

KURZER ABRISS ZU SUGARCRM

# Eine Kostenfrage

Optimierung des Vertriebs mit Commercial Open Source CRM



Es steht außer Frage, dass sich mit einem CRM-System der Absatz eines Unternehmens optimieren lässt. Bleibt nur die Frage, welcher CRM-Anbieter für Sie der richtige ist. SugarCRM® basiert auf Commercial Open Source Software. Das gibt dem Produkt gegenüber proprietären CRM-Produkten von verschiedenen Anbietern eine Vielzahl von Vorteilen. Nachstehend sind nur einige der Möglichkeiten genannt, mit denen Sie unter Rückgriff auf SugarCRM und sein Commercial Open Source-Konzept Ihren Vertrieb optimieren können.

### **Flexibilität**

SugarCRM basiert auf einem Open-Source-Modell, das den Nutzern stärkeren Zugriff auf den Quellcode gibt. Dieser uneingeschränkte Zugriff erleichtert die Durchführung von Anpassungsmaßnahmen. So lässt sich das Kernprodukt problemlos auf die eigenen Erfordernisse abstimmen.

---

*„Der Umstieg von Salesforce.com auf Sugar war dank der Flexibilität und der realisierten Kosteneinsparungen eine denkbar einfache Entscheidung.“*

—Director of Sales, Archer Technology Group

---

Und mit neuen Workflow-Ergänzungen automatisiert SugarCRM jetzt exakt Ihre Vertriebsprozesse. Die meisten gehosteten Multi-Tenant-Produkte bieten eine solche Prozessautomatisierung nur unter hohen Kosten. SugarCRM hingegen ermöglicht seinen Nutzern eine erschwingliche Art der Automatisierung zentraler Vertriebsprozesse. Das stellt sicher, dass alle Vertriebsmitarbeiter dieselben bewährten Vorgehensweisen nutzen, die Voraussetzung für die Umsatzmaximierung und optimalen Service für jeden Kunden sind.

Auch aus der Sicht der benutzerdefinierten Integration ist SugarCRM flexibler und erschwinglicher als andere Produkte. So können Nutzer ohne Zusatzkosten eine Vielzahl von Datenbanken und Backend-Systemen nutzen. Im Vergleich dazu wird dem Nutzer bei Salesforce.com der Import von Daten aus einer Oracle-Datenbank oder einer SAP-Instanz in Salesforce.com unabhängig von der Größe der Installation mit zusätzlichen 24.000 Dollar pro Jahr berechnet

---

*„Sie wollen gar nicht wissen, wie viel Geld wir für Salesforce.com-Anpassungen ausgegeben haben.“*

—General Manager of Sales, Sterling PCU

---

### Aufschlüsselung der Features – Dashboards

Dank des Prinzips der Erweiterbarkeit von Open-Source-Software entstanden einige äußerst hilfreiche Features für Vertriebsleute – von der Ebene des einfachen Vertreters bis hin zu Datenansichten für Führungskräfte. Ein Feature, das überzeugend demonstriert, wie SugarCRM auf Vertriebsleute zugeschnitten wurde, sind die benutzerdefinierbaren Dashboards.

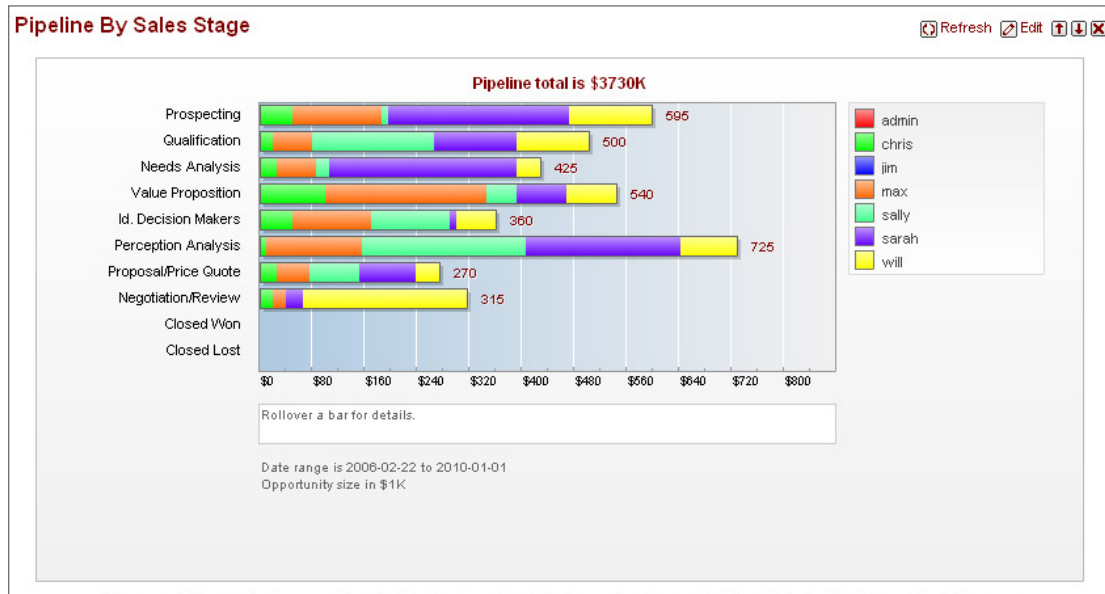


Abbildung 1. Dieses Dashboard bietet Führungskräften im Vertrieb sofort Einblick in die Verkaufsaktivitäten ihrer Teams. Der Aufruf der Daten kann auf einer hohen Ebene oder auf Detailebene erfolgen – z. B. zur Anzeige bestimmter Abschlüsse oder Verkaufschancen in den einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses. Weitere Dashboards sind speziell auf die einzelnen Vertriebsmitarbeiter und ihre täglichen Aktivitäten abgestimmt. SugarCRM bietet Dashboard-Ansichten für einen Vielzahl zentraler Rollen im Vertriebsprozess.

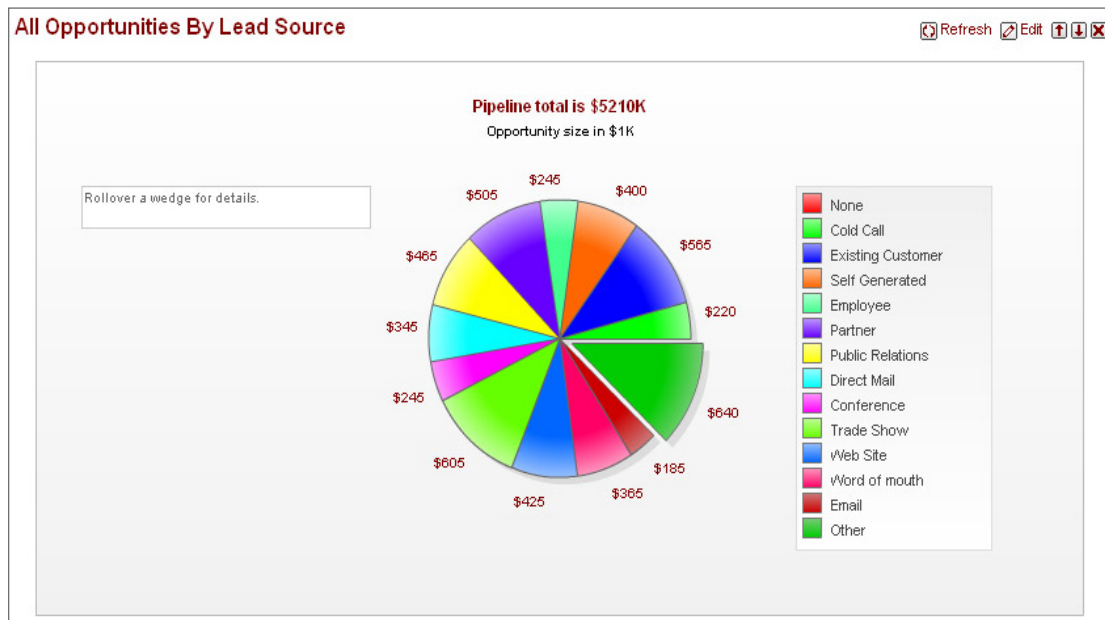


Abbildung 2. SugarCRM-Dashboards sind flexibel und einfach bedienbar. Mit einem Mausklick lassen sich Variablen hinzufügen und entfernen. Und die Darstellung eines Dashboards lässt sich problemlos auf die Präferenzen von Vertriebsmitarbeitern und Führungspersonal gleichermaßen abstimmen. Entscheidend ist, dass den Nutzern alle wichtigen Daten in einer optimal auf ihre Arbeit aufbereiteten Form zugänglich sind.

### Mehr Innovation

Software-Entwicklung nach dem Open-Source-Modell hängt entscheidend von den Ideen einer großen externen Entwicklungsgemeinschaft ab. Das heißt, die Priorität neuer Funktionen wird von der Gemeinschaft und den Nutzern in ihrer Gesamtheit bestimmt—und nicht von einem zentralen firmeninternen Entwicklungsteam. Daher werden die besten Funktionen für die Automatisierung von Vertriebstätigkeiten, die sich tatsächlich auf Ihr Unternehmen und Ihren Umsatz auswirken, mit hoher Wahrscheinlichkeit Priorität genießen—und nicht die Extras, die ein proprietäres Produkt zwar besser aussehen lassen, aber letztlich nur einen geringen praktischen Nutzwert haben.

### Schnellere Bereitstellung

Einer der größten Vorteile von Open-Source-CRM ist die deutlich schnellere Bereitstellung als bei proprietären Produkten, bei denen Fachleute viel Konfigurationsarbeit leisten müssen, bis die Software richtig läuft. Da sich SugarCRM schneller installieren und in Betrieb nehmen lässt, können Vertriebsleute eher mit ihr arbeiten. Dadurch amortisiert sich die Investition auch schneller.

---

*„Unsere IT-Leute konnten die Open-Source-Version des SugarCRM-Codes samt Dokumentation herunterladen und sie innerhalb von 24 Stunden installieren und einsatzbereit machen.“*

—Chief Information Officer, Oregon Department of Human Services

---

SugarCRM gibt dem Nutzer zudem mehrere Deployment-Optionen. Es besteht die Wahl zwischen einer gehosteten On-Demand-Lösung, einer On-Site-Software-Bereitstellung bzw. der Bereitstellung von SugarCRM auf einer vorkonfigurierten Appliance. Sugar ist so flexibel, dass es sich exakt auf die Erfordernisse Ihrer Vertriebsorganisation zuschneiden lässt. So gelingt die Bereitstellung von SugarCRM unabhängig von Ihren speziellen Anforderungen in der Regel reibungsloser als bei proprietären CRM-Angeboten.

Diese Tabelle soll Ihnen als Hilfestellung bei der Wahl der geeigneten Deployment-Option dienen.

Voraussetzungen	SugarCRM On-Demand	SugarCRM On-Site
Spezifische, komplexe Verkaufsprozesse		X
Vertriebsdaten müssen in Back-Office-Systeme integriert werden?		X
Bedarf an elementaren Prognose- und Pipeline-Anzeigefunktionen	X	
Schnelle, risikoarme Bereitstellung bevorzugt	X	
Wenig bis keine internen IT-Ressourcen	X	
Mobile Vertriebsmitarbeiter	X	X
Datensicherheit ist von entscheidender Bedeutung		X

\*Alex Bona, Gartner Group: „CRM on Demand ist teurer, als vielleicht Sie glauben.“ 26. Mai 2004

„SugarCRM On-Demand ist kostengünstig und einfach zu bedienen. Und es ermöglicht ohne Verwaltungsprobleme rund um die Uhr und weltweit Zugang zum System. SugarCRM läuft stabil, zuverlässig und nach unserer Erfahrung praktisch ausfallfrei.“

—VP Business Development, SAMMA Systems

### Schnellere Akzeptanz

SugarCRM ermöglicht dem Nutzer ein modernes und intuitives Arbeiten. Durch den Einsatz von Ajax-Technologie kann der Nutzer ohne Programmierkenntnisse seine Sugar-Anwendung personalisieren. So können Vertriebsmitarbeiter problemlos auf ihre speziellen Erfordernisse abstimmen, was ihnen in Sugar angezeigt wird—ein Eingriff in den Code ist dazu nicht erforderlich. Und Mitarbeiter, die mit einer CRM-Anwendung besser zurechtkommen, werden diese auch stärker nutzen. Das verbessert die Transparenz der einzelnen Pipelines und damit die Möglichkeiten der Absatzprognose.

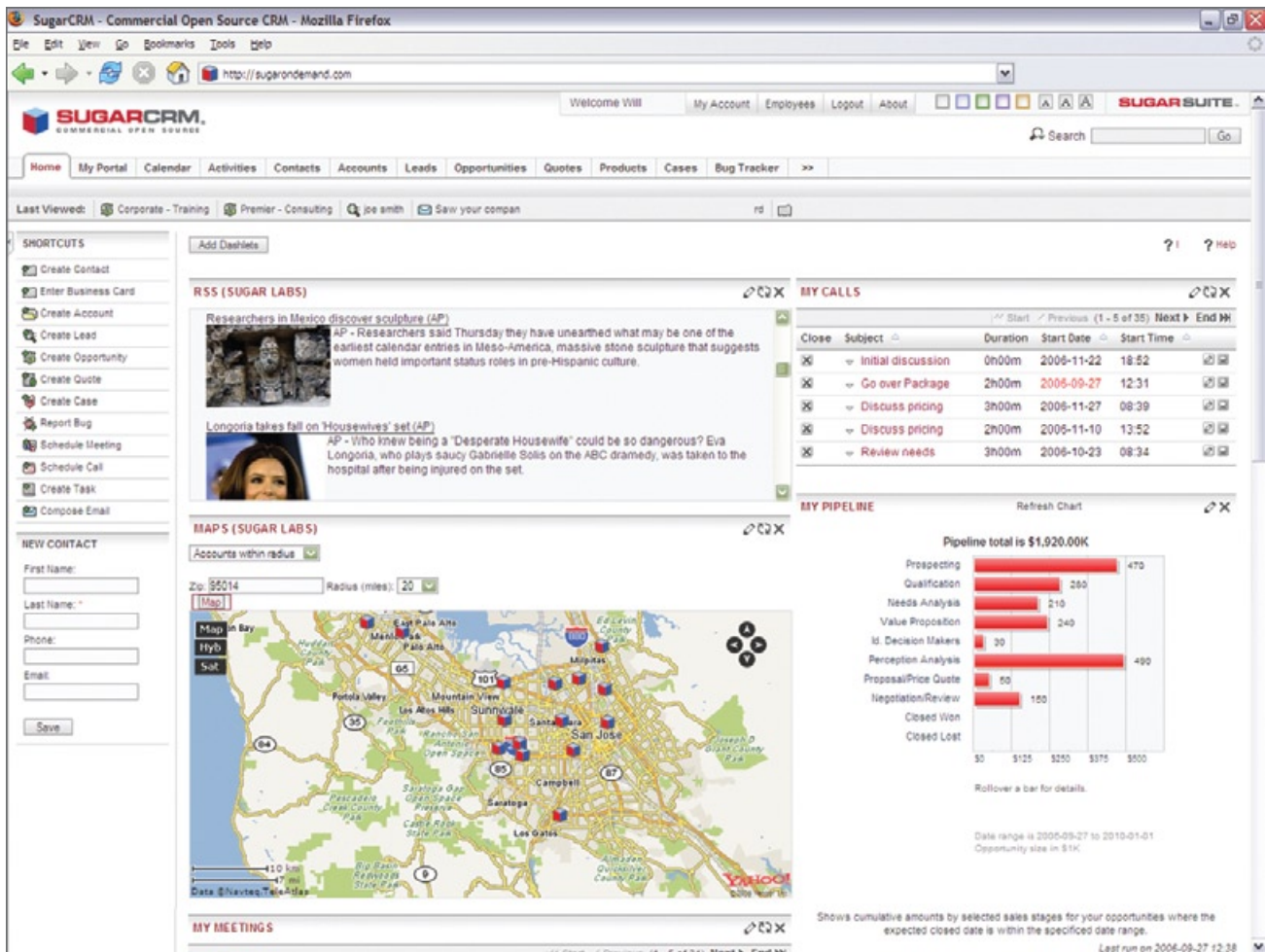


Abbildung 3. Benutzeroberfläche von Sugar: Die Benutzeroberfläche von SugarCRM lässt sich problemlos an die Bedürfnisse und Vorlieben einzelner Nutzer anpassen sowie hinsichtlich der täglichen Aufgaben der zentralen Akteure (z. B. Vertriebsleiter) konfigurieren. Und dank der modernen Architektur lassen sich problemlos Daten aus dem Web oder anderen externen Quellen wie relevante RSS-Feeds oder Google-Kartendaten importieren und mit Kontaktdaten oder Verkaufschancen bzw. Back-Office-Daten aus einem ERP-System kombinieren.

„Wir hatten keine Lust, unseren Mitarbeitern eine Anleitung nach dem Muster „CRM für Dummies“ in die Hand zu drücken. Die besseren Funktionen von SugarCRM, die Flexibilität bei der Wahl einer Bereitstellungsoption –gehostet, Appliance- oder On-Premise-Lösung – sowie der Umstand, dass bei Salesforce.com für die Einbindung unserer anderen Anwendungen über die Plattform Zusatzkosten anfallen, machten uns die Entscheidung letztlich einfach.“

—CTO, BZ Results

### Geringere Gesamtbetriebskosten

Viele CRM-Systeme bieten hinsichtlich der Automatisierung des Vertriebs in etwa denselben Funktionsumfang. So verfügt beispielsweise jedes brauchbare CRM-Produkt über Funktionen für die Verwaltung von Pipelines, Aktivitäten, Verkaufschancen usw. Der große Vorteil von SugarCRM sind die Kosten—das gesamte Funktionspaket kann dank des Open-Source-Entwicklungsmodells zu einem unschlagbaren Preis angeboten werden. Und mit Sugar On-Demand bekommen Sie ein komplettes CRM-System ohne hohe Lizenzgebühren, neue Server und Kosten für die Verwaltung der Datenbank.

Da Open Source sowohl hinsichtlich der Anschaffungskosten als auch der Unterhaltungskosten deutlich günstiger ist, kann Ihr Vertriebsapparat die freien Ressourcen in anderen Bereichen einsetzen. Das heißt, Sie können in neue Mitarbeiter und die Kernaktivitäten des Vertriebs investieren—statt in teure Technik.

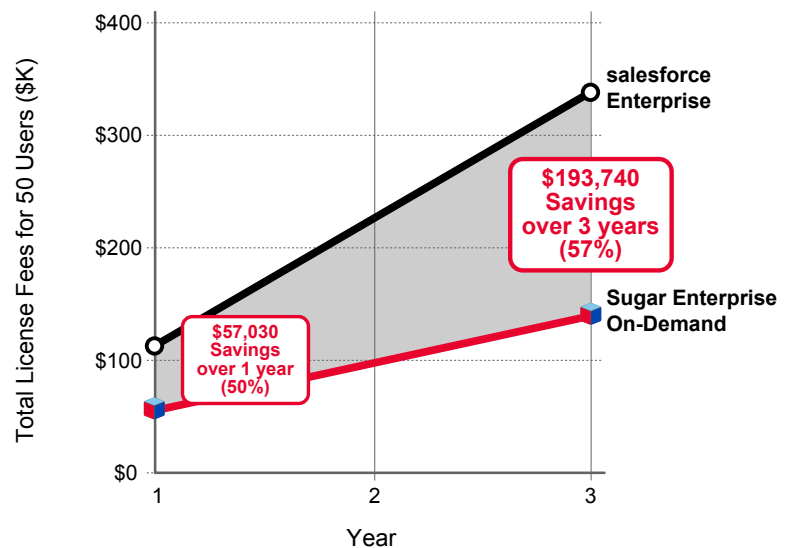


Abbildung 4.

Open-Source-Software ist unabhängig von der Art der Bereitstellung einfach kostengünstiger als proprietäre CRM-Software. Einige SaaS-Anbieter wie Salesforce.com werben mit niedrigen Kosten und geringem Risiko, sind aber eigentlich teurer als das gehostete Open-Source-Angebot von SugarCRM. Die folgende Tabelle zeigt, welche Kosteneinsparungen sich bei der Wahl von SugarCRM statt Salesforce.com im Lauf der Zeit erzielen lassen.

Bei einem der Kunden von SugarCRM, der Firma Athenahealth, hatte sich die Software bereits NEUN MONATE nach dem Umstieg von Salesforce.com auf SugarCRM amortisiert.

### Erfolgreiches Marketing

SugarCRM ist eine komplett ausgestattete CRM-Suite – nicht nur ein isoliertes Produkt für die Automatisierung von Vertriebsabläufen. Bestandteil des Produkts sind eng mit dem Modul für die Vertriebsautomatisierung verzahnte Werkzeuge zur Automatisierung von Marketing-Kampagnen und deren Verfolgung. Für Sie heißt das konkret, dass sich leitende Vertriebsangestellte mit einem Klick anzeigen lassen können, welche Kampagnen den größten Erfolg hatten. Der Nutzer seinerseits kann problemlos den Ursprung einer Kampagne für alle Leads in der Vertriebs-Pipeline abrufen. Mit SugarCRM nutzen Sie Ihr in Verkaufskampagnen gestecktes Geld wirklich effizient und schlagen den Bogen zwischen Vertrieb und Marketing.

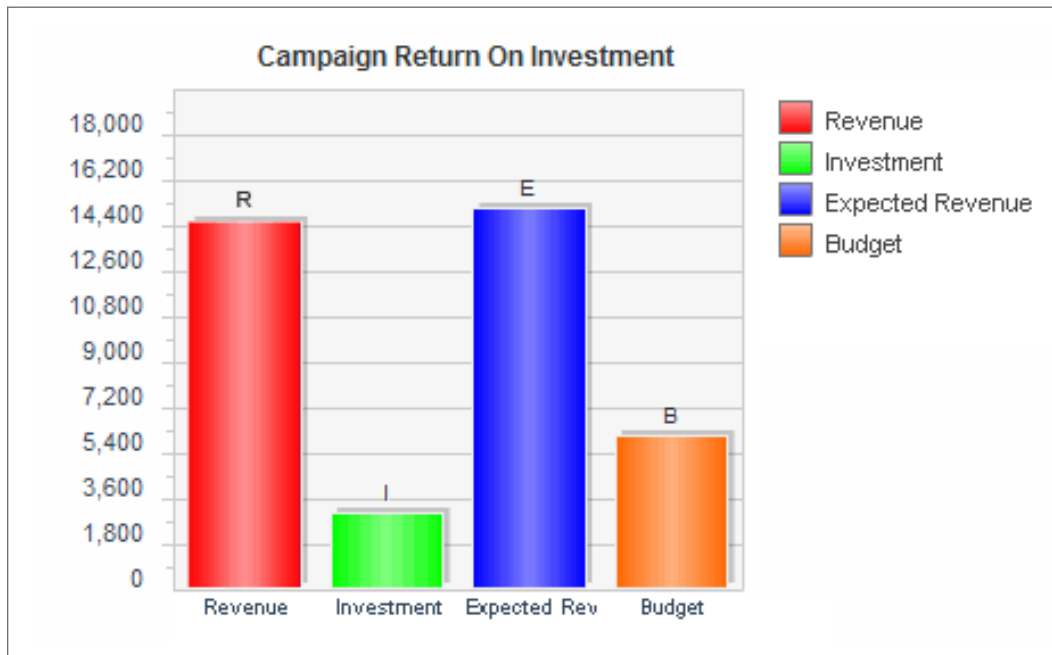


Abbildung 5. Mit SugarCRM können Sie Ihre Vertriebs- und Marketingaktivitäten eng miteinander verzahnen. Diese Dashboard-Ansicht zeigt, wie einfach sich Umsätze mit den zugehörigen Marketingkampagnen verknüpfen lassen.

---

*„Wir sind von salesforce.com auf SugarCRM umgestiegen, weil Sugar doppelt so viele Funktionen zum halben Preis bietet.“*

—General Manager of Sales, Sterling PCU

---

### Die richtige Mischung

SugarCRM bietet dank seines Open-Source-Modells die richtige Mischung aus Werkzeugen für die Vertriebsautomatisierung, flexiblen Deployment-Optionen und einer einfach anpassbaren Plattform. Und all dies erhalten Sie dank des Open-Source-Modells zu einem äußerst günstigen Preis. SugarCRM hat in jedem Fall das richtige CRM-Tool für Sie—unabhängig davon, ob Sie ein kleines Unternehmen mit entsprechend kleinem Vertrieb und nur geringem Automatisierungsbedarf oder eine große, über Ländergrenzen hinweg operierende Vertriebsorganisation sind.



## Exzellenz in Aktion: Moss & Hooper

### Die Aufgabe

Moss & Hooper ist auf dem Gebiet der Abwicklung des Vertriebs für andere Unternehmen eines der führenden Unternehmen Australiens. Verkaufen ist also deren Spezialität. Mit der Expansion des Unternehmens machte sich jedoch das Fehlen eines zentralen CRM-Systems für die Verfolgung sowie die Koordination der Aktivitäten von Vertriebs- und Marketingabteilung bemerkbar. Grundlage der starken Marktposition von Moss & Hooper sind die engen geschäftlichen Kontakte, die von den Vertriebsmitarbeitern im Verlauf ihrer beruflichen Laufbahn aufgebaut wurden. Die meisten dieser Kontaktdaten waren jedoch in Rotationskarteien oder „kleinen schwarzen Büchlein“ abgelegt. Diese bildeten die Grundlage für neue und bestehende Geschäftsbeziehungen. Dieses Silo-Modell verhinderte jedoch den gemeinsamen Zugriff auf dieselben Leads, Verkaufschancen und Kundenpläne durch die Mitarbeiter im Vertrieb von Moss & Hooper. Zudem wurde so erschwert, den eigenen Kunden die Erfolgsraten von Verkaufschancen sowie zu erwartende Umsatzzahlen präsentieren zu können. Daher begann Moss & Hooper, verschiedene CRM-Produkte auf ihre Eignung zu prüfen.

### Sugar macht den Unterschied

Moss & Hooper band die Wahl eines CRM-Systems an eine Vielzahl von Vorgaben. Gesucht wurde ein einfach zu bedienendes, kostengünstiges CRM-System, das kein umfangreiches IT-Fachwissen und -Personal voraussetzt. Ein weiteres Kriterium war die Flexibilität. Als ausgewiesene Fachleute auf dem Gebiet der Vertriebsorganisation hatte das Team von Moss & Hooper eine feste Vorstellung von erfolgreichen Vertriebsprozessen und -methoden. Das gewählte System musste sich daher den eigenen Prozessen unterordnen—und nicht umgekehrt.

Im Rahmen einer eingehenden Prüfung erwies sich SugarCRM als flexibelste und kostengünstigste Lösung für das Vertriebsteam von Moss & Hooper. Mit der Implementierung vor Ort beauftragte Moss & Hooper das Unternehmen Insightful Customer Relations, einem Premier Solutions Provider für SugarCRM. Insightful passte SugarCRM an die speziellen Vertriebsabläufe bei Moss & Hooper an.

### Das Ergebnis: Erfolg im Vertrieb

SugarCRM erwies sich als einfach zu bedienendes Produkt und überzeugte auch die größten Skeptiker bei Moss & Hooper. Den meisten Mitarbeitern gefielen die intuitive Auslegung und die kurze Ansprechzeit des webbasierten Produkts. „Es war beeindruckend, zu sehen, wie rasch das Team von Moss & Hooper das System akzeptierte“, erklärt Marc Englaro, Principal Consultant bei Insightful Customer Relations. „Die Mitarbeiter von Moss & Hooper sind ausgewiesene Vertriebsfachleute. Ein Produkt, das seinen Nutzwert nicht schnell unter Beweis stellt, wäre gnadenlos durchgefallen. Bei SugarCRM hat alles gepasst.“

Die Einbindung von SugarCRM in die Vertriebsprozesse bei Moss & Hooper optimierte zudem die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Vertriebsteams und dem Management. Die Vertriebsmitarbeiter hüten Ihre Leads und Kontaktdaten jetzt nicht mehr wie ihnen allein gehörende Schätze. Die gemeinsame Nutzung der Informationen durch die Mitarbeiter von Moss & Hooper schlug sich auch in höherer Kundenzufriedenheit nieder. Diese neue kooperative Atmosphäre ist jetzt bei den Vertriebsmeetings spürbar. Statt Diskussionen über Vertriebsprozesse steht dort jetzt die Lösung von Kundenproblemen im Mittelpunkt. Und dank der besseren Berichtserstellungsmöglichkeiten stieg die Gesamtzufriedenheit der Kunden: Das Unternehmen macht den Gewinn und Verlust von Aufträgen für seine Kunden jetzt transparenter. Aber der wichtigste Vorteil überhaupt: SugarCRM ermöglicht besseres Follow-up von Leads und damit mehr Auftragsabschlüsse.



## Exzellenz in Aktion: CBI Group, LLC

### Die Aufgabe

Die CBI Group ist eine Personalberatungs- und Outsourcing-Firma und darüber hinaus eine der am schnellsten wachsenden nicht börsennotierten Firmen im anglo-amerikanischen Raum. Darüber hinaus arbeiten bei der CBI Group circa 50 Prozent der Mitarbeiter außer Haus. Daher wurde eine webbasierte CRM-Lösung benötigt, die gleichzeitig flexibel und erweiterbar ist. So war ein Schwerpunkt beispielsweise die Integration zwischen Projektmanagement-Funktionen und dem Vertriebsautomatisierungssystem. Man war sich bewusst, dass ein herkömmliches Client-Server-Produkt diese Voraussetzungen nicht erfüllt. Ein gehostetes CRM-Produkt wäre hinsichtlich der Verzahnung mit wichtigen älteren Systemen ebenfalls Beschränkungen unterworfen gewesen.

Neben der geforderten Integration und dem universellen Zugang für das verteilt arbeitende Personal sollte das gewünschte System einfach bedienbar sein. Die Akzeptanz des Systems galt bei der CBI Group nämlich als entscheidender Faktor. Ferner wünschte die CBI Group umfassende Reporting-Funktionen, um die Fülle an vorhandenen Kunden-Pipeline-Daten besser nutzen zu können.

### Sugar macht den Unterschied

Das Open-Source-Modell machte SugarCRM für die CBI Group zu einer attraktiven Alternative. Im Gegensatz zu anderen proprietären CRM-Produkten ließ sich die Open-Source-Version der CRM-Suite von den IT-Leuten der CBI Group einfach für einen Probelauf herunterladen. Zudem war klar, dass sich die von CBI gewünschte Integration und Anpassung bei einem Open-Source-Modell deutlich kostengünstiger durchführen lassen würde.

Da SugarCRM statt von Programmieren mit geringer Vertriebserfahrung zum Teil von seinen Nutzern weiterentwickelt wird, erfüllte das Produkt die Vorgaben der CBI Group hinsichtlich der einfachen Bedienbarkeit und der damit verbundenen breiten Akzeptanz innerhalb des Unternehmens. „SugarCRM ist ein intuitiv bedienbares System. Es ist benutzerfreundlich, und alle kamen schnell damit zurecht“, erklärt Judi Dorazio, Practice Leader bei der CBI Group.

### Das Ergebnis: Optimierung des Vertriebs dank Sugar

Mit dem in das Projektmanagement integrierten CRM-System und dank der guten Akzeptanz durch die Nutzer erhöht die CBI Group die Transparenz ihrer Geschäftsprozesse. Vertriebs- und Projektdaten aus Sugar Professional bilden die Basis für strategische Entscheidungen. „Die SugarCRM-Funktionen für die Vertriebsautomatisierung haben bei uns Wunder bewirkt“, erklärt Judi Dorazio. „Sie vermitteln uns Echtzeit-Momentaufnahmen ins unsere täglichen Aktivitäten. In unseren Meetings stützen wir uns in mitunter komplett auf die von Sugar Professional generierten Dashboard- und Pipeline-Berichte.“

Die expandierende CBI Group plant jetzt eine Erweiterung von Sugar Professional in Anpassung an die sich ändernden Anforderungen. Mit SugarCRM hat die CBI Group eine Anwendung gefunden, die ihre Mitarbeiter bei ihrer Arbeit unterstützt, anstatt sie davon abzuhalten. „Alles in allem haben wir das perfekte Werkzeug gefunden. Seinen Einsatz werden wir in Zukunft noch ausbauen“, so Judi Dorazio.



**SugarCRM, Inc.** • 10050 North Wolfe Road • SW2-130 • Cupertino, CA 95014  
**www.sugarcrm.com** • T: +1.408.454.6900 • F: +1.408.873.2872

04-07-018. Copyright © 2007 SugarCRM, Inc. All rights reserved. SugarCRM and the SugarCRM logo are registered trademarks of SugarCRM Inc. in the United States, the European Union and other countries. All other trademarks are the properties of their respective companies.