

Was ist eCRM?

Viele Softwareanbieter schmücken sich momentan mit dem Kürzel eCRM. Im Prinzip bedeutet eCRM schlicht die Verknüpfung von CRM mit E-Commerce, E-Business oder Internettechnologie. Was genau gilt, variiert von Anbieter zu Anbieter. eCRM kann sich sowohl auf die funktionalen Inhalte als auch auf die technische Basis einer Software beziehen. Die vier wichtigsten Facetten von eCRM sind:

1. Individualisierte Kundenansprache mit personalisierten Websites. Der Kunde erhält genau die Informationen, die seinem Informationsbedürfnis entsprechen.
2. Einbindung von Partnern: Speziell für Geschäftspartner und Händler wird ein Extranet aufgebaut. Dort können sich die Händler einloggen und auf die Unternehmensdaten zugreifen, zum Beispiel direkt Bestellungen eingeben oder verfolgen, ob Angebote bereits bearbeitet wurden.
3. Unternehmensportal: Es dient als zentrale Einstiegsadresse ins komplette Informationssystem und verknüpft verschiedene Anwendungen, zum Beispiel R/3 und CRM-System. Der Benutzer kann seinen individuellen Bildschirm konfigurieren, auf dem die Anwendungen erscheinen, die er am häufigsten braucht.
4. Browser-Technologie: Hier wird die Oberfläche des CRM-Programms wie eine Internetsite gestaltet. So finden sich beispielsweise Links zur Verknüpfung von Daten (zum Beispiel die Zuordnung eines Kunden zu einem Projekt) sowie das Navigieren über eine links angeordnete Leiste.

Treffender als der Begriff eCRM ist die Bezeichnung »E-Business Relationship Management«. Hierbei handelt es sich um die so genannten CRM-Lösungen der neuen Generation, die auf einer vollständig webbasierten Technologie aufsetzen. Sie nutzen das Internet zur Beziehungspflege, entweder über Kunden- und Serviceportale oder personalisierte Ansprache auf der Website. In der Regel verfügen sie über ausgefeilte Analyseinstrumente und können Ergebnisse aus der Datenanalyse sofort in entsprechende Kampagnen, beispielsweise per E-Mail oder SMS, umsetzen (siehe Marktübersicht).