



CLOUD COMPUTING

Machtwechsel im CRM?

Die DSGVO schafft ein neues Gleichgewicht zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Nur wer es schafft, für den Kunden unwiderstehliche Erlebniswelten zu bauen, dessen „Share of wallet“-Strategie wird auch künftig aufgehen.

Von Thomas Joachim, Allgeier ES

Die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) übernimmt ab 25. Mai die Hoheit. Verunsicherung breitet sich aus. Krisenszenarien über harte Strafen machen die Runde. Das Unternehmen wird zum vermeintlichen Aggressor, der mit seiner Übermacht die Rechte der Individuen missachtet. Die neue Datenschutz-Grundverordnung zwingt genau hinzuschauen: Datenmüll beseitigen, gesetzeskonforme Prozesse etablieren und nicht zuletzt mit Intelligenz die sinnvollen und verwertbaren Dateninhalte festlegen sind Gebot der Stunde. In der Zusammenarbeit zwischen CRM-Experten, Datenschutzbeauftragtem und IT-Experten liegt der Schlüssel für eine neue, legale Datenspeicherung und -nutzung. Wer die Daten hat, hat die Macht, denn erst dann ist der Weg frei für die Umsetzung gewinnversprechender Strategien. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, können sich Unternehmen der Customer Experience widmen. Dies meint einen intelligenten, individuellen Dialog führen und dem Kunden ein „Interaktionserlebnis“ bieten, das zum vertrieblischen Erfolg führt.

CRM-Trends mit Potenzial

Aus der Fülle der CRM-Trendthemen sind folgende Aspekte besonders vielversprechend auf dem Weg zum digitalen Unternehmen:

KI-Einsatz: Künstliche Intelligenz hilft Unternehmen, ihr Wissen zum Kunden zu komplettieren und so Kundenwünsche vorherzusagen. Auch für die Prozesssteuerung im Vertrieb ergeben sich neue Möglichkeiten: Unwichtige Handlungsschritte können von wichtigen Aufgaben unterschieden werden. Ersterer werden weitgehend automatisiert, während die entscheidenden Aufgaben den Menschen obliegen.

Social CRM: Betrieb man bisher Social-Media-Aktivitäten vorrangig in Form von Aufbau und Pflege von Communitys und Interaktionen über Plattformen, so will Social CRM Kommunikation im neuen Stil managen. Der Fokus liegt auf dem Individuum: Prozesse richten sich nicht mehr auf eine

Zielgruppe, sondern auf die konkrete Person aus. **Messaging:** Lag der Fokus der CRM-Implementierungen in der Vergangenheit häufig auf Zielgruppenbildung und Kampagnenausführung, so rückt nun die Vermittlung von gezielt platziertem Content in den Mittelpunkt. Die zentrale Frage, ob die Botschaft der Kampagne oder Interaktion den Kunden erreicht, blieb bisher unbeantwortet. Dieser Erfolgsfaktor rückt nun ins Zentrum. Wie gelingt es, zum richtigen Zeitpunkt über den richtigen Kanal den richtigen Kunden zu erreichen? KI-Software in Verbindung mit dem entsprechenden Messaging können helfen, diesen Dreiklang hinzubekommen.

SAP-Tools und Cloud-Software

Seitens SAP stehen die Werkzeuge für die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung bereit: SAP Information Lifecycle Management (ILM) liefert die Funktionen für Aufbewahrung, Sperrung und Löschung der Daten für die On-premise-Welt. Im Cloud for Customer sind diese Dienste unter dem Eintrag „Datenschutz“ zusammengefasst. Verwaltung und Dokumentation der Kundeneinwilligung sind im Standard enthalten. Zugriffsrechte sind zu regeln und Zugriffe zu dokumentieren. Hierzu werden die Standard-SAP-Möglichkeiten von Drittprodukten wie ComplianceNow ergänzt. Diese analysieren und überwachen die SAP-Nutzung und zeigen Anpassungsbedarfe im Rollen- und Benutzerkonzept auf.

Für den Einstieg in den echten digitalen Dialog gilt es zudem, noch weitere Schritte zu unternehmen. Dazu zählen unter anderem die Realtime-Verarbeitung großer Datenmengen, die strukturierte Anwendung von Prognoseverfahren sowie die Automatisierung von Prozessschritten mittels künstlicher Intelligenz. Hierzu benötigen die CRM-Verantwortlichen schnell anpassbare und skalierbare IT-Lösungen. Cloud-Software wie die Hybris-Tools spielen im Markt eine entscheidende Rolle. Sie versprechen schnelle Implementierung, hohe Skalierbarkeit und permanenten Funktionszuwachs.



Thomas Joachim
ist Head of Consulting
SAP Customer
Experience.

Cloud Computing
ist das flexible
und dynamische
Bereitstellen von
IT-Ressourcen,
wie Hard- und
Software an
externe Service-
anbieter mittels
Netzwerken.

Bitte beachten Sie auch
den Community-Info-
Eintrag Seite 100

ALLGEIER ES

