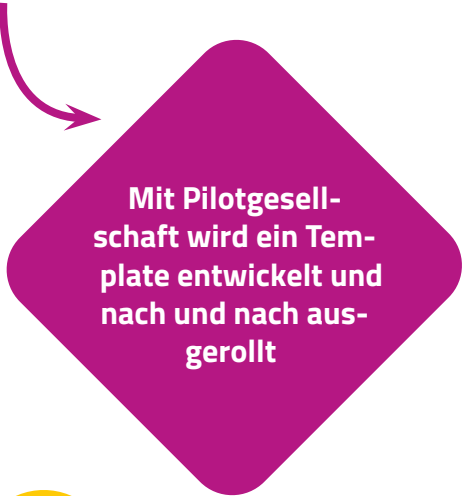
The slide features a decorative background with two monarch butterflies on the left side, one feeding from a cluster of pink and white flowers. The background is composed of several geometric shapes: a light green triangle on the left, a large yellow triangle on the bottom right, and two purple diamonds in the center. The text is placed within these purple diamonds.

**Effiziente Daten-
transformation durch
Automatisierung**

**Erprobtes Vorgehen
im Einklang mit Sybit
Best Practices**

Kein Big Bang nötig

Lässt sich ein Big Bang bei Ihnen schwer betreuen? Sei es aufgrund mangelnder Ressourcen oder dem nötigen Change Management: Sie können auch schrittweise vorgehen und in einem Rollout-Template arbeiten.



Mit Pilotgesellschaft wird ein Template entwickelt und nach und nach ausgerollt

Integration

Ein letzter Pluspunkt noch für die Cloud: In der Cloud sind Integrationen über die CPI einfacher zu gestalten, weil sie nativ mit Webservices umgeht. Das Datenhandling ist ebenfalls einfacher.



Flexible Integrationen ermöglichen besseres Zusammenspiel verschiedener Lösungen

Besseres Business für alle

Unternehmen können heute nur bestehen, wenn sie ihre Kunden verstehen und zur richtigen Zeit im richtigen Kanal mit ihnen interagieren. Ein CRM ist dafür die Basis. Und nur in der Cloud kann es seine volle Kraft für End-to-end-Prozesse entfalten. Mit einem CRM wie der SAP Sales Cloud legen sie den Grundstein für eine CX Plattform, die eine zukunftsfähige, ganzheitlich Systemarchitektur aufweist und alle kundenrelevanten Systeme in Marketing, eCommerce und Kundenservice intelligent und mit vorgefertigten Schnittstellen miteinander verknüpft. In Legacy-CRMs liegen mitunter Unmengen an relevanten Daten, die nicht smart genug genutzt werden. Sie zu transformieren ist kein Hexenwerk. Machen Sie den ersten Schritt. Wir sind nur einen Anruf entfernt.



Autor

Thomas Winter ist Head of Competence Center "Sales Excellence" und Projektleiter bei der Sybit GmbH. Hierbei trägt er die fachliche Verantwortung für alle Themen und Innovationen rund um den „Lead-to-Cash“-Prozess. Neben der SAP Sales Cloud, als zentrale Vertriebslösung der SAP CX-Suite, legt er großen Wert auf eine ganzheitliche Prozessbetrachtung im Kontext der Customer Experience, um somit einen Mehrwert über den klassischen Vertriebsprozess hinaus zu schaffen.

Über Sybit



Sybit ist der Partner für ganzheitliches Customer Experience Management. Als SAP Platinum Partner und Top 20-Digitalagentur in Deutschland entwickelt Sybit Lösungen, die sämtliche End-to-End-Prozesse der Customer Journey abbilden. Mit Hauptsitz in Radolfzell am Bodensee beschäftigt Sybit über 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Über 300 Konzerne und weltweit agierende mittelständische Unternehmen vertrauen auf die Expertise des SAP-Beratungshauses.

Wir sind nur einen Anruf entfernt!



Jennifer Bertsche
Inside Sales Executive
+49 7732 9508-2000
sales@sybit.de

Sybit GmbH
St.-Johannis-Str. 1-5
78315 Radolfzell
www.sybit.de

