

2. State of the Art

Ein Vertriebsinformationssystem per se ist keine neue Idee. Es existieren schon verschiedenartige Lösungen auf dem Markt, die mehr oder weniger den Vertriebsmitarbeiter unterstützen bzw. kontrollieren. In diesem Kapitel wird eine Beschreibung von vier Systemen verschiedener Ausprägung gegeben und das entwickelte System gegenüber diesen Systemen abgegrenzt.

2.1 Beschreibung

Das Ziel eines Vertriebsinformationssystems ist, den Mitarbeiter beim Prozeß des Verkaufens größtmöglich zu unterstützen und dem Management die Kontrolle über die Leistungen und Fortschritte von Projekten zu ermöglichen. Dies sind zwei gegenläufige Ziele. Das Management möchte am liebsten die Eingabe aller anfallenden Daten für die anschließende Auswertung und Kontrolle der Mitarbeiter. Der Vertriebsmitarbeiter ist im Gegensatz daran interessiert, nur die notwendigen Daten einzugeben und nicht durch das System und überflüssige Eingaben in seiner Art zu Verkaufen eingeschränkt zu werden. Der Verkaufsprozeß kann jedoch nicht unbeschränkt vereinheitlicht werden, da er eine nicht rationale Komponente, nämlich die Mensch-zu-Mensch Beziehung beinhaltet.

Bestehende Vertriebsinformationssysteme variieren in ihrer Unterstützung des Vertriebsmitarbeiters. Zum Einen existieren die Kontaktverwaltungssysteme, die den Vertriebsmitarbeiter nur bei der täglichen Büroarbeit unterstützen, ihm

jedoch keine Planungswerkzeug an die Hand geben und zum Anderen gibt es die Sales Force Automation Systeme, welche eine komplette Integration in alle, mit dem Verkauf verbundenen Abteilungen und eine große Planungs- und Kontrollfunktion bieten. Existierende Systeme liegen innerhalb dieser zwei Grenzen. Nachfolgend werden vier Systeme vorgestellt und abschließend mit dem in dieser Diplomarbeit entwickelten System verglichen und abgegrenzt. Zuerst wird ein reines Kontaktmanagementwerkzeug und zum Schluß ein vollintegriertes System vorgestellt.

2.2 ACT!

ACT! ist ein Kontaktmanagementwerkzeug welches von Symantec hergestellt wird. . Das System verfügt über eine zentrale Datenbank, in der alle Adressinformationen gespeichert werden. Die Grundeinheit eines Datensatzes bezieht sich auf eine Person. Zusätzlich können hier Aufgabenlisten verwaltet, Gesprächsnotizen erstellt, Briefe geschrieben und Termine verwaltet werden. Eine Einbindung in die normalen Büro- und Internetanwendung ist vorhanden. Das System übernimmt somit administrative Funktionen für den Vertriebsmitarbeiter, jedoch ist keinerlei Projektplanung oder -verfolgung integriert[19]. Das Management hat auch keinerlei direkten Nutzen aus den eingegebenen Daten in Form von Reports.

2.3 Archer Enterprise for ACT!

Das Produkt Archer Enterprise for ACT! basiert auf ACT!. Neben der kontaktbasierten Sichtweise wird eine accountbasierte Sichtweise eingeführt, da Vertriebsprojekte immer für einen Kunden (Account) durchgeführt werden[22]. Die Groupware-Aspekte von ACT! bleiben bei der Lösung vollständig erhalten. Weiterhin kommt Archer Enterprise mit einem Projektinformationssystem, welches die Planung, die Durchführung und Kontrolle von Vertriebsprojekten ermöglicht. Damit besitzt nun auch die zweite Benutzergruppe, das Management, die Möglichkeit aus den eingegebenen Informationen Reports und Forecasts zu generieren. Durch die Client-Server Architektur ist es nun auch mög-

lich, andere Abteilungen wie das Marketing oder das Accounting mit einzubeziehen[23]. Eine Anbindung an Produktdatenbanken oder direkt an existierende Accountingsoftware ist nicht vorhanden.

2.4 Sales Logix

Ein gänzlich unabhängige Lösung für ein Vertriebsinformationssystem bietet SalesLogix. Sie zielt auf die mittelständischen Unternehmen, welche mehr Unterstützung als ein Kontaktmanagementsystem wie ACT! benötigen, aber trotzdem noch keine unternehmensweite Lösung brauchen[15]. Es enthält wie die vorherige Lösung Kontaktmanagementwerkzeuge, Reporting, Projektplanung und -verfolgung sowie Einbindung in die verschiedenen Büroanwendungen inklusive eines grundlegenden Dokumentenmanagementsystems. Es können verschiedene Datenbanken verwendet werden[14]. Diese Lösung ist im Großen und Ganzen identisch zur vorherigen Lösung, jedoch baut sie auf kein existierendes Produkt auf.

2.5 Siebel

Die Firma Siebel Inc. bietet eine modular aufgebautes Sales Force Automation System an. Das Kernmodul ist das Salesmanagementmodul[18], welches Funktionalitäten wie Reporting, Charting, Projektplanung und -durchführung sowie Abrechnungsfunktionen bietet. Ergänzt wird dieses Modul durch ein Accountmanagementmodul, welches die unternehmensweite Verwaltung von Kunden und Kontakten erlaubt. Für den produktorientierten Vertrieb existiert weiterhin ein ProductConfigurator, welcher dem Vertriebsmitarbeiter bei der Zusammenstellung und Konfiguration eines Produkts hilft. Der ganze Prozess kann durch das QualityTool, einem Qualitätssicherungswerkzeug überwacht und festgelegt werden[17]. Der Zielmarkt sind hierbei die großen Unternehmen mit mehreren hundert bzw. tausend Vertriebsmitarbeitern. Die Integration in die bestehenden Produktdatenbanken und Accountingsoftware ist eng. Der Vorteil einer solchen Lösung ist das Spektrum der Anwendungsgebiete und die enge Integration in alle Abteilungen. Der daraus resultierende Nachteil ist jedoch die Komplexität

des Produkts, die Einschränkung der Arbeitsweise der Vertriebsmitarbeiter und die wahrscheinlich hohen Investitionskosten. Siebel ist bei Vertriebsinformationssystemen vergleichbar mit SAP im Finanzbuchhaltungsbereich.

2.6 Vergleich zu diesem System

Das hier entwickelte System hat den Vertriebsmitarbeiter im Mittelpunkt. Es leistet keine Kontaktmanagementaufgaben. Im Zentrum steht die Projektverwaltung und die Möglichkeit, daß viele verschiedene Personen mit diesem Werkzeug ein Projekt gemeinsam verwalten. Steht bei den traditionellen Lösungen die Kostenfrage und die Optimierung des Vertriebsprozeß im Vordergrund, wurde hier die Betonung auf die Hilfe für den Vertriebsmitarbeiter gelegt. Deshalb kann das hier zu entwickelnde System keine genaue Kostenkontrolle wie die Lösungen von Siebel, Archer Enterprise oder SalesLogix, liefern. Der Groupware-Aspekt steht hier im Vordergrund. Gleichzeitig soll aus den Daten, die gesammelt werden, noch genügend Information für das Management gewonnen werden. Die hier entwickelte Lösung ist eine Insellösung, aber sie wird jedoch in die bestehenden Systeme integriert werden. Ein limitierender Faktor für viele der hier vorgestellten Lösungen ist die Betriebssystemfrage. In dem hier entwickelten System wurde sie durch den Einsatz der Webtechnologie obsolet. Demnach ist sie für jeden erreichbar, der Zugang zum Internet bzw. zum firmeneigenen Intranet hat. Es ist also eine echte Business-to-Business Anwendung, die natürlich die Hauptkontrolle beim Vertrieb beläßt, jedoch die Einbindung von Partnern auf einfache Weise ermöglicht.

Die Vorteile gegenüber traditionellen Lösungen liegen demnach in der Verwendung vom World-Wide-Web als nächstes "Betriebssystem" und der Fokussierung auf den Vertriebsmitarbeiter. Eine quasi-freiwillige Nutzung des Systems ist die beste Grundlage für eine solide Datenbasis, auf der das Management seine Reports generieren kann. Es handelt sich hier auch um eine maßgeschneiderte Lösung, welche sich an den Bedürfnissen des Auftraggebers orientiert. Ein Nachteil kann die schwierige Erweiterbarkeit sein, welcher jedoch durch ein offenes Design vorgebeugt ist.