

Namensbeitrag

Kundenportale für den Mittelstand

Der direkte Draht zum Kunden ist für Unternehmen elementarer Bestandteil des Vertriebsprozesses. Eine Möglichkeit, diesen direkten Kontakt herzustellen und zu pflegen, sind Kundenportale im Internet. Mit solchen Portalen stellen Unternehmen ihren Kunden zusätzliche und zielgruppenspezifische Informationen – wie weiterführende Produkthinweise, Bestellstatusabfragen oder Ratgeber – zur Verfügung, und ermöglichen es ihnen auch, direkt über das Internet, Produkte zu bestellen.

Vertriebskanal Internet

Kundenportale und daran angeschlossene Shopsysteme öffnen den Vertriebskanal Internet. Vor allem mittelständische Unternehmen erreichen so einen größeren Kundenkreis, als es ihnen auf dem traditionellen Vertriebsweg – über Kataloge oder Läden – möglich wäre. Zudem können sie vor allem bei der Auftragverarbeitung durch den elektronischen Vertriebsweg Kosten einsparen, da Dopplungen in der Vorgangsbearbeitung bei Kunden, Partnern und Lieferanten vermieden werden. Denn das Portal erfasst Informationen nicht mehr per Fax, Telefon oder E-Mail, sondern lediglich über eine Internet-Schnittstelle, die mit dem Warenwirtschaftssystem vom Kunden, Partner und Lieferanten verbunden ist. Somit können Vorgänge und Aufträge schneller aufgenommen und ausgeführt werden. Ein weiterer Nutzen liegt darin, dass Portale üblicherweise geschäftskritischen Anwendungen wie etwa das Management der Kundenbeziehungen (Customer Relationship Management – CRM) in sich vereinen.

Maßgeschneiderte Portale

Durch individuell erstellte Portale können Unternehmen nicht nur Kosten sparen, sondern den Portaleinsatz auch exakt auf die Unternehmensstrategie ausrichten. Dennoch sollten sich Mittelständler vor Einführung eines Kundenportals in die IT-Landschaft von IT-Dienstleistern beraten lassen, ob und welche Art von Portal sinnvoll ist. Denn neben der technischen Planung und Umsetzung von Portalen unterstützten Dienstleister auch die vorgelagerte Strategiefindung und helfen, unnötige Investitionen zu vermeiden. Wichtig ist etwa der Zeitpunkt des Return On Investments (ROI) und in welcher Höhe er erreicht wird.

Namensbeitrag

Dazu analysieren IT-Berater zunächst die bestehenden Systeme, die in das Portal integriert werden sollen – wie etwa CRM, Enterprise Resource Planning (ERP) zur Planung und Steuerung von betriebswirtschaftlichen Prozessen, sowie Supply Chain Management (SCM) – rund um die komplette Lieferkette vom Lieferanten über die Logistik bis hin zur Auslieferung. Ein weiteres Kriterium für die Wirtschaftlichkeit ist der Aufwand, um die benötigten Schnittstellen- und die Kommunikationsarchitektur zu programmieren. Wichtig sind solche Analysen, da standardisierte Lösungen oft nicht die benötigten Funktionalitäten abdecken oder nicht zum Unternehmen passen. Es kommt beispielsweise auch darauf an, dass Portale sowohl die benötigten Geschäftsbereiche einbinden als auch leicht in die bestehende Infrastruktur integriert werden können.

Zukunftssicherheit

Die Integration lässt sich leicht durch offene Standards realisieren. Sie sorgen zum einen für die einfache Integration und zum anderen für ein ausbaufähiges und investitionssicheres Portalsystem. Gerade bei mittelständischen Unternehmen liegen oft heterogene Anwendungslandschaften vor, so dass Applikationen verschiedener Hersteller miteinander verbunden werden müssen. Deshalb eignen sich so genannte offene Standards beispielsweise dazu, bestehende IT-Infrastrukturen zu konsolidieren auch künftig neue Anwendungen problemlos zu integrieren. Dadurch erzielen Unternehmen ein hohes Maß an Investitionssicherheit.

Bestens gerüstet für die Zukunft sind Unternehmen, deren Portale auf service-orientierten Architekturen (SOA) basieren. Denn dann besteht ein Portal aus modularen Prozessen und Systemen – den so genannten Services – die bausteinartig zusammengesetzt werden können. Dadurch kann ein mittelständisches Unternehmen schnell auf aktuelle Marktanforderungen reagieren und neue SOA-Bausteine in die bestehende Portallösung integrieren. SOA führt dadurch zu flexiblen und schlanken IT-Systemen, die sich einfach und kostengünstig pflegen lassen.

Mehrwert auf allen Ebenen

Der Vorteil von Kundenportalen liegt auch darin, dass sie rund um die Uhr

Namensbeitrag

und von jedem Ort der Welt aus abrufbar sind. Außerdem können Portale zielgruppenspezifisch Informationen beinhalten und damit die Kundenbindung verbessern. Daher profitieren mittelständische Unternehmen mehrfach von sinnvoll eingesetzten Portalen: mehr Kundenservice, Einsparungen im Bereich der Datenverarbeitung, größere Flexibilität, um sich den ändernden Anforderungen des Marktes und vor allem des Unternehmens anzupassen.

Hinweis zum Autor:

Jörg Sattler ist Leiter Marketing und Kommunikation der IT-Services and Solutions GmbH, Chemnitz, einem hundertprozentigen Tochterunternehmen der IBM Deutschland GmbH.

(ca. 4.500 Zeichen)

Über IT-Services and Solutions GmbH (it’):

Die IT-Services and Solutions GmbH (it’) mit Hauptsitz in Chemnitz versteht sich als branchenkompetenter Partner für hochwertige IT-Beratungsleistungen. Mit 1 200 Mitarbeitern an bundesweit 13 Standorten richtet sich die IBM Tochter an innovations- und wachstumsorientierte Unternehmen aus Industrie, Handel und Telekommunikation, dem Banken- und Versicherungsgewerbe sowie des öffentlichen Sektors. Ihnen bietet it’ ein Full-Service-Paket von der Unternehmens- über die IT-Beratung bis zur nahtlosen Umsetzung in passgenaue Lösungen und Dienstleistungen. Dies schließt Anwendungsservices, SAP-Services und IT-Infrastruktur-Services über die gesamte betriebliche Wertschöpfungskette ein. Hierbei stellt sich it’ konsequent den Herausforderungen des Marktes, indem sie ihren Schwerpunkt auf zukunftsweisende Themen legt: beispielsweise auf Leasing-Services für ein effizienteres Angebots-, Kundenbeziehungs- und Vertragsmanagement, auf Portal-Services für optimierte Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterprozesse sowie auf die Erfüllung betriebswirtschaftlicher Anforderungen mit der eigenen und von der SAP AG zertifizierten Lösung easy.

Art und Umfang der Leistungen sind jeweils flexibel auf die spezifischen Bedürfnisse, Strategien und Ziele des Kunden sowie auf die Besonderheiten seiner Branche zugeschnitten. Als produkt- und anbieterunabhängiger Dienstleister arbeitet it’ zudem stets mit den aus Kundensicht bestbeurteilten Produktpartnern zusammen.

Weitere Information erhalten Sie im Internet unter www.itsas.de.

Ansprechpartner für Journalisten:

*Jörg Sattler
Leiter Marketing und Kommunikation
IT-Services and Solutions GmbH
Rathausstraße 7
09111 Chemnitz
Telefon: 0371 6978-2966
Telefax: 0371 6978-2627
E-Mail: Joerg.Sattler@de.ibm.com*

*Olaf Grewe
Pleon GmbH
Breitscheidstraße 8
70174 Stuttgart
Telefon: 0711 21099-417
Telefax: 0711 21099-499
E-Mail: Olaf.Grewe@pleon.com*