

PRODUCT EVALUATION

Info-Tech Advisor Premium - Evaluate



Informationen zu dieser Studienzusammenfassung:

In einer Produktbewertung wird die Marktposition eines Produktes und seiner Anbieter analysiert, indem seine Einsatzmöglichkeiten jeweils genau durchleuchtet werden.

Customer Relationship Management: Sage SalesLogix

Veröffentlicht am: 20.07.2007

Sage SalesLogix bleibt Marktführer bei der Automatisierung von Vertriebsprozessen. Ein neues Cockpit bietet weitere willkommene Verbesserungen zur Nachverfolgung und Überwachung der Vertriebspipeline und der Prozessleistung. Die geplante Integration mit den Sage ERP Produkten wird dazu führen, dass die Office Line Bestandskunden Sage SalesLogix zur ihrer ersten Wahl von Customer Relationship Management (CRM)-Lösungen machen.

Studien sind unsere Leidenschaft

Ergebnisse sind unser Antrieb

INFO~TECH
research group

Passionate About Research.

Driven By Results.

www.infotech.com

© 1998-2007 Info-Tech Research Group



Zusammenfassung für die Geschäftsleitung

Vor kurzem schloss die Info-Tech Research Group eine Vergleichsstudie der fünf marktführenden Customer Relationship Management (CRM)-Lösungen ab. Zu den untersuchten Produkten gehörte auch Sage SalesLogix. Die Studie untersuchte die jeweiligen Stärken und Schwächen der Produkte, um herauszufinden, inwieweit Sage SalesLogix für ein kleines Unternehmen geeignet ist, das eine.

CRM-Lösung einführen möchte. Diese Studienzusammenfassung zeigt einige entscheidende Punkte auf, z. B.:

- » Die Position von Sage SalesLogix im Spektrum der CRM-Angebote.
- » Eine Beschreibung der Sage SalesLogix CRM-Lösungen.
- » Die Stärken und Herausforderungen von Sage SalesLogix.

Sage SalesLogix ist eine anwendbare Möglichkeit für ERP-Bestandskunden von Sage Software und Sage CRM-Kunden, die auf ein skalierbares Produkt aufrüsten müssen sowie für Kunden, die neue CRM-Integrationen in Angriff nehmen. Neue Produktversionen haben die Produktfunktionalität weiter verbessert. Dennoch erwarten Sage Office Line (ERP) Kunden weiterreichende Standard-Integrationen.



Marktübersicht

Der Markt für CRM-Lösungen befand sich kurz vor dem Dot-com-Crash 2000/2001 auf seinem Höhepunkt. Der nachfolgende Rückgang der Enterprise Technology-Ausgaben und das Bewusstwerden von immer mehr gescheiterten CRM-Projekten führte zum Niedergang des CRM-Marktes und zwang viele Firmen zur Fusion und zur Übernahme vieler kleiner CRM-Anbieter durch größere Software-Unternehmen.

Jetzt wächst der Bedarf an herkömmlicher CRM-Software wieder. Dieser Trend basiert auf der starken Nachfrage mittelständischer Unternehmen und sowie auf einem beständigen Wirtschaftswachstum.

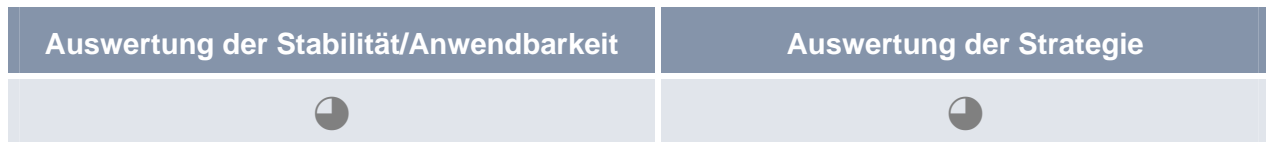
Die Trends aufkommender Märkte verändern die Bereitstellungsoptionen und Funktionsfähigkeiten der CRM-Software und beeinflussen die Bewertungskriterien für Anbieter sowie das Auswahlverfahren für CRM-Software. Zu diesen Trends gehören:

- » Das Aufkommen von Software-as-a-Service (kurz SaaS), einem Modell zur Bereitstellung von Software über das Internet, wie es von Salesforce.com erfolgreich praktiziert wird.
- » Die extreme Verkürzung herkömmlicher Software-Entwicklungszyklen aufgrund von Verbesserungen in der kollaborativen Entwicklung, für welche die Open Source Software (OSS) Bewegung den Weg bereitet hat.
- » Neue Modelle für eine schnelle Integration von Software-Dienstleistungen in die Firmenanwendungen, wie bei denen, die üblicherweise „Web 2.0“ genannt werden.



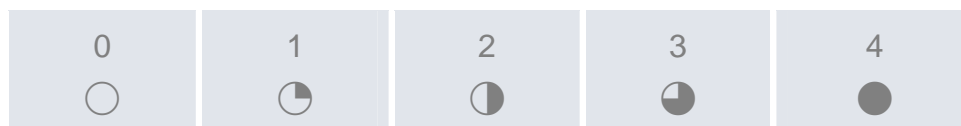
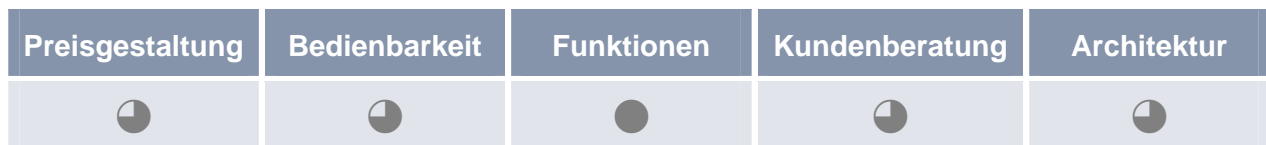
Anbieter-Index

Dieser Index bewertet die allgemeine Stabilität/Anwendbarkeit von Sage SalesLogix, die Möglichkeit zur Umsetzung der Firmenstrategie sowie seine Chancen, sich auf dem mittelständischen Markt erfolgreich durchsetzen zu können.



Produkt-Index

Dieser Index bewertet Sage SalesLogix nach wirtschaftlichen und technologischen Kriterien, um herauszufinden, ob die Lösung die Anforderungen mittelständischer Unternehmen erfüllt, indem die Produktmerkmale sowie die Positionierung begutachtet werden.

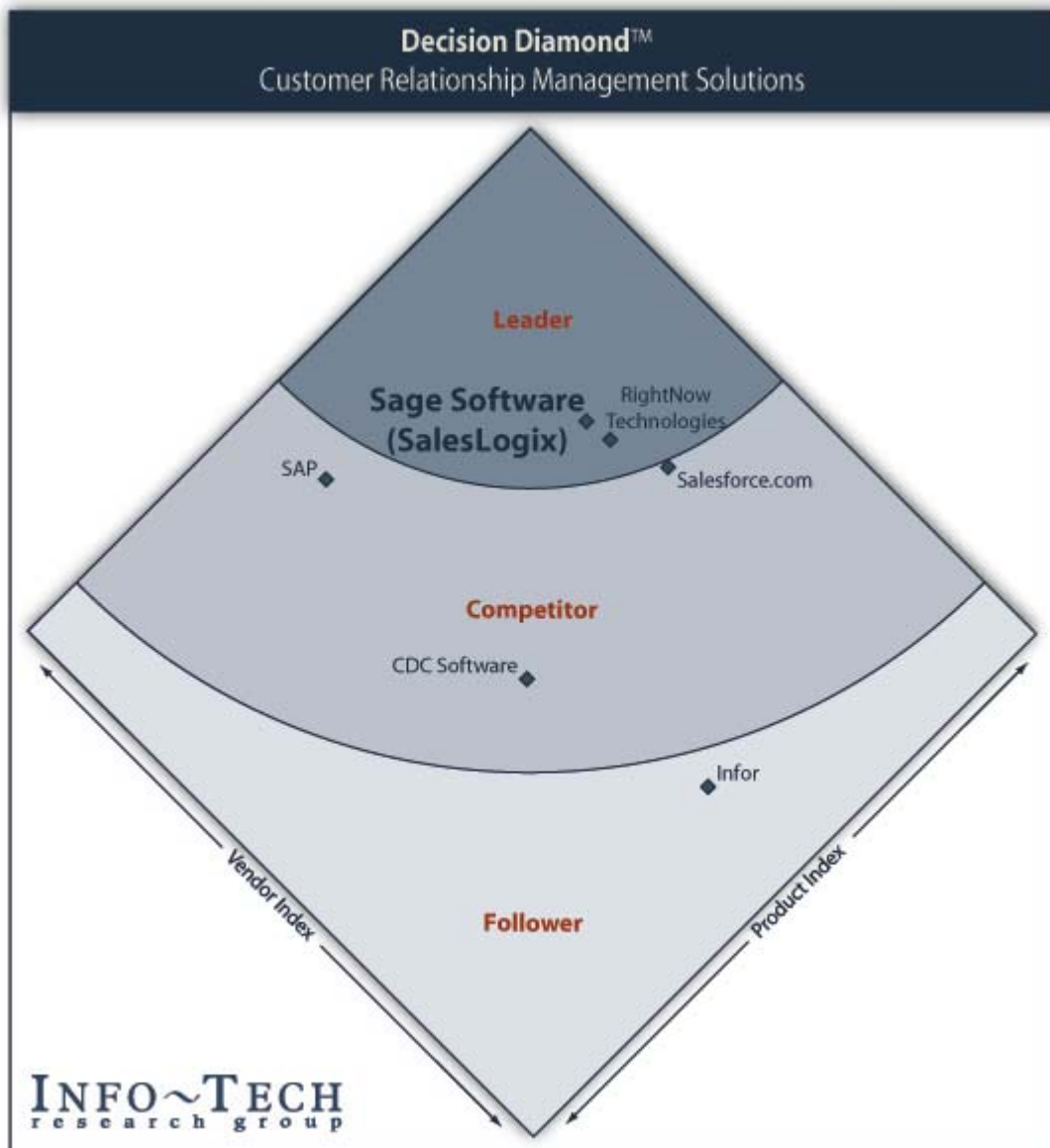


Diese Symbole repräsentieren eine relative Auswertung von 0 bis 4 mit 4 als höchste Auswertung.



Vergleich der Entscheidungen in Rautenform

In dem kürzlich abgeschlossenen ITA Premium Produktvergleich „Customer Relationship Management Solutions“ befindet sich Sage SalesLogix im Bereich der führenden Lösungen. Sage SalesLogix positionierte sich gut im Produkt-Index. Das Produkt ist eine besonders gute Vertriebsautomatisierungslösung für Mittelständler und hat seine Skalierbarkeit auch in einer exklusiveren Liga mitzuspielen bereits bewiesen.





Highlights des Produktes

Sage SalesLogix war einer der ersten CRM-Software-Anbieter, der seinen Fokus in den 90er Jahren auf die Vertriebsautomatisierung legte. Der Konkurrenzkampf mit Siebel Systems und der „Krieg“ der CRM-Pakete setzten dem Unternehmen sehr zu und schließlich wurde es von Sage Software aufgekauft. Dieses Unternehmen produziert Software für kleine bis mittelständische Unternehmen, z. B. das ERP-Produkt Office Line. Diese Firmenübernahme sicherte die Entwicklungsfähigkeit von SalesLogix, wie kontinuierliche Investitionen von Sage in das Produkt und seine Verbesserungen bewiesen haben.

Sage Software hat drei CRM-Hauptproduktgruppen:

- » SalesLogix
- » Sage CRM
- » ACT!

Sage hat alle drei Gruppen in einen Unternehmensbereich unter der Leitung eines einzigen Chefs positioniert und entwickelt rasant eine einheitliche Strategie für alle Produkte, ohne dabei die Investition in neue Produktversionen zu vernachlässigen. Diese Strategie stellt sicher, dass eine CRM-Lösung für den gesamten Markt, von kleinen bis mittelständischen Unternehmen, zur Verfügung steht, vom grundlegenden Kontaktmanagement (ACT!) und dem webbasierten CRM (Sage CRM) bis hin zur größeren firmenweiten Lösung Sage SalesLogix.

Sage SalesLogix brachte im Juni 2007 die Version 7.2 heraus. Das Produkt bietet tief greifende Vertriebsautomatisierungsfunktionen und eine angemessene Dienstleistungsautomation. Auch die Planung und Durchführung einfacher Marketingkampagnen werden unterstützt, ein fundiertes Marketingprozessmanagement ist jedoch nicht möglich. (Marketingprozessmanagement wird in dieser Auswertung nicht behandelt.)

Die größte Stärke von Sage SalesLogix ist die tief greifende Funktionalität für die Vertriebsautomatisierung, die wahrscheinlich das Ergebnis seiner Marktübernahme und dem damit verbundenen Know-how auf dem Gebiet des CRM-Vertriebsautomatisierungsprozesses ist. Das Produkt bietet auch die gesamte Breite mobiler und unverbundener Anwendungsoptionen, die für eine Vielzahl von Arbeitsprofilen von Endbenutzern geeignet ist.

Zwar ermöglicht die Dienstleistungsautomatisierung eine angemessene Ticket- und Anfrageverwaltung, aber Sage SalesLogix ist dennoch nicht die beste Call Center Anwendung für die Dienstleistungsverwaltung ihrer Klasse. Die grundlegenden Marketingfunktionen sind für die meisten kleinen Firmen ausreichend, aber größere Unternehmen werden wohl eher die Software in Betracht ziehen, die für die Erledigung von Marketingaufgaben in großem Umfang am besten geeignet ist.

Eine Integration zwischen Sage SalesLogix und der Sage Office Line kann zur Zeit mit dem „Dynamik“ Produkt erzielt werden. In Zukunft erwartet ITRG kompaktere CRM/ERP-Standardlösungen von Sage.



Weiterhin ist ITRG der Meinung, dass sich Sage auch auf den Aufbau und den Support von Konnektoren zwischen Sage SalesLogix und anderen ERP-Plattformen auf den mittelständischen Markt konzentrieren sollte, wie die von SAP und Oracle und nicht nur auf die ERP-Produktgruppe von Sage Software.

Stärken	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none">» Größere Unternehmen profitieren von der tief greifenden Funktionalität und dem Prozessverständnis der Vertriebsautomatisierung.» Skalierbare Architektur.» Vielfältige Anwendungen für Mobilgeräte, z. B. ein unverbundener Client (Sage SalesLogix Mobile).» Neues Produktpotential durch Firmenübernahmen.	<ul style="list-style-type: none">» Vielleicht zu kompliziert und teuer für viele kleinere Firmen.» Die Integration mit den wichtigsten ERP-Plattformen für den mittelständischen Markt ist nicht Teil der Standardlösung, was für größere Unternehmen eine Enttäuschung sein könnte. Sie kann jedoch von Drittanbietern bezogen werden.

Endergebnis

Sage SalesLogix verteidigt seine Stammposition als Marktführer in der Vertriebsautomatisierung. Ein neues Cockpit bietet weitere willkommene Verbesserungen zur Nachverfolgung und Überwachung der Vertriebspipeline und der Prozessleistung. Durch die Integration mit dem ERP-Produkte Office Line hat Sage SalesLogix die besten Chancen, zu einer sehr beliebten Customer Relationship Management (CRM) Lösung besonders für Office Line Bestandskunden zu werden.

Info-Tech führt IT-Studien durch und berät mehr als 21.000 IT-Fachleute weltweit. Unsere praktischen, umsetzbaren Studien sind so angelegt, dass sie Ihr Unternehmen deutlich und direkt beeinflussen.

Info-Techs Produkte und Dienstleistungen helfen unseren Kunden dabei, schneller und effektiver zu arbeiten. Unsere Studien verbessern den IT-Entscheidungsfindungsprozess, beschleunigen wichtige IT-Projekte und helfen unseren Kunden dabei, am Ball zu bleiben - wodurch sie sowohl auf persönlicher als auch auf geschäftlicher Ebene mehr Erfolge erzielen.

[Mehr über Info-Tech](#)