

WHITEPAPER:

How To: Wie Sie Ihr bewährtes SAP CRM vom eigenen Server in die Cloud verlagern

Warum sich die sofortige Migration in die Cloud lohnt





How To: Wie Sie Ihr bewährtes SAP CRM vom eigenen Server in die Cloud verlagern

Warum sich die sofortige Migration in die Cloud lohnt

Die Customer-Relationship-Management-Welt (CRM) von SAP befindet sich im Wandel. Das Walldorfer Unternehmen hat bereits angekündigt, mit seiner Business Suite (ECC) in die Cloud umzuziehen. Firmen, die ihr CRM-System bisher als On-premise-Lösung betrieben haben, stehen damit vor einigen Herausforderungen. Doch eine Migration in die Cloud bietet große Chancen, wenn sie gut vorbereitet und auf die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen des Unternehmens abgestimmt ist.

SAP CRM 7.0 ist das letzte On-premise-CRM von SAP, das Unternehmen kündigte das Support-Ende bereits an. Wollen Firmen darüber hinaus ein CRM von SAP nutzen, müssen sie rechtzeitig eine Migration in die Cloud-Lösungen des SAP-Customer-Experience-Portfolios (SAP CX) in Angriff nehmen.

„Rechtzeitig“ definiert sich in Relation zum angekündigten Support-Ende und der für die Migration tatsächlich benötigten Zeitspanne. Fest steht: Den Support für die On-premise-Lösung wird SAP endgültig am 31. Dezember 2027 einstellen. Schwer einschätzen lässt sich hingegen die Zeitspanne, die die Migration der Unternehmensdaten und -prozesse in Anspruch nehmen wird. Bei SAP schätzt

man die Dauer für die Umstellung von einem SAP-Produkt auf die Cloud-Lösung SAP C/4HANA auf zehn bis 18 Monate. Eine Studie des Beratungsunternehmens Gartner kommt jedoch zu dem Schluss, dass diese Schätzung deutlich zu optimistisch sein könnte. Nach Angaben mancher Betriebe, die den Migrationsprozess bereits angestoßen haben, nehmen einige wichtige Schritte einzeln bereits so viel Zeit in Anspruch, wie SAP für den gesamten Umstellungsprozess veranschlagt hat. Verantwortliche, die es vermeiden wollen, später unter Zeitdruck auf teure Brückenlösungen angewiesen zu sein, nehmen deshalb das Projekt „Umstieg auf SAP Customer Experience“ besser heute als morgen in Angriff.

Erschwerend kommt hinzu, dass in der Schätzung von SAP die Vorbereitungszeit nicht berücksichtigt wurde: Von ersten Vorstudien über die Wahl eines optimalen Szenarios zur Einführung und das Anlegen einer Roadmap bis hin zum eigentlichen Projektstart können bereits etliche Monate ins Land gehen. Viele Verantwortliche übersehen zudem einen sich anbahnenden Engpass: Der Umstieg von On-premise in die Cloud ist ohne externe SAP-Berater:innen für viele Unternehmen kaum zu stemmen. Und je näher der Termin rückt, zu dem die Umstellung unausweichlich wird, desto mehr könnten SAP-Berater:innen zu einer knappen und teuren Ressource werden.

Generell gilt außerdem: Entscheider, die weiterhin auf das CRM von SAP setzen, stehen nicht vor der Frage, ob, sondern nur wann sie mit dem Umstieg in die Cloud beginnen. Als einzige Alternative kommt eine On-premise-Lösung eines anderen Herstellers infrage, das wäre aber die kostspieligste und riskanteste Variante. Denn Daten aus einem gewachsenen System eines Herstellers in das eines anderen Produzenten zu migrieren, wird kaum weniger Zeit und Ressourcen in Anspruch nehmen als der Umstieg in die Cloud. Außerdem bleibt die Unternehmens-IT in der Vergangenheit gefangen.

Das Ende des SAP-CRM-Produktlebenszyklus ist aber nicht der einzige Grund, eine Umstellung auf die cloudbasierte SAP-Customer-Experience-Plattform zügig anzugehen. Für Unternehmen kann es ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein, ein einheitliches Kundenerlebnis über alle Interaktionen und Kanäle hinweg zu erreichen. Eine integrierte Variante wie die SAP-Customer-Experience-Lösung kann den Kunden dabei ein solches einheitliches Erlebnis bieten und stellt eine Weiterentwicklung ganz im Sinne des Marktes dar. Die cloudbasierte Plattform verarbeitet die Interaktionen kanalübergreifend. Jeder in der Firma verfügt damit über alle relevanten Informationen, um Kunden beim Erreichen ihrer Ziele zu unterstützen.

Welche Herausforderungen der Umstieg birgt

Die größte Stärke von SAP CX ist zugleich Gegenstand der größten Bedenken: der Betrieb in der Cloud statt im eigenen Rechenzentrum. On-premise-Lösungen versprechen unter anderem Kontrolle über den Quellcode und den Betrieb, eigenverantwortliche Upgrades und die freie Entscheidung, wo das System gehostet wird. Wer ein eigenes Rechenzentrum betreibt, kann Datenschutz ebenso wie Betriebssicherheit nach eigenem Ermessen skalieren. Bei einer Cloud-Lösung sind die Verantwortlichen darauf angewiesen, dass der Cloud-Dienstleister entsprechend den vertraglichen Vereinbarungen für diese Sicherheit sorgt.

Neben den Bedenken hinsichtlich des technischen Zugriffs sehen Entscheider als weitere Hürde die eingeschränkten Erweiterungskonzepte sowie neue Softwareparadigmen und Architekturkonzepte. Hinzu kommen Individualentwicklungen, die über die vergangenen Jahre mit viel Aufwand entstanden sind. Tatsächlich ist bei den meisten Firmen das CRM ein über die Zeit gewachsenes System und stellt heute ein Konglomerat aus Daten verschiedenster Quellen, Dokumenten und hinterlegten Prozessen dar. Deshalb spielt es eine wichtige Rolle, diese im Vorfeld erst einmal zu analysieren und zu sortieren, um eine Standortbestimmung vornehmen zu können.

Hinzu kommen Herausforderungen wie die Covid-19-Pandemie. Die daraus resultierenden Folgen wie der digitale Umgang und Omnichannel-Kontakt zu Kunden, der beispielsweise die klassische Besuchsplanung oder physische Angebots- und Vertragsdokumente mindestens teilweise obsolet macht, bis hin zu notwendigen Anpassungen der hausinternen Prozesse oder der Umzug der Mitarbeiter:innen ins Homeoffice sind nur einige Beispiele. Und dann gibt es da noch Umwelt- und Naturkatastrophen oder Kriegereignisse wie der Konflikt in der Ukraine. Das alles erfordert eine hohe Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der betrieblichen Organisationen und jeweiligen IT-Landschaft.



Warum die Zukunft in der Cloud liegt

Einige Vorurteile gegenüber Cloud-Lösungen haben heute keine Grundlage mehr oder heben sich gegen entsprechende Vorteile auf. Da wäre etwa der Aspekt der Betriebssicherheit. Ein eigenes Rechenzentrum kostet viel Geld. Doch die Absicherung ist essenziell, denn immer mehr Unternehmen werden Ziel von erfolgreichen Hackerangriffen, müssen den Forderungen nachkommen und einen erheblichen Datenverlust in Kauf nehmen. Bei einer Cloud-Lösung fließen diese Kosten nur anteilig in die Preiskalkulation des Anbieters ein. Auch die übrigen Betriebskosten für das eigene Rechenzentrum entfallen: Die bisherigen Serverräume können künftig anders genutzt werden, Energiekosten für Betrieb und Klimatisierung der Hardware entfallen ebenso wie die Beschaffungs- und Bevorratungskosten. Die Einsparung des Betriebs ist zudem auch eine Einsparung der unmittelbaren CO₂-Emissionen, was – je nach Firmengröße – sogar zu den regulatorischen Auflagen zählt.

Auch die Arbeit des IT-Teams vor Ort gestaltet sich entspannter, weil Systemaktualisierungen oder der Austausch defekter Serverhardware nicht mehr in

dessen Zuständigkeit fällt. Dank automatisierter Aktualisierungen in der Cloud befinden sich die im Unternehmen eingesetzten Systeme dennoch stets auf dem neusten Stand. Ein weiterer Vorteil der Cloud ist die schnelle Skalierbarkeit der verfügbaren Systeme – und zwar in beide Richtungen. Während die Anschaffungskosten für gekaufte Hardware und Lizenzen zu Buche schlagen, bis sie abgeschrieben sind, verursachen Cloud-Leistungen nur so lange Kosten, wie diese benötigt werden und vertraglich gebucht sind.

Und auch das von SAP initiierte „Customer Influence Program“ birgt einen unschätzbaren Vorteil: Von den Kunden angeregte Produktverbesserungen und Lösungen spezifischer Probleme fließen in die kurzen Release-Zyklen der Updates ein. Davon profitieren dann ebenso diejenigen Kunden, die zwar vor ähnlichen Herausforderungen stehen, aber noch keine Lösung dafür finden konnten.

Welche Vorteile die Cloud in der Praxis bietet

Es gibt bereits Kunden, die auf vielen Gebieten die Vorteile der SAP Customer Experience nutzen, so



zum Beispiel auch ein Tor- und Türenhersteller. In einer Auslandsgesellschaft plant das Unternehmen die Technikereinsätze direkt über die Service Cloud von SAP. Die organisatorische Herausforderung bestand darin, die unabhängig arbeitenden Niederlassungen auf die gleiche Software zu bringen und Prozesse zu vereinheitlichen. Das Resultat: Die Service Cloud von SAP kommt in diesem Teilmarkt zugleich als Ticketing-System und Field-Service-Lösung zum Einsatz. Der große Vorteil dabei: Techniker:innen können direkt zu den Tickets gebucht werden.

Auch in Deutschland wickeln Kunden diese Einsätze bald über die Service Cloud von SAP ab. Bislang nutzte die Firma ein On-premise-non-SAP-Produkt, das über Jahre für das Unternehmen spezifisch erweitert und individualisiert wurde. Das hat nun zur Folge, dass das Produkt in der Form nicht mehr gewartet wird und keine funktionalen Updates/Releases erhält, da bereits eine neue Version des Produkts seitens des Herstellers existiert. Doch der Prozess, diese Software komplett abzulösen, hat bereits begonnen. In Heimatmarkt entsteht ein neues Template, das auf eine Kombination aus der SAP-Service-Cloud und dem SAP-Field-Service-Management setzt – für das Dispatching, die mobile Technikerarbeit sowie die Anbindung von externen Dienstleistern über ein Partnerportal. Auch die bisherige Lösung der Auslandsgesellschaft wird sukzessive auf das neue Service-Template umgestellt.

Mit dem cloudbasierten Reklamationsmanagement von SAP Sales & Service hat der Bauelemente-Hersteller erstmalig eine zentrale Plattform geschaffen. „Wer mehrere Tausend Garagentore, Antriebe und Verladebrücken pro Jahr verkauft, der hat auch

Reklamationen. Das war uns bewusst“, so der verantwortliche Teamleiter des Customer-Experience-Teams. Der Unterschied: Jetzt hat die Firma die Zahlen und Fakten schwarz auf weiß und kann anhand der Daten das Potenzial für die Minimierung dieser Reklamationen ablesen und die Reklamationsprozesse effizient und kundenfreundlich gestalten. Dadurch verkürzt sich der Reklamationsprozess deutlich, Kunden bekommen kurzfristig eine Rückmeldung, da Anfragen zügiger bearbeitet werden.

Die zuvor auf Basis von Outlook und Excel aufwendigen und intransparenten Serviceprozesse sind beziehungsweise werden mit dem neuen Template durchgängig digital abgebildet. Das Unternehmen profitiert von einem zentralen Blick auf alle wichtigen Informationen in den Bereichen Reklamation und Kundenservice.

Was die SAP Customer Experience Unternehmen bietet

Unter dem Namen SAP Customer Experience vereint SAP mehrere Module, die unter einem Dach alle Anwendungen für kundenzentrierte Abteilungen im Unternehmen bieten:

- ▶ Commerce Cloud
- ▶ Sales Cloud
- ▶ (intelligente) Service Cloud
- ▶ Customer Data Cloud
- ▶ Marketing Cloud
- ▶ Emarsys Customer Engagement
- ▶ Configure Price and Quote Solution
- ▶ Qualtrics
- ▶ Customer Data Platform

Das Field-Service-Management und die Analytics Cloud gehören seitens des Herstellers SAP nicht offiziell in das CX-Portfolio, sind jedoch für den End-to-End-Prozess im CX wichtige Ergänzungen.

Das zentrale Merkmal der Cloud-Lösung ist die Verzahnung der genannten Bereiche miteinander sowie der damit einhergehende Informationsfluss. Wird etwa im Marketing eine neue Kampagne lanciert, erfährt automatisch auch das Vertriebs- und Serviceteam davon und kann Kunden gegenüber entsprechend auftreten. Die durchgängig verfügbaren Informationen ermöglichen es dem Vertriebsteam auch, zum Beispiel jederzeit einen Blick in die Kalkulation zu werfen, sich über die Verfügbarkeit von Waren auf dem Laufenden zu halten und die Kundenhistorie einzusehen. Mit diesen Informationen lassen sich im Verkaufsgespräch maßgeschneiderte Angebote erstellen.

Die **SAP Commerce Cloud** verknüpft alle Berührungspunkte mit Kunden und ermöglicht eine zielgerichtete, personalisierte Ansprache jedes einzelnen Klienten. Mithilfe frei anpassbarer Dashboards können die Mitarbeiter:innen ihre E-Commerce-Aktivitäten im Blick behalten und verwalten. Mit der Commerce Cloud können außerdem Produkte beworben, Bundles gebaut sowie Preise und Mengengruppen erstellt werden – von einfachen Artikeln und Ersatzteilen bis hin zu komplexen Produkten.

Die **SAP Sales Cloud** ist der Werkzeugkoffer Ihres Vertriebs. Der 360-Grad-Blick auf die wichtigen Informationen der relevanten Kunden ermöglicht die effiziente und zielgerichtete Verfolgung der Planvorgaben. Aktivitätensteuerung, Mitarbeiterkooperation über Microsoft Teams und die integrierte Lead-to-Cash-Übersicht von Verkaufsprozessen sind nur einige der wesentlichen Vorteile dieser Lösung. Darüber hinaus ergänzen zahlreiche Add-ons die Funktion der Sales Cloud, etwa das Intelligent-Sales-Add-on for SAP Sales Cloud.

Dieses Add-on ermöglicht eine Empfehlungsansicht für Kunden. Ebenso identifizieren vorgefertigte Echtzeitansichten auf Machine-Learning-Basis die Wachstumschancen und potenzielle Herausforderungen bei Kunden. Als weiteres wichtiges Add-on gilt das Dynamic-Visit-Planning-Add-on for SAP Sales Cloud. Mit diesem Hilfsprogramm können Besuchsplanungen dynamisch und ganzheitlich durch eine Front-Office-Planlösung realisiert werden, terminbasiert wie auch ad hoc.

Speziell Servicekräfte und Vertriebsteams im Außendienst profitieren von der **SAP Service Cloud**. Dem Außendienst stehen darüber alle wichtigen Kundeninformationen mobil zur Verfügung. Die SAP Service Cloud unterstützt auch Kundenkontakte über Social-Media-Kanäle. Zu den wichtigsten Add-ons zählt hier das Agent-Console-Add-on for SAP Service Cloud. Damit können Angestellte im Kundendienst mehrere Geschäftsprozesse und Kommunikationsvorgänge kundenübergreifend gleichzeitig bearbeiten und im Sinne eines Kontaktcenters schnell auf eingehende Anrufe reagieren.

Die **SAP Customer Cloud** bietet Kunden die Möglichkeit, persönliche Daten in Online- oder E-Commerce-Anwendungen zu verwalten und deren Nutzung im eigenen Sinne zu begrenzen. Sie können darüber etwa ihre Zustimmung zum Empfang von Newslettern oder Marketinginformationen erteilen oder entziehen. Im wichtigen B2B-Sektor kann über die sogenannte „Delegated Admin“-Funktionalität sogar die Ansprechpartnerpflege und Zugriffsverwaltung an die Klienten ausgelagert werden.





Die **SAP Marketing Cloud** ist eine branchenübergreifende Lösung, die es Marketing- und Vertriebs-teams ermöglicht, die Interessen der Kunden in Echtzeit zu analysieren und dynamisch individualisierte und relevante Käufererfahrungen über alle Kanäle hinweg zu liefern. Allerdings ist die Marketing Cloud nur noch für SAP-Bestandskunden nutzbar, Neukunden wird das Nachfolgeprodukt **Emarsys Customer Engagement** angeboten. Emarsys verfolgt beispielsweise die Interaktionen der Kunden in den unterschiedlichen Unternehmenskanälen und im Webshop. Anschließend gleicht die Lösung sie mit statistischen Modellen ab, was ihr dann ermöglicht, Vorhersagen darüber zu treffen, wie und wann die Kunden erreicht werden möchten und welche Inhalte sich dafür am besten eignen.

Die **Configure Price and Quote Solution** ermöglicht es dem Vertriebsteam, Kunden komplexe Produktkonfigurationen, optimierte Preise und Angebote zu offerieren. Dazu wird CPQ an die CRM/ERP-Plattform und/oder an die E-Commerce-Lösung angebunden – die unterstützten Prozessvarianten sind mannigfaltig.

Mit **Qualtrics** schließen Sie alle Lücken in der Customer Journey. Das Unternehmen wurde von SAP aufgekauft und ist seitdem fester Bestandteil einer

perfekten Customer Experience. Dazu sammelt Qualtrics Daten über die Kundenerfahrungen in allen Bereichen – vom Produkt bis zum Mitarbeiter. So entsteht ein klareres Verständnis der Kundenerfahrung, das bei geschäftskritischen Fragen in Bezug auf die Zielgruppen zum Einsatz kommen kann.

Auch die **SAP Customer Data Platform (CDP)** spielt bei der Customer Experience eine Rolle. Die Plattform befindet sich im Backend und fungiert als Hilfestellung für den Vertrieb und das Marketing. Die CDP nimmt dafür Daten aus vielen unterschiedlichen Quellen auf, auch aus den zuvor genannten SAP-CX-Systemen. Sie baut aus ihnen umfassende Kundenprofile, die wiederum die Basis für passgenaue, individuelle Maßnahmen bilden.

Die **SAP Analytics Cloud** ist eine gute Ergänzung zu den Bestandteilen der SAP CX. Die Analytics Cloud wertet die von anderen Clouds generierten Daten aus. Sie ist wichtig, um Rückschlüsse aus den Customer-Experience-Daten zu gewinnen: Wo lässt sich die Kundenerfahrung optimieren? Welche Inhalte und Designelemente führen zu Kaufabbrüchen oder tragen dazu bei, die Conversions zu optimieren? Die Auswertungen der Analytics Cloud liefern Antworten auf diese Fragen.

Wie ein TWIN den Umstieg auf SAP CX erleichtert und beschleunigt

SAP-Kunden müssen sich früher oder später mit der Migration ihrer CRM-Software in die Cloud beschäftigen. Dabei sollten sie die Unterstützung eines erfahrenen Partners in Anspruch nehmen. Dieser sollte die Herausforderungen aus anderen Kundenprojekten kennen sowie langjährige und dedizierte Kenntnisse und Erfahrungen sowohl in der CRM-On-premise- als auch in der CX-Welt besitzen. Für den organisierten Umstieg auf die SAP Customer Experience hat Axians als erster und bisher einziger Dienstleister eine völlig neue Methode entwickelt: (T)WIN Transform.

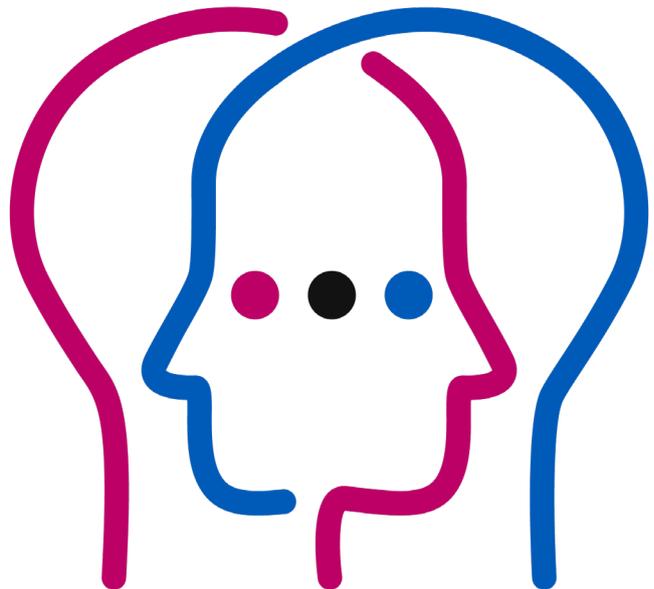
Bei (T)WIN Transform handelt es sich um ein Vorgehen, bei dem ein Zwilling der bereits bestehenden CRM-Lösung aufgesetzt wird, wodurch ein Parallelbetrieb synchron über die Integration Suite erfolgt. Bei dieser Methode unterscheidet man zwischen:

TWIN Transform: Hierbei handelt es sich um eine Migration von On-prem in Richtung Cloud, egal ob CRM oder Hybris Commerce.

WIN Transform: Dieser Ansatz kommt bei Greenfield-Szenarien zum Einsatz. Hierbei entscheidet man sich für den Weg der Neuimplementierung und startet sozusagen „auf der grünen Wiese“. Das System beziehungsweise die Systemlandschaft entsteht dabei grundlegend neu. Der Migrationsansatz dient dabei vor allem der Prozessvereinfachung und Standardisierung.

Seit der Einführung von SAP CX mit dem **TWIN-Transform-Ansatz** werden bestehende Prozesse bewertet und eventuell neu designet, um alte, kundenindividuelle Entwicklungen gegebenenfalls als obsolet zu erkennen. Somit müssen diese nicht nachgebaut werden. Nun kommen Innovationen zum Einsatz, die in der neuen Cloud-Welt existieren, bisher aber nicht in Betracht kamen. Notwendige Individualisierungen entstehen zielgerichtet auf Basis der SAP-BTP, um den CX-Kern „sauber“ zu halten. Dieses Schritt-für-Schritt-Vorgehen hat mehrere Vorteile:

- ✓ SAP CX bleibt weitestgehend im Standard, Release-Sicherheit im Cloud-Umfeld
- ✓ Vermeidung eines Big-Bang-Ansatzes durch Parallelbetrieb, alte Prozesse werden selektiv abgelöst und Landesgesellschaften sukzessive umgestellt
- ✓ BTP-Prozesserweiterungen als Microservices, Wiederverwendbarkeit in komplexen Systemlandschaften
- ✓ Behutsames Change-Management, Implementierung gemeinsam mit Keyusern oder Prozessverantwortlichen aus Marketing, Vertrieb und Service



5 TIPPS FÜR DEN UMSTIEG AUF SAP CUSTOMER EXPERIENCE

1 Nutzen Sie das Potenzial der SAP-BTP als Extension-Plattform

Bei der Business Technology Platform (BTP) von SAP handelt es sich um eine einheitliche und offene Daten- und Entwicklungsplattform für das gesamte SAP-Ökosystem (und darüber hinaus) in der Cloud. Erweiterungen (sowohl Add-ons als auch Microservices) lassen sich hier nicht nur für die CX-Lösungen, sondern auch für andere Systeme realisieren. Die Plattform bietet In-Memory-Verarbeitung, agile Services zur Datenintegration und Anwendungserweiterung sowie eingebettete Analysen und intelligente Technologien. Wie die Datenspeicherung genau funktioniert und wo die App läuft – darum kümmert sich SAP als Plattformbetreiber. Da SAP-BTP eine Entwicklungsplattform ist, eignet sie sich auch als Extension-Plattform. Sie fungiert als zentrale Plattform, auf der CX- oder auch S/4-Systeme erweitert werden können, ohne am Kern der eigentlichen Systeme arbeiten zu müssen. Das eröffnet diverse Vorteile und Möglichkeiten. Besonders hervorzuheben ist hier, dass die Entwicklung von Anwendungen schnell und kosteneffizient abläuft, da die in SAP-BTP entwickelten Anwendungen schnell übertragen werden können, ohne dabei die Release- und Upgradefähigkeit des Kernsystems zu gefährden. Außerdem besteht die Möglichkeit, komplexere Erweiterungen in Form einer Side-by-Side-Extension mit der SAP Extension Suite in der SAP-BTP zu entwickeln.

2 Die DSGVO bei jedem neuen Prozess bedenken

Berücksichtigen Sie bei Ihren Migrationsszenarien die Erfordernisse der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Mit der Umlagerung der Daten in die Cloud sind eine ganze Reihe von datenschutzrelevanten Aspekten verknüpft, darunter das Recht auf Auskunft und Berichtigung oder der Grundsatz, dass keine Datenverarbeitung ohne Zustimmung, berechtigtes Interesse oder Rechtsvorschrift erfolgen darf. Wer seine Datenverarbeitungsprozesse neu strukturiert, muss auf die DSGVO achten.

3 Datenmanagement: Was geht, was bleibt?

Wer das Projekt mit einer Sichtungs- und Analysephase beginnt, entdeckt dabei häufig Daten, die sich zwar aktiv im System befinden, in der Praxis aber überhaupt nicht genutzt werden. Archivieren Sie diese, falls es sich um aufbewahrungspflichtige Daten handelt. Reinen Ballast können Sie hingegen löschen, das reduziert die Kosten der Umstellung erheblich. Aufbewahrungspflichtige Informationen oder solche, deren Wert für Ihr Unternehmen nicht einwandfrei feststeht, können ausgelagert werden, sodass ein späterer Zugriff möglich bleibt. Prüfen Sie also genau, welche Daten migriert werden müssen, das reduziert die Komplexität Ihrer Datensätze. Was muss wirklich mit? Muss es dann in das CX, in ein Archiv oder in ein Dokumentenmanagementsystem?

4 Zukunftssichere Architektur

Der Wechsel in die zukunftssichere Cloud ist essenziell. Die Cloud passt sich automatisch aktuellen Sicherheitsstandards an, und durch neue Releases lassen sich Innovationen leicht implementieren. Außerdem verfügt die Cloud über ein modernes User Interface und ist skalierbar. Zukunftssicher macht die Cloud außerdem, dass Standardintegrationen in andere Satelliten wie CDC möglich sind. Aber auch wenn die Zukunft der Cloud gehört: Kein Unternehmen muss alle Daten und Prozesse aus dem Haus geben. Nehmen Sie sich Zeit, die künftige IT-Architektur gründlich zu planen. Die an dieser Stelle investierten Ressourcen amortisieren sich im späteren Betrieb oft in kürzester Zeit. Wichtig ist hierbei jedoch, dass das System möglichst integriert sein muss, damit es einen End-to-End-Prozess ganzheitlich abbilden kann.

5 Change Management

Wenn ein Umstieg in dieser Größenordnung bevorsteht, müssen alle an einem Strang ziehen. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen sich abgeholt und mitgenommen fühlen. Jeder muss wissen, welche Wichtigkeit die eigene Position hat und welche Arbeit verrichtet werden muss, um das Projekt voranzutreiben. Dabei darf das Unternehmen nicht aus den Augen verlieren, dass sich die Arbeitsweise der Anwender mit großer Sicherheit ändern wird.



Über Axians NEO Solutions & Technology GmbH

Die Axians NEO Solutions & Technology GmbH ist als SAP-Gold-Partner Pionier in den Bereichen SAP mobile Geschäftsprozesse, SAP CX, SAP Betrieb und SAP S/4HANA. Das Lösungsportfolio umfasst neben der auf der SAP Business Transformation Plattform basierenden NEO-Suite-Produktfamilie diverse SAP-Lösungen zur Optimierung der Prozessbereiche Finanzen, Logistik, Customer Experience, Customer Service sowie Instandhaltung. Axians steht seinen Kunden dabei in jeder Projektphase – von der Beratung und Lösungsentwicklung bis hin zum umfassenden Betrieb der eingesetzten Lösung – zur Verfügung. Die Axians NEO Solutions & Technology GmbH gehört zu Axians, der globalen Dachmarke für ICT-Lösungen als Teil des französischen Konzerns VINCI Energies.

Wir helfen Ihnen gern bei der Umstellung auf eine cloudbasierte CRM-Lösung von SAP. Schreiben Sie bitte eine E-Mail an:

Eugen Löwen
eugen.loewen@axians.de



Axians NEO Solutions & Technology GmbH · Plathnerstraße 5 · 30175 Hannover

Tel.: +49 511 123549-0 · E-Mail: info-neo@axians.de

<https://www.axians.de/standort/axians-neo-solutions-technology-gmbh-hannover/>