

# Cloud Computing richtig gemacht: Ein Vorgehensmodell zur Auswahl von SaaS-Anwendungen

Am Beispiel eines hybriden Cloud-Ansatzes für Vertriebssoftware in KMU

von  
Markus Böttger

1. Auflage

Cloud Computing richtig gemacht: Ein Vorgehensmodell zur Auswahl von SaaS-Anwendungen – Böttger

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Cloud Computing, Grid-Computing

Diplomica Verlag 2012

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 8428 7817 4

## Leseprobe

Textprobe: Kapitel 2.4, Vertriebssoftware und -prozesse: Der folgende Abschnitt gibt einen kurzen Überblick zu den für diese Studie relevanten Themen aus dem Bereich Vertrieb. Es wird darauf eingegangen, welche Software hier zum Einsatz kommt und welche Arten von Prozessen im Vertrieb vorhanden sind. KMU-spezifische Aspekte werden im hierauf folgenden Abschnitt erläutert.

2.4.1, Vertriebssoftware: Bereits Ende der 80er Jahre kamen erste mobile Systeme zur Unterstützung von Vertriebsmitarbeitern zum Einsatz, welche den Vertrieb effizienter gestalten sollten. Der gängige Begriff für solche Systeme lautete Computer Aided Selling (CAS)-System. Mittlerweile dienen CAS-Systeme zur Steuerung aller kundenbezogener Prozesse. Der heute dominierende Begriff für die Weiterentwicklung dieser Systeme lautet Customer Relationship Management (CRM)-System. CRM-Systeme sollen durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologie helfen, die Kundenbeziehungen zu verbessern und die Bereiche Vertrieb, Kundendienst und Marketing besser miteinander verbinden. CRM-Systeme unterstützen die genannten Bereiche durch folgende Funktionalitäten: - Vertrieb: Vertriebsinformationssysteme (VIS) bieten Module zur Unterstützung von Verkaufspersonal. Durch geeignete Informationen aus dem System können sich Mitarbeiter auf vielversprechende Kunden konzentrieren und stets auf aktuelle Daten zugreifen. - Kundendienst: Kundendienstmodule stellen Informationen für Call-Center und Help-Desks bereit, um Kunden besser betreuen zu können. - Marketing: Marketing-Module bieten u.a. Unterstützung von Direktmarketing-Kampagnen durch Sammeln und Aufbereiten von Kunden- oder Interessentendaten und Produktinformationen oder helfen dabei, Kundendaten zu analysieren. Heute gibt es auch kleinere SaaS-Applikationen für spezifische Anwendungsfälle, die zur Vertriebsunterstützung eingesetzt werden, wie beispielsweise die vom Praxispartner runtime software entwickelten 'salsa!mobile'-Dienste.

2.4.2, Vertriebsprozesse: Bleibt man bei der Einteilung der Prozesse in Vertrieb, Kundendienst und Marketing, so umfasst der Vertriebsprozess 'alle Aktivitäten, die den Verkaufsabschluss zum Ziel haben.' Die jeweiligen Teilprozesse werden in der Literatur wie folgt kategorisiert: Nach Schwarzer und Krcmar können im Vertrieb 'administrative und dispositive Prozesse unterschieden werden, die durch IT-Systeme unterstützt werden. Die administrativen Prozesse befassen sich mit der Abwicklung der Kundenkontakte von der ersten Nachfrage bis zur Rechnungsstellung. Die dispositiven Prozesse decken die internen Planungs- und Steuerungsaktivitäten ab. Dazu gehören beispielsweise die Versanddisposition, die Tourenplanung und die Außendienstunterstützung.' Gündling unterteilt in 'Primärprozesse' und 'unterstützende Funktionen', wobei Primärprozesse den Kaufabschluss zum Ziel haben und unterstützende Funktionen entweder die Vertriebstätigkeiten erst ermöglichen oder administrativen Zwecken dienen. Ein Beispiel für einen Primärprozess wäre die Neukundengewinnung, ein Beispiel für eine unterstützende Aufgabe die Kundendatenverwaltung. Die in dieser Studie thematisierte Software kann in allen genannten Prozessarten zum Einsatz kommen. Mobile Lösungen wie der angesprochene SaaS-Dienst der runtime software GmbH unterstützen hierbei eher bei primären Prozessen, während CRM-Systeme oft zur Datenhaltung, und damit als unterstützende Funktion, dienen.

2.5, Besonderheiten von KMU: In diesem Abschnitt werden Besonderheiten von KMU dargelegt, die es beim Erstellen des Modells zu beachten gibt. So wird deutlich, warum es zweckmäßig ist, bei einer Problemstellung wie in dieser

Studie nach Unternehmensgrößen zu differenzieren. 2.5.1, Definition KMU: Wie bei vielen Begrifflichkeiten existiert auch für den Begriff KMU keine allgemeingültige Definition. Zwei bekannte und gebräuchliche Definitionen sind jene der Europäischen Union und des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn. Die Kommission der Europäischen Union versteht unter KMU all jene Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern und einem Umsatzerlös kleiner oder gleich 50 Mio. € oder einer Bilanzsumme kleiner oder gleich 43 Mio. €. Das IfM Bonn zählt all jene Unternehmen zu KMU, die weniger als 500 Beschäftigte und einen Jahresumsatz von unter 50 Mio. € haben. Wie man sieht ähneln sich die Definitionen, abgesehen von der Zahl der Mitarbeiter, stark. An dieser Stelle wird keine trennscharfe Arbeitsdefinition vorgenommen. Dem Leser sollte lediglich ein Gefühl dafür vermittelt werden, um welche Größenordnungen es bei KMU geht und dass es keine einzelne, eindeutige Definition für diese gibt.

2.5.2, Eingesetzte Software und deren Auswahl: Die eingesetzte Software und die Art, wie diese ausgewählt wird, können sich in KMU von größeren Unternehmen unterscheiden. Wolters und Kaschny schreiben hierzu: 'Die im Unternehmen genutzte Software ist [...] meist eher zufällig ausgewählt. Häufig wurde im Laufe der Geschäftstätigkeit nach und nach Bedarf erkannt und eine Software beschafft, die genau einen Bedarf deckt. Derartige Insellösungen führen [...] zu Medienbrüchen. Stammdaten werden redundant gespeichert [...]. Medienbrüche und Redundanz verursachen Kosten, führen zu größerer Fehlerwahrscheinlichkeit und letztlich größerer Fehlerhäufigkeit.' Dies zeigt, dass das zu erarbeitende Modell für KMU von Nutzen sein kann, da Entscheidungsprozesse hier weniger Methodik aufweisen.

2.5.3, Vertriebsprozesse: Ähnlich wie bei Software verhält es sich im Bereich der Prozesse. Diese sind weniger standardisiert als in großen Unternehmen, was das Outsourcing erschweren kann. Für den Vertrieb bedeutet dies, dass in KMU zwar grundsätzlich dieselben Prozesse ablaufen wie in großen Unternehmen, diese aber womöglich weniger gut strukturiert sind. Dies muss bei der Erstellung des Modells berücksichtigt werden und verdeutlicht, warum eine Differenzierung zwischen KMU und großen Unternehmen zweckmäßig ist.

2.5.4, IT-Outsourcing, Cloud Computing und SaaS: Aufgrund von Wissens- und Leistungsdefiziten gegenüber größeren Unternehmen, betreiben vor allem KMU IT-Outsourcing. Dabei werden insbesondere Anwendungsentwicklung, -einführung und -pflege oft an externe Dienstleister vergeben. Der Ausgleich dieser Defizite ist für KMU teilweise von so großer Bedeutung, dass eine Abhängigkeit zum Dienstleister dafür in Kauf genommen wird. Neben den besprochenen Vorteilen von SaaS und Cloud Computing für KMU deutet auch dies darauf hin, dass SaaS gerade in KMU nutzbringend eingesetzt werden kann. Auch der hybride Betrieb könnte wegen der Möglichkeit des differenzierteren Vorgehens insbesondere für KMU von Vorteil sein, da diese vor allem selektives Outsourcing betreiben und nur in seltenen Fällen den gesamten IT-Bereich auslagern.