

Deployment von CRM-Lösungen

Hürden auf der Zielgeraden

Wenn eine fertige Anwendung zum operativen Einsatz kommt, so spricht man von Deployment. Hunderte oder Tausende von Nutzern können dabei betroffen sein. Ist Deployment generell eine gern unterschätzte Herausforderung, so kann es bei CRM-Lösungen ansonsten gut vorbereitete Projekte noch auf der Zielgeraden aus der Bahn werfen. Insbesondere die im CRM-Kontext typischen dezentralen (Homeoffice) und mobilen Nutzer erfordern besondere Konzepte und Aktivitäten für ein erfolgreiches Deployment.

Phasenmodell zum Deployment

Deployment ist typischerweise der abschließende Bestandteil eines CRM-Gesamtprojektes (siehe Bilder 1 und 2) und bildet die Schnittstelle zwischen Projekt und Betrieb. Anforderungen an das Deployment müssen in allen Phasen des Projektes, vom ersten Prototypen bis zur produktiven (Rollout) Version, berücksichtigt werden. So werden die Grundlagen für ein erfolgreiches Deployment bereits zu Beginn der Softwa-

reentwicklung geschaffen und kommen in einem klar definierten Vorgehen für Releasezyklen zum Ausdruck.

Im Verlauf eines CRM-Projektes sind die Anforderungen aufgrund der breiten Spanne und der zu integrierenden Bestandssysteme (beispielsweise ERP, Auftragsabwicklung) – in Grenzen – variabel. Daher kann Deployment nur dann sinnvoll geplant werden, wenn die vorliegenden Projektphasen alle Anforderungen an das Deployment klar definieren.

Ausgangspunkt für Deployment kann nur eine erfolgreich abgeschlossene Pilotierung sein. Sinnvollerweise sind in die Pilotierung alle Benutzergruppen (zentrale Anwender, mobile Benutzer, Homeoffice-Anwender) mit einzubeziehen, um die hiermit gewonnen wertvollen Erfahrungen bei der Produktivnahme zu nutzen.

Angemessene Infrastruktur schaffen

In der Regel wird eine neue CRM-Anwendung in eine bestehende Infrastruktur eingebunden, welche für die bisherigen Anwendungen optimiert war. Die größte Herausforderung stellt in diesem Zusammenhang ein Deployment in einer meist historisch gewachsenen Infrastruktur dar, die ohne eine klare Bestandsaufnahme zu einem erheblichen Deployment-Risiko werden kann.

In die Bestandsaufnahme gehen neben technischen Randbedingungen wie Hardware, verfügbare Bandbreiten (WAN/LAN) und vorhandene Grundsoftware, auch organisatorische Aspekte wie Organisation des Supports und Erreichbarkeit der Anwender (dezentral oder mobil) mit ein.

Neben den zentralen Server-Komponenten eines CRM-Systems, liegt ein besonderer Schwerpunkt in der Betrachtung der supportintensiven mobilen Infrastruktur. Für Server-Komponenten stehen Maßnahmen zur Minimierung von Ausfallzeiten im Vordergrund, welche sich durch Clustering und entsprechende Netzwerkplanung optimieren lassen. Ein regelmäßiges Monitoring der Infrastruktur in der Anfangszeit des Deployments lässt mögliche Engpässe frühzeitig erkennen und dient als Basis für eine Performanceoptimierung.

Bei mobilen Komponenten stehen die Applikations-Performance und die störungsfreie Anbindung an die zentralen Server-Komponenten im Vordergrund. Da eine regelmäßige, zentrale Sicherung geschäftskritischer Daten auf mobilen PCs meist nicht in Form eines normalen Backups erfolgt, stellen Replikationsmechanismen, wie beispielsweise Lotus Notes sie bereit stellt, eine komfortable und performante Möglichkeit der Sicherung dieser Daten auf den zentralen Servern dar. Generell muss sich

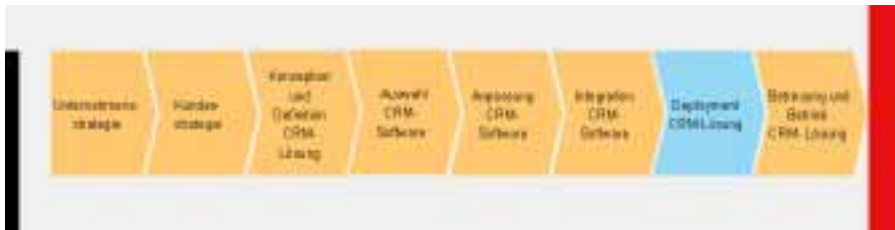


Bild 1: Deployment im Rahmen eines CRM-Gesamtprojektes.

die Anbindung mobiler Benutzer beispielsweise über WLAN, GPRS, UMTS in bereits existierende Konzepte und Verträge mit Providern einfügen.

Im Rahmen einer Ausfallstrategie sollte einem mobilen Benutzer, durch eine entsprechende logistische Konzeption, im Falle eines Totalverlust seines PCs, innerhalb kürzester Zeit wieder „sein“ mobiles CRM-System zur Verfügung gestellt werden können.

Die Erfahrung zeigt kurz nach der Produktivnahme eine starke Zunahme der im CRM-System abgelegten Daten. Daher ist für alle Komponenten eine ausreichende Skalierbarkeit zu berücksichtigen.

Installation und Einrichtung der Anwender

Anwender von CRM-Systemen haben normalerweise unterschiedlichste Anforderungen an den Umfang und die Darstellung der zur Verfügung gestellten Daten. Hinzu kommen Sicherheitsanforderungen, welche eine Aufspaltung des gesamten Datenbestandes in Teilmengen erfordert. Das Ergebnis ist meist ein detailliertes Zugriffs-, Rollen- und Datenverteilungskonzept (Bild 3).

Gerade mobile Anwender fordern aufgrund der bereits diskutierten Sicherheits/Sichtbarkeits-Anforderungen oft das Aufsetzen hunderter individueller Datenbanken mit Teildatenbeständen. Dies ist ohne den konsequenten Einsatz von Tools für die automatisierte Installation nicht sinnvoll möglich. Im Allgemeinen ist die Übernahme der Anwenderdaten für ein neues CRM-System aus einem Verzeichnis, das LDAP-fähig (Lightweight Directory Access Protocol) ist, möglich. Anwendungsspezifische Daten, wie beispielsweise die Zuordnung zu einer Vertriebsseinheiten werden in Übereinstimmung mit den Anforderungen ergänzt.

Sicherheitsaspekte sind für den mobilen Betrieb in besonderem Maße von Bedeutung, da ein Verlustrisiko des mobilen PCs eine ausreichende Verschlüsselung geschäftskritischer Daten erfordert.

Ein Trainingskonzept für die erfolgreiche Einführung eines neuen CRM-Systems muss sich an den Zielgruppen und deren oft unterschiedlichen Vorkenntnissen orientieren. Hierbei stellen neben den CRM-Anwendern auch tech-



Bild 2: Deploymentphase im Detail.

nische Betreuer (Support/Helpdesk/Administration) eine wesentliche Zielgruppe dar. Die Schulung dieser technischen Betreuer muss vor dem Deployment des ersten CRM-Anwenders abgeschlossen sein. Ebenso ist eine enge Verzahnung des Trainings mit der ersten Nutzung des CRM-Systems zwingend. Eine Übergabe des produktiven Systems im Rahmen des Trainings hat sich in der Praxis bestens bewährt, zumal die PCs mobiler Anwender dann im direkten Zugriff sind. Für zusätzliche

oder geänderte Funktionen, die in einer neuen Version bereitgestellt werden, ist ein elektronisches Training (CBT/Webcast) geeignet.

Betriebsaufnahme und Anfangssupport

Mit dem Übergang einer Anwendung in den produktiven Betrieb ist grundsätzlich ein erhöhtes Supportaufkommen zu erwarten (Bild 4). Die Anzahl von Supportanfragen wird entscheidend von der Qualität des oben beschriebenen Anwendertrainings mitbestimmt. Eine kurze „Hyper Care Phase“ ist jedoch immer zu erwarten und muss durch eine adäquaten temporären Verstärkung des Supports abgedeckt werden. Nur mit einem erreichbaren, schnell reagierenden und kompetenten Support nehmen die Nutzer Anfangshürden der neuen Lösung und akzeptieren diese. Eine entscheidende Hilfe für qualitativ

hochwertigen Support sind remote Zugriffsmöglichkeiten auf die PCs der Anwender. Für ortsgebundene Anwender eines CRM-Systems (wie etwa den Innendienst) bietet sich die temporäre Einbeziehung von „Powerusern“ und/oder externen Dienstleistern an, um Spitzen abzufedern und die Lernkurve zu verkürzen.

Unabhängig von der Qualität der gesamten Softwareentwicklung und des bisherigen Projektablaufs, kann eine Vernachlässigung des Supports in dieser

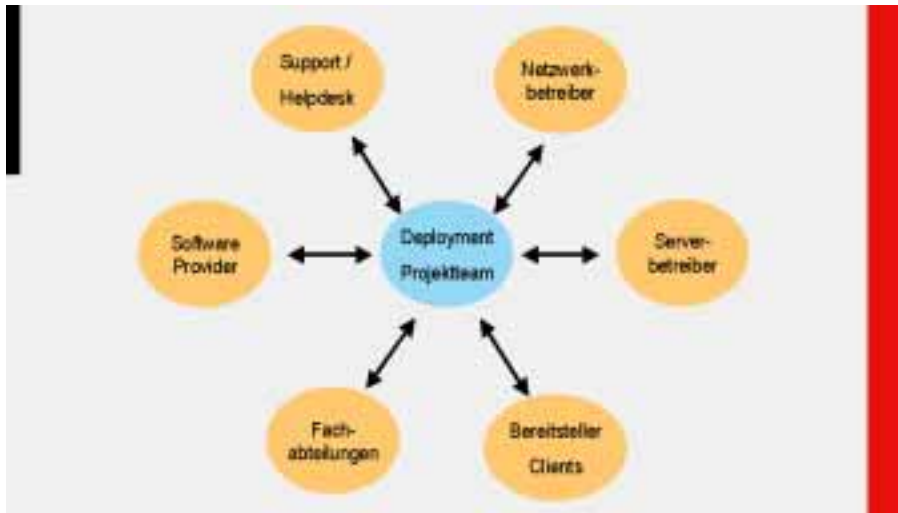


Bild 3: Deployment Prozessbeteiligte.

Phase, den erfolgreichen Übergang in den Regelbetrieb weit hinauszögern.

Kaum eine Anwendung ist heutzutage statisch. Mit neuen fachlichen Anforderungen entstehen neue Versionen die – je nach Änderungsumfang – jeweils auch ein kleines Deployment-Konzept erfordern. Um den Aufwand zu minimieren und die Betriebssicherheit des CRM-Systems zu gewährleisten, ist auch für diese neuen Versionen der im Projekt definierte Release-Zyklus einzuhalten. Die Verteilung der neuen oder geänderten Komponenten erfolgt entweder über die beim primären Deployment etablierte Mechanismen der Anwendungsplattform (zum Beispiel Lotus Notes) oder über eine entsprechende, erprobte Softwareverteilung. Auch mit

der Verteilung einer neuen Version ist der daraus entstehende Schulungs- und Supportaufwand immer mit zu berücksichtigen.

Fazit

Deployment ist ein ganz entscheidender Punkt, um CRM-Lösungen wirklich „auf die Straße zu bringen“. Oft liegt hier der Knackpunkt, um den geplanten Return on Investment auch in der Praxis einzufahren. Gerade bei CRM-Neueinführungen sollte man sich daher frühzeitig mit den vielfältigen Herausforderungen, die sich hinter dem Wort Deployment verbergen, auseinandersetzen.

*Michael Büning, michael.buening@team4.de
Dieter Albertz, dieter.albertz@team4.de*

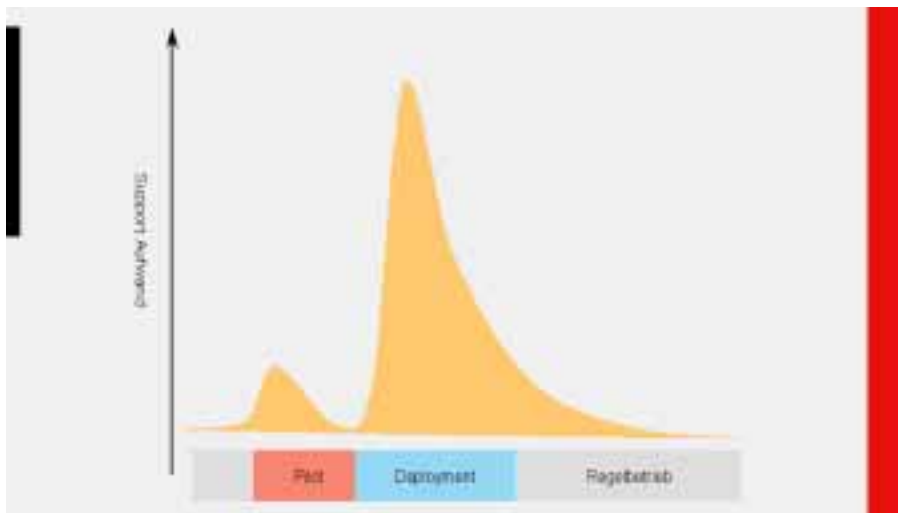


Bild 4: Diagramm zur Supportintensität entlang der Projektphasen.