

Pressemitteilung

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Dipl.-Journ. Constantin Schulte Strathaus

08.03.2004

<http://idw-online.de/de/news76913>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Publikationen
Informationstechnik, Wirtschaft
überregional

Mit Software den Kunden binden - Neue Marktstudie zu CRM-Systemen

Ein gut gepflegter Kundenstamm stellt für ein Unternehmen ein langfristiges Ertragspotenzial dar. Doch um die Beziehung zu Millionen von Kunden pflegen zu können, bedarf es einer professionellen Software. Einen umfassenden und aktuellen Marktüberblick im Bereich der Customer-Relationship-Management (CRM)-Software bietet die neue Studie "CRM 2004 - So binden Sie ihre Kunden" der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU).

Die Wissenschaftler am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik veröffentlichen ihre jährlich aktualisierte Studie bereits zum vierten Mal. Sie untersuchen dafür die Software-Lösungen von rund 100 verschiedenen CRM-Anbietern und stellen sie anhand von mehr als 400 Kriterien gegenüber. Erstmals ist neben der Studie als Printausgabe auch eine CD erhältlich, die eine Nutzwertanalyse für potentielle Software-Käufer ermöglicht. Mittels einer Eingabemaske lassen sich die Anforderungen an ein Programm festlegen. Die Analyse-Software zeigt daraufhin eine Liste der Produkte an, die am ehesten zur Anfrage passen.

Neben einem Marktüberblick für CRM-Software bietet die Studie auch eine detaillierte Branchenbetrachtung, wobei sowohl die angebotenen branchenspezifischen Softwarepakete und Funktionen als auch die Referenzkunden nach Branche dargestellt werden. Zudem stellt die Untersuchung auch die Lizenzkonditionen für den Erwerb der Software sowie die Serviceleistungen der Anbieter vor.

Damit stellt die Studie eine wertvolle Grundlage zur Auswahl eines geeigneten CRM-Tools für jedes Unternehmen dar. Darüber hinaus enthält sie Case Studies aus der Unternehmenspraxis und Checklisten zur Einführung von CRM.

Hinzu kommen die Ergebnisse einer Anwenderbefragung zum Thema "CRM in deutschen Großunternehmen". Das Hauptergebnis der Befragung: Die Unternehmen haben erkannt, dass eine wahllos gekaufte CRM-Software eine Fehlinvestition ist. Vielmehr benötigen sie Programme, die sich optimal an die CRM-Prozesse einer Firma anlehnen. Die problemlose Integration der Software in die bestehende Systemlandschaft stellt ein weiteres Top-Kriterium bei der Auswahl eines Systems dar.

Die Studie "CRM 2004 - So binden Sie Ihre Kunden" erscheint in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift "absatzwirtschaft" und über www.crm-competence.com zum Preis von 495 Euro erhältlich (bzw. 695,-Euro inkl. CD). Dort finden sich auch weitere Informationen zu dieser und den weiteren Studien der KU sowie eine Leseprobe.

URL zur Pressemitteilung: <http://www.crm-competence.com>