



CRM-Trends 2012: Mobile CRM wird Mainstream

Rund ein Drittel der befragten Unternehmen haben mobile CRM-Lösungen schon heute im Einsatz.

Baden, 5. Juli 2012 - **Bereits zum vierten Mal führte BSI eine Umfrage zu den CRM-Trends und Perspektiven im Rahmen des Swiss CRM Forum 2012 durch. Tenor unter den Kongress-Teilnehmern: Der Markt ist reif für Mobile CRM. Ein Drittel hat sogar bereits eine mobile Anwendung im Einsatz, zwei Drittel glauben, dass 2012 Mobile CRM zum Mainstream wird. Damit stimmen die Experten-Meinungen mit den aktuellen Marktforschungen zum Thema exakt überein.**

Am 28. Juni fand das 12. Swiss CRM Forum im Hallenstadion Zürich statt. Der Event der Schweizer CRM-Szene stand in diesem Jahr unter dem Motto „Vorsprung durch Mensch. Wir machen Technologien“. In vier Konferenztracks Sales, Service, Marketing und Knowledge fesselten die Referenten rund 800 Teilnehmer. Die Kongresspausen und der abschliessende Apéro boten Gelegenheit für regen Gedankenaustausch unter Experten und luden zum gemütlichen Verweilen in der beliebten BSI Lounge ein. Die Besucher teilten hier bereits zum vierten Mal ihre Einschätzungen zum Thema CRM im Rahmen der BSI Experten-Umfrage. Die Ergebnisse: Knapp 62 Prozent der Event-Teilnehmer bestätigen die Prognosen der Marktforscher, dass Mobile CRM 2012 Mainstream wird. Für 19 Prozent ist mobiles CRM noch kein Pflichtprogramm. Nur 3.8 Prozent der Besucher glauben, dass es sich bei dem Thema um einen Hype handelt. Für 7.7 Prozent der Besucher gibt mobiles CRM längst die Hauptrichtung vor. Das widerspiegelt auch die Zahl der Unternehmen, welche bereits mobile CRM-Lösungen im Einsatz haben: Mehr als ein Drittel der Swiss CRM Forum Teilnehmer arbeiten bereits mit professionellen mobilen CRM-Anwendungen.

Mobile CRM: Grosse Erwartungen

Jederzeit auf Kundendaten zugreifen, von unterwegs Einträge aktualisieren, Angebote erstellen, Anfragen beantworten, Kampagnen überwachen: Was wie ein Wunschkonzert vor allem für Vertriebsmitarbeiter klingt, hat auch so seine Tücken: „Das Thema ist sexy, weckt

aber auch viele Erwartungen. Die User wollen Daten einsehen und erfassen, und das bei einer hohen Performance und dynamischen Prozessen, wie der automatisierten Offertenerstellung oder Beschwerde-Erfassung beispielsweise im Rahmen der Kundenberatung zu Hause. Das bedingt wiederum eine starke Online-Abdeckung, weil das beste Mobile CRM ohne Internet-Verbindung nutzlos ist“, so BSI Sales Manager Zeno Hug. CEO Chris Rusche sieht das sehr ähnlich: „Vorausgesetzt, man ist online, sorgt Mobile CRM immer und überall für Kundennähe. Unser Mobile CRM basiert auf dem gleichen Programmcode wie auch die Desktop-Lösung. Dies hat den grossen Vorteil, dass neue Funktionalitäten und Updates nur einmal programmiert werden und dann auf allen Endgeräten genutzt werden können.“ Eine Security-Herausforderung sehen die beiden CRM-Experten bei den Native Apps für die Nutzung von Offline-Daten. Diese sind nicht nur teuer, sondern stellen bei Verlust oder Diebstahl zudem ein grosses Sicherheitsrisiko dar. Nichtsdestotrotz steht Mobile CRM für Verkauf und Marketing definitiv auf der Shoppingliste der Unternehmen – zurecht, wie Zeno Hug meint: „Mobile CRM ermöglicht, Reisezeiten und Pausen effizient zu nutzen und Termine optimiert vor- und nachzubearbeiten. Mit BSI CRM sind wir auf dem richtigen Weg. Technisch haben wir bewiesen, dass das Single Source Multi Front-End funktioniert und der einzig gangbare Weg ist, auch aus der Kostenperspektive“, so der CRM-Profi.

CRM-Thematik stark vom Verkauf getrieben

Unter den befragten Studienteilnehmern sind 42 Prozent selbst im Verkauf tätig, 19 Prozent in der Geschäftsleitung, 11.5 Prozent im Marketing, 7.7 Prozent im Service und 3.8 Prozent im Contact Center. Innerhalb der Unternehmen werden die CRM-Lösungen vorwiegend von Verkauf (57.7 Prozent) und Marketing (53.8 Prozent) genutzt, gefolgt von Service und Contact Center (42.3 Prozent) und der Geschäftsleitung (34.6 Prozent). Als Stolpersteine bei der Einführung führten die Teilnehmer die mobile Verbindung in der Schweiz und Deutschland sowie die Performance auf den Mobiltelefonen an. Eine grosse Bandbreite unterschiedlicher Endgeräte hingegen ist in Zeiten von BSI Multi-Frontend keine Herausforderung mehr. „Unsere Framework-Entwickler verfolgen mit der Multi-Frontend-Strategie das Ziel, ein einheitliches System bei unbegrenzten Anwendungen nutzbar zu machen. Zudem basiert die Software auf einer 100 Prozent offenen Technologie und Architektur. Dadurch lässt sich BSI CRM auf effiziente Weise mobil nutzen und stellt sicher, dass die Lösung auch auf künftigen Produktgenerationen laufen wird“, schliesst Zeno Hug.



Mehr zum Thema Mobile CRM erfahren: <http://www.bsiag.com/de/produkte/bsi-crm/mobiles-crm.html>

Kontakt:

Claudia Gabler und Catherine B. Crowden, BSI Business Systems Integration AG,
Täferenstrasse 16a, CH-5405 Baden, T +41 (31) 850 12 13 bzw. +41 (0)56 484 16 24,
claudia.gabler@bsiag.com bzw. catherine.crowden@bsiag.com, www.bsiag.com

Wir entwickeln Software an der Nahtstelle zum Kunden. BSI CRM ist die führende Schweizer Lösung für einen professionellen Kundenservice. BSI Contact unterstützt Agents in Multichannel Contact Centern. 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, ERGO Direkt Versicherungen, Lidl, M-net, PostFinance, die Schweizerische Post, Sika, Swiss Life, Tamedia, die Versicherungskammer Bayern und andere Marktführer setzen auf BSI Produkte. Wir sind auf die Dienstleistungen Systemintegration, Software-Entwicklung, Beratung und Support spezialisiert. Alle BSI Produkte basieren auf Eclipse Scout, einem offenen, modernen Framework für service-orientierte Geschäftsanwendungen. Basierend auf Java/Eclipse lässt sich Software von BSI einfach in jedem IT-Umfeld integrieren.