



KMU scheuen Investments in Technologien

Lieber manuell: Kundendatenpflege

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sehen Vorteile darin, professionelle Kundendatenmanagement-Lösungen einzusetzen. Allerdings herrscht die Annahme vor: Technische Lösungen seien zu teuer, zu komplex und der ROI sei nicht bezifferbar.

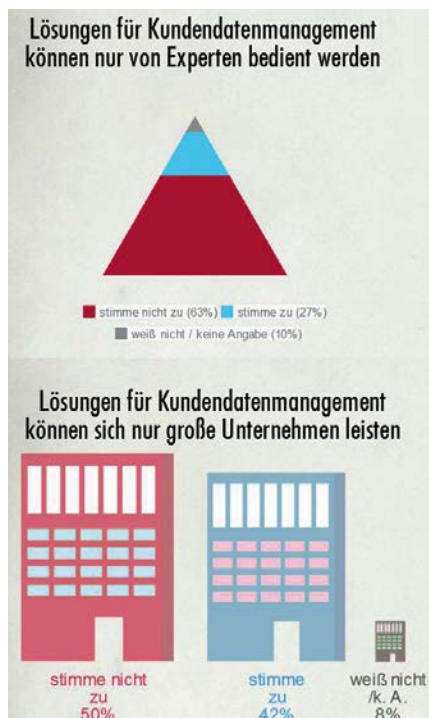
Fast jede zweite Führungskraft (47 Prozent) in der DACH-Region meint, dass der Einsatz einer Kundendatenmanagement-Lösung die Kundenbindung stärkt. 39 Prozent sagen, dass dadurch der Kundensupport verbessert wird. Mehr als jeder Dritte sieht das Potenzial, Kunden zurückzugewinnen. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie „Kundendatenmanagement in KMU“, die von Uniserv in Auftrag gegeben wurde.

Zu teuer?

Obwohl 78 Prozent der KMU deutliche Potenziale in der Verbesserung des Kundendatenmanagements sehen, halten 67 Prozent die Einführung von neuen Lösungen für kostspielig und sind der Meinung, dass diese mit einem hohen personellen Aufwand verbunden ist (60 Prozent). 42 Prozent der Befragten meinen sogar, dass sich derartige Lösungen nur große Unternehmen leisten können. „Unternehmen sollten immer ihre individuellen Kosten, die durch die manuelle Datenpflege entstehen, mit den Potenzialen, die eine Kundendatenmanagement-Lösung bietet, vergleichen. Denn unserer Erfahrung nach ist der ROI von professionellen Lösungen bereits nach drei bis sechs Monaten sichtbar“, erklärt Holger Stelz, Direktor Marketing & Business Development bei Uniserv.

Fehlendes Wissen

„Dennoch fehlt es den Entscheidern oft an Wissen, welche Maßnahmen tatsächlich praktikabel und profitabel sind. Dementsprechend scheuen sie noch den Einsatz moderner Technologien. „Dieser Umstand basiert häufig auf falschen Grundannahmen.“ So geben laut Studie 69 Prozent der Befragten an, dass Kundendaten in ihrem Unternehmen stets aktuell, vollständig und korrekt sind. Eine trügerische Sicherheit, wie Uniserv aus jahrzehntelanger Erfahrung weiß. „Insbesondere KMU gehen davon aus, dass die manuelle Datenpflege günstiger und verlässlicher sei als eine technologische Lösung, die individuelle Unternehmensansprüche erfüllt. In Zeiten der Digitalisierung, in denen das Datenaufkommen



Viele KMU sind skeptisch gegenüber Kundendatenmanagement-Lösungen.

explodiert, ist dem aber nicht mehr so“, sagt Stelz. 84 Prozent der befragten Geschäftsführer und Projektverantwortlichen geben an, ihre Kundendaten in der Regel noch manuell zu pflegen. Gleichzeitig bemängelt jedes fünfte Unternehmen (22 Prozent), zu wenig Personal zu haben, das sich um die Aktualität der Daten kümmert. „Gerade die manuelle Verarbeitung in Kombination mit Personalknappheit birgt ein hohes Risiko, dass fehlerhafte, veraltete oder redundante Daten im Vertrieb, Marketing und der Kundenbetreuung genutzt werden. So bleiben Data-driven-Marketingkampagnen wirkungslos“, sagt Stelz.

Datensilos erschweren Datenmanagement

Unternehmen lagern ihre Kundendaten in mehreren Systemen: vorrangig in Finanz- und Buchhaltungssystemen (49 Prozent), CRM-Systemen (30 Prozent)



»» Insbesondere KMU gehen davon aus, dass die manuelle Datenpflege günstiger und verlässlicher sei. ««

Holger Stelz, Direktor Marketing & Business Development bei Uniserv.

und Marketing-Lösungen (17 Prozent), etwa für E-Mail-Marketing oder Direktmarketing. Dies führt oft zu Datensilos. Laut Studie weiß zudem jeder fünfte Unternehmensentscheider nicht (21 Prozent), wo und in welchen Systemen Kundendaten liegen. Um in einer digitalen Welt jedoch eine Rundumsicht auf den Kunden zu haben, müssen Unternehmen ihre Datensilos überwinden, indem sie die Verwaltung ihrer Kundendaten zentralisieren. Eine einheitliche Datenquelle ohne Technikerunterstützung ist nicht machbar.



Bitte beachten Sie auch den Community-Info-Eintrag ab Seite 99

