

OMR

REVIEWS

OMR.COM/REVIEWS



Briefing: CRM

Mai 2021

Editorial



Marktüberblick

Ein CRM-System unterstützt Mitarbeiter:innen in großen, mittelständischen und kleinen Unternehmen beim Customer Relationship Management (CRM). Dafür erfasst es alle relevanten Informationen zu Leads, Kund:innen sowie Unternehmen und sammelt sie übersichtlich an einem Ort. Zu den erfassten Kundendaten im CRM gehören unter anderem Stammdaten, Kontaktdaten, Touchpoints, die Kundenhistorie, Transaktionsdaten und weitere Informationen. Des Weiteren können CRM-Lösungen persönliche Präferenzen der Kund:innen und Leads speichern. Diese sind essentiell für die Analyse der Kundenbindung sowie zur Lead- und Bestandskundenpflege und können von Mitarbeiter:innen aus dem Vertrieb und Marketing genutzt werden.

Welche Funktionen ein CRM-System beinhaltet, hängt von den Anforderungen des Unternehmens ab, in dem die Software eingesetzt werden soll. CRM-Systeme können sowohl für B2C als auch B2B eingesetzt werden, es gibt cloudbasierte Software oder serverbasierte on-premise Tools sowie Best-of-Breed- oder Komplettlösungen. Häufige Anwendungsgebiete von CRM-Software sind das E-Mail Marketing, die Marketing Automation und das Account Management. Doch nicht nur die Eigenschaften, auch Kosten unterscheiden sich bei den CRM-Systemen stark.

Doch welches Tool eignet sich am besten für die jeweiligen Anforderungen? Wo liegen überhaupt Unterschiede? Was muss Euer Tool unbedingt können? Neben den sehr häufig verwendeten Tools wie Salesforce und Pipedrive gibt es auch sehr spezialisierte Lösungen und einige kleinere Anbieter auf dem Markt. Dieses Briefing soll Euch dabei helfen, den Überblick über die verschiedenen Tools zu behalten. Es zeigt die Lösungen, die von der OMR Community in der Praxis erprobt – also von Berufskollegen empfohlen – sind. Das Briefing ist die Basis für eine schnelle, aber nicht weniger solide Entscheidung für das passende Tool. Es ist sozusagen die Abkürzung auf dem langen Weg der Recherche.

Im „Briefing: CRM“ findet Ihr das „OMR Reviews Grid“, eine graphische Übersicht aller Tools, eine Hilfe bei der Toolauswahl, Auszüge aus ausgewählten Reviews und zwei Experteninterviews. Alles zusammen bietet einen guten Überblick über die CRM-Tool-Landschaft aus Sicht der OMR Community.

Und jetzt: Viel Spaß und Erfolg bei der Tool-Recherche!

Euer OMR Reviews Team
Bjoern, Jana, Katharina, Felix und Philipp

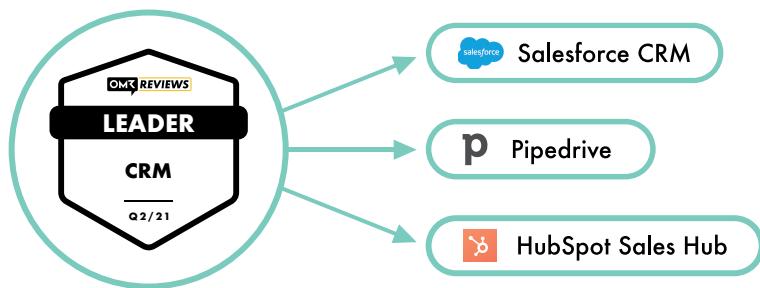
OMR Reviews Grid

CRM-Tools auf einen Blick



12 Tools haben sich in Q2 durch die gewichtete Menge der knapp 500 abgegebenen Reviews für das CRM-Grid im Mai 2021 qualifiziert. Unser Grid sortiert die Tools vertikal nach ihrer Relevanz und horizontal nach ihrem gewichteten durchschnittlichen Score. Für die Aufnahme werden mindestens 10 qualifizierte Reviews aus den letzten 12 Monaten und ein durchschnittlicher NPS von mindestens 6 vorausgesetzt.

Die in aller Regel guten bis sehr guten Bewertungen der im Briefing aufgeführten Tools zeigen, dass es derzeit für CRM-Tools eine gute Auswahlmöglichkeit aus sehr soliden Lösungen gibt. Die Analyse der Reviews ergibt nichtsdestotrotz eine Spitzengruppe, die "Marktführer".* Die Marktführer im Q2 2021 sind:



Der Markt für CRM-Tools ist in steter Veränderung – und das Grid stellt eine Momentaufnahme dar. Wenn das von Dir genutzte Tool noch nicht dabei ist, Du bessere oder auch schlechtere Erfahrungen mit einem der Tools gemacht hast und Du das Grid fürs nächste Mal mitgestalten möchtest...

...werde Teil der Community und gib eine Review ab >

* Relevanz: Anzahl der Reviews und öffentlich verfügbaren Informationen

* Score: NPS (hier: 6 – 10) der Reviews gewichtet nach Zeitpunkt der Abgabe, Qualität der Reviews und Quelle der Reviews

* Reviews, die bis zum 20.05.2021 abgegeben und verifiziert wurden, konnten berücksichtigt werden.

Toolauswahl

Beginnt die initiale Suche nach einem passenden System mit CRM Funktion, sieht man sich einer nahezu unüberschaubaren Vielfalt gegenüber. Bevor Du also damit startest und Dich in Produkt-Demos und Sales-Präsentationen verlierst, empfiehlt es sich, einen Schritt zurückzutreten und zu überlegen, **wie** Du das richtige Tool auswählst. Mit Hilfe von Björn Sjut, Gründer und CEO von Finc3, konnten wir drei grundlegende Fragen herauskristallisieren, die Du Dir unbedingt als Erstes stellen solltest, wenn Du mit der Tool-Recherche loslegst.

Frage 1: Bist Du im B2C- oder B2B-Umfeld unterwegs und bedarf es wirklich sehr persönlicher Kommunikation?

B2C: Hier sind die Grenzen zu Customer Service Systemen oder Marketing Automation Plattformen oft fließend. Prüf also genau, welche Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt werden müssen und ob Du wirklich ein externes CRM System benötigst. Die allumfassende Leitfrage, die Du hierfür beantworten solltest, lautet: „Mit **welchen Kundensegmenten** soll über **welche Kanäle** und durch **was** getriggert mit **welchem Ziel** kommuniziert werden?“ Je nach Antwort auf die Teilfragen ergeben sich etwas vereinfacht zwei Möglichkeiten:

- A. **Du kommunizierst automatisiert, nutzt vor allem digitale Push-Kanäle und betrachtest Kund:innen weniger einzeln, sondern immer als Teile von Segmenten? Dann dürfte ein Marketing Automation System, wie ActiveCampaign, Mailchimp oder Klaviyo, für Dich ausreichend sein!**
- B. **Du kommunizierst individuell mit Deinen Kund:innen und greifst auch mal zum Telefon? Dann bietet sich eine klassische CRM Lösung an und Du bist in unserem Briefing genau richtig!**

B2B: Hier benötigst Du ein CRM System, das Beziehungen von und zu Personen und Unternehmen im Datenmodell darstellen kann. Bei der Auswahl des Systems solltest Du Dir überlegen, ob Dein Schwerpunkt darin liegen soll (A.) den **persönlichen Vertrieb** oder (B.) die **automatisierte Kommunikation** mit Kund:innen zu optimieren. Für die Verbesserung des persönlichen Vertriebs sollte Dein CRM in erster Linie die Produktivität der Vertriebsarbeit steigern, was z.B. über E-Mail-Templates für das gesamte Team, E-Mail-Plugins oder eine mobile App inkl. automatisiertem Erfassen von Kundentelefonaten gelingt. Für die optimale automatisierte Kommunikation sollte Dein CRM System vor allem über gute „Event-APIs“ und/oder Tracking Javascripts verfügen, sodass Deine Nachrichten an den entscheidenden Stellen getriggert werden können. Unsere Empfehlungen:

- A. **Du möchtest den persönlichen Vertrieb optimieren? Dann steht Dir eigentlich die komplette Palette der hier gelisteten CRM Systeme bereit!**
- B. **Du möchtest die automatisierte Kommunikation verbessern? Dann könnte es auch hier sein, dass Du dies über ein Marketing Automation Tool abbilden kannst. Ansonsten bietet sich ein CRM System mit Workflow-Automatisierungen an! Bei OMR nutzen wir bspw. Pipedrive!**

Frage 2: Müssen andere Unternehmensprozesse oder Systeme angebunden werden?

Auch Du nutzt zum Zeitpunkt der Wahl bzw. des Wechsels Deines CRM Systems eventuell die ein oder andere Software im Unternehmen, die es im Anschluss mit dem CRM zu integrieren gilt. Ist dies nicht der Fall, hast Du die freie Wahl und kannst Dein CRM komplett autark wählen. Nutzt Du Systeme, die es anzudocken gilt, stellt sich die Frage, ob es sich (A.) um intern gehostete, sogenannte **„On-Premise-Systeme** oder (B.) um **Cloud-Dienste** handelt.

- A. **Du möchtest Dein CRM mit einer On-Premise Infrastruktur verknüpfen? Dann überleg genau, ob es vom gleichen Anbieter ein CRM gibt (z.B. ist das bei der Softwaredlandschaft von SAP der Fall), das Deine Anforderungen erfüllt. Ansonsten lassen sich über API-Schnittstellen auch die meisten anderen Systeme integrieren, aber Achtung: Dies ist in der Regel mit deutlich höheren Kosten und Aufwand verbunden.**
- B. **Du möchtest Cloud-Dienste mit Deinem CRM verbinden? Dann achte darauf, dass das System über einen eigenen Markt oder gute Integrationsmöglichkeiten verfügt! Prüf hier am besten auch die Schnittstellen zu iPaaS-Lösungen, wie Zapier oder Integromat. Gute Beispiele für Tools, die sich gut und einfach mit anderen Cloud-Lösungen integrieren lassen, sind Pipedrive oder Zoho CRM.**

Frage 3: Müssen granulare Zugriffsberechtigungen erteilt werden können?

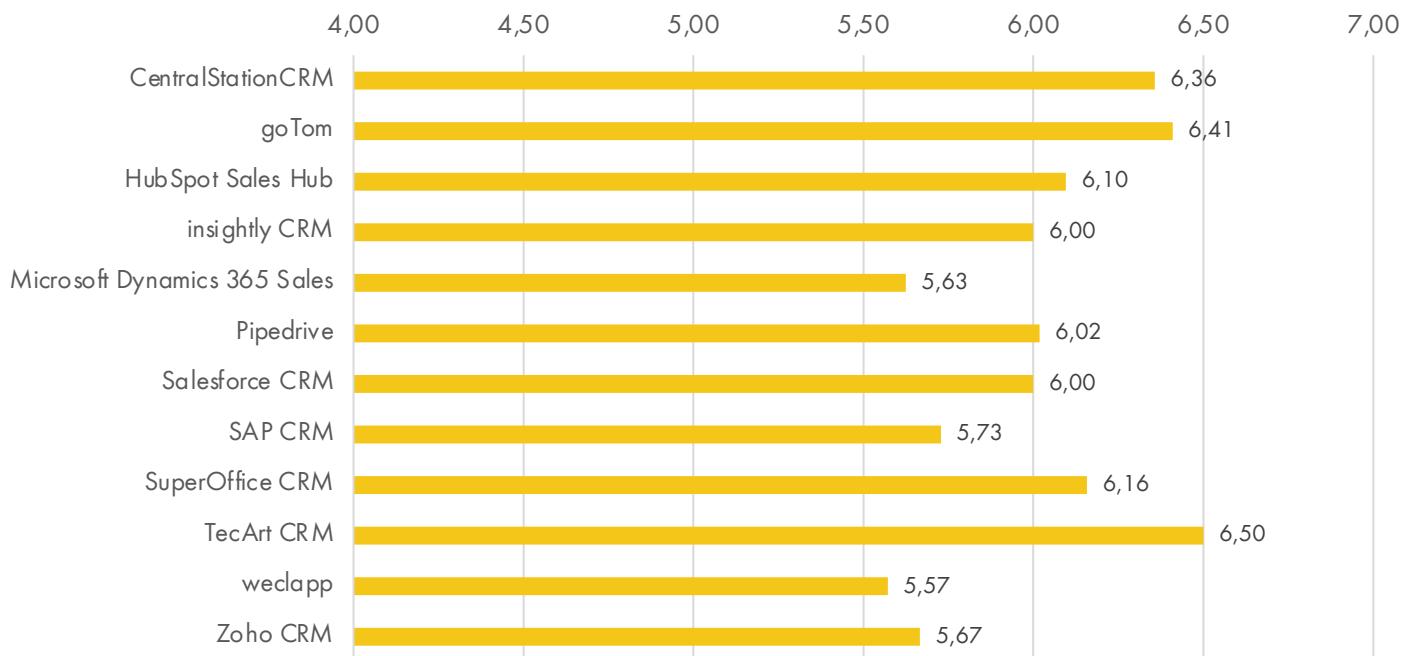
Gerade bei Unternehmen mit einer Vielzahl von Mitarbeitenden bedarf es oft unterschiedlicher und z.T. sehr granular abbildbarer Zugriffsberechtigungen, die nicht alle CRM Systeme in eben dieser Granularität abbilden können. Deswegen solltest Du Dir vor dem Auswahlprozess darüber klar werden, **wie Deine Anforderungen für Zugriffsberechtigungen aussehen** und dabei zeitgleich berücksichtigen, dass Granularität ganz unabhängig vom System auch immer Komplexität und administrativen Aufwand bedeuten.

- A. **Du musst keine granularen Berechtigungen abbilden? Dann reicht Dir vermutlich ein Tool, das bspw. nur zwischen „View und Edit Permissions“ unterscheiden kann und Du hast die Möglichkeit auch auf günstigere CRM Lösungen zurückgreifen zu können.**
- B. **Granulare Zugriffsberechtigungen sind Dir wichtig? Dann musst Du bei der Tool-Auswahl darauf achten, dass Du ein Tool wählst, bei dem sehr individuell gesteuert werden kann, wer was sehen und oder bearbeiten darf. Das sind in der Regel Tools, die eher im Enterprise Bereich unterwegs sind, also bspw. die CRM Systeme von Salesforce, SAP oder Microsoft.**

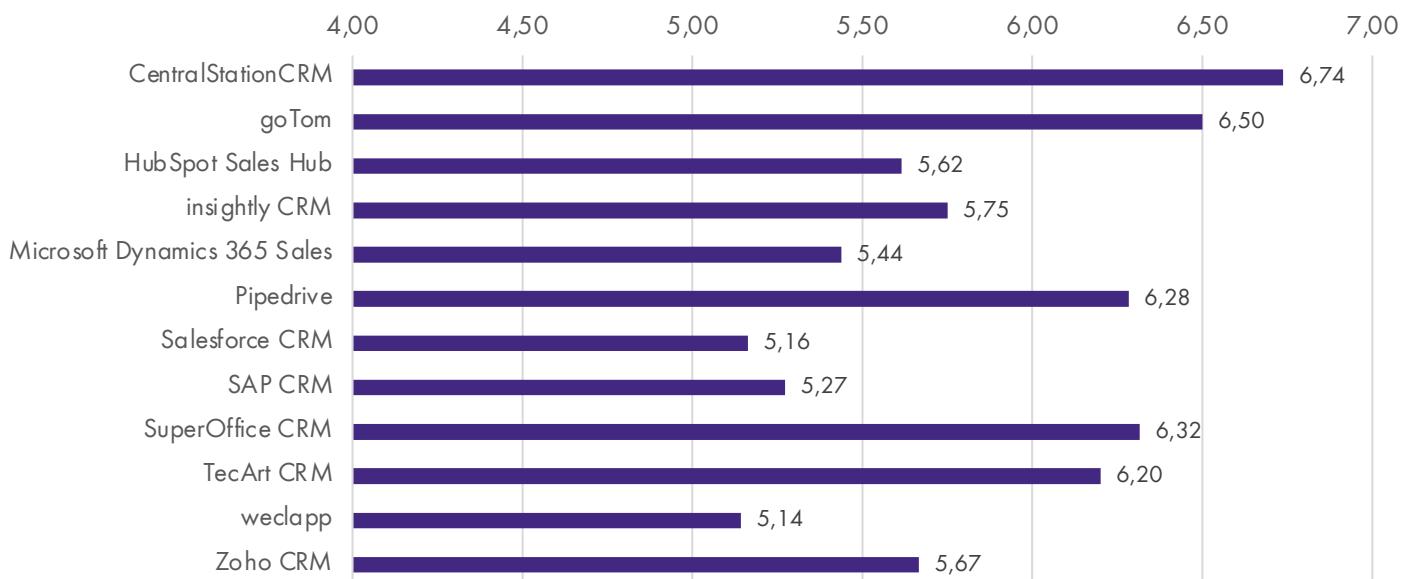
Toolbewertungen

Die Tools im Vergleich: Wir zeigen Euch, was unsere Reviewer im Detail über die Tools denken. Entwickelt sich das Tool in die richtige Richtung? Wie sieht es mit dem Kundensupport aus? Wie einfach war die Einrichtung des Tools und vor allem: erfüllt das Tool auch alle Anforderungen? Unsere Reviewer haben abgestimmt!

Erfüllt meine Anforderungen



Lässt sich einfach bedienen



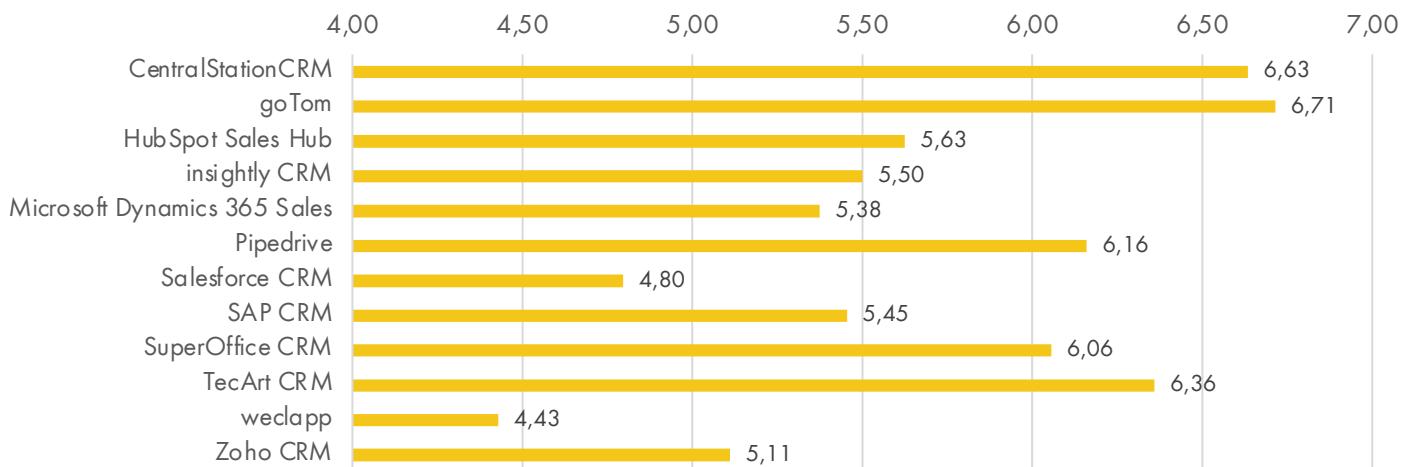
- Die Angaben aus den Balkendiagrammen beziehen sich auf die Bewertungen unserer Plattform, gewählt werden konnte jeweils von 1 bis 7, dabei war 7 die bestmögliche Antwort
- Zum Zweck der besseren Differenzierung und Sichtbarkeit sind nur die Score-Ranges von 4 - 7 dargestellt

Toolbewertungen

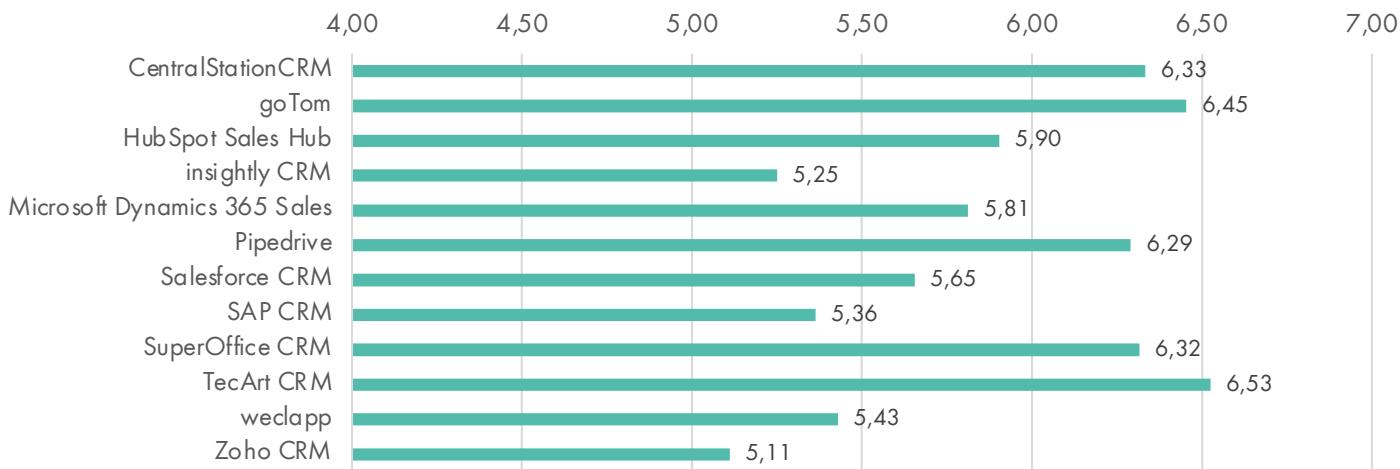
Ließ sich einfach einrichten



Hilfreicher Kundensupport



Entwickelt sich in die richtige Richtung



- Die Angaben aus den Balkendiagrammen beziehen sich auf die Bewertungen unserer Platform, gewählt werden konnte jeweils von 1 bis 7, dabei war 7 die bestmögliche Antwort
- Zum Zweck der besseren Differenzierung und Sichtbarkeit sind nur die Score-Ränge von 4 - 7 dargestellt

Tools im Vergleich

Mit dieser Tabelle versuchen wir Euch einen Überblick über die Anforderungen der jeweiligen Tools zu geben. Wir haben für Euch recherchiert, ob Ihr die Tools kostenlos testen könnt und ob es kostenlose Versionen gibt. Außerdem findet Ihr in der Tabelle z.B. Angaben zum Ursprungsland, einer mobilen App und offenen API Schnittstellen.

	Central-Station-CRM	goTom	HubSpot Sales Hub	insightly CRM	Microsoft Dynamics 365 Sales	Pipedrive	Salesforce CRM	SAP CRM	SuperOffice CRM	TecArt CRM	weclapp	Zoho CRM
Free Trial	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Free Version	✓	Keine Angabe	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Monatlicher Preis*	Ab 18€	Auf Anfrage	Ab 41€	Ab 29\$	Ab 54,80€	Ab 12,50€	Ab 25€	Auf Anfrage	Ab 57,50€	Ab 36,25€	Ab 15€	Ab 14€
Ursprungsland (Klicke für Datenschutz)	🇩🇪	➕	🇺🇸	🇺🇸	🇺🇸	🇱🇻	🇺🇸	🇩🇪	🇳🇴	🇩🇪	🇩🇪	🇮🇳
Mobile App	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Workflow-Automatisierung	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓
Automatisches Ergänzen von Unternehmensinformationen	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓
Email-Postfach-Integration	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Offene API Schnittstelle	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
App Store	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Sehr granulare Zugriffs-berechtigungen	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Besonders geeignet für	Kleinunternehmen	Kleinunternehmen, Mittelstand, Enterprise	Kleinunternehmen, Mittelstand, Enterprise	Kleinunternehmen	Mittelstand, Enterprise	Kleinunternehmen, Mittelstand	Mittelstand, Enterprise	Enterprise	Mittelstand, Enterprise	Kleinunternehmen	Kleinunternehmen	Kleinunternehmen, Mittelstand
Erarbeitung Administrations aufwand	●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●
Einarbeitung Lernaufwand für Endbenutzer	●●●	●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●

*Du überlegst gerade ein neues CRM (z.B. Salesforce, Hubspot etc.) einzuführen oder Deinen Vertrag zu verlängern und möchtest es bis zu 50% günstiger erhalten? Unser Partner Sastrify hilft Dir beim Benchmarking und den Verhandlungen. Hinterlege [hier](#) Deine Daten und die Kollegen melden sich in Kürze.



* Die Preise lassen sich nicht direkt miteinander vergleichen, da die Tools unterschiedliche Preismodelle anbieten (bspw. Basierend auf gespeicherten Leads oder nach Funktionen)

Reviewers Voices

Carolina Bräuninger | Echobot Media Technologies

SCORE 08/10 [FULL REVIEW >](#)



“**Salesforce** optimiert laufend das eigene System, um Marktführer zu bleiben. User können sich somit sicher sein, ein innovatives Werkzeug zur Hand zu haben, wo auch der Support entsprechend ausgereift ist, falls doch mal Unterstützung notwendig ist. Besonderes Plus ist die einfache Handhabung des Systems. Veränderungen auf der administrativen Ebene können ohne großen Aufwand durchgeführt werden.”

Maximilian Pfadenhauer | Cosmonauts & Kings

SCORE 09/10 [FULL REVIEW >](#)



“**Pipedrive** bietet eine sehr einfache & intuitive Benutzeroberfläche. Nach meiner Meinung gibt es keine bessere Lösung, die einen individualisierten Sales Funnel und die Deal besser darstellt. Insbesondere auch Organisationen mit keiner bzw. geringer CRM Erfahrungen kommen sehr schnell mit Pipedrive gut klar. Sehr gut ist außerdem die Möglichkeiten & Dokumentation der Pipedrive API. Insbesondere beim Aufbau einer Business Intelligence war das bei uns im Unternehmen sehr hilfreich.”

Markus Hagge | unaone i-m-c services

SCORE 08/10 [FULL REVIEW >](#)



“Das **Tecart-CRM** nutze ich täglich im Dauereinsatz. Es verwaltet meine Kunden- und Vertragsbeziehungen wie auch Interessenten. Über das Ticket-Modul wird der Support abgewickelt. So habe ich in einem Tool alles rund um meine Kunden und Interessenten vereint. Eine Übersichtliche, in sich logische Lösung, die sich schnell erschließt. Dazu nutzbare Module für eine Rund-Um-Betrachtung der Kundenbeziehung. Das ganze made und hosted in Deutschland.”

Christian Dietermann | dhs Dietermann & Heuser Solution

SCORE 10/10 [FULL REVIEW >](#)



“Wir benutzen **SuperOffice** als "Rund-um-Übersicht" für unsere Kontakte. Alle notwendigen Informationen für den Vertrieb, Marketing, kaufmännische Verwaltung und Support sind in SuperOffice verfügbar. Vertriebssteuerung, Marketingaktionen und Ticketverwaltung erledigen wir über ein System. SuperOffice ist sehr einfach bedienbar und hat daher eine hohe Akzeptanz bei unseren Mitarbeitern.”

Michael Tumbach | concord eillieferservice

SCORE 10/10 [FULL REVIEW >](#)



“Wir erstellen und dokumentieren mit **CentralStation** die gesamten Vertriebsaktivitäten unseres Unternehmens, haben dank der „Aufgaben“ alle Kunden und Zielkunden vor Augen und „verlieren“ dadurch keinen Kontakt mehr. Ich habe in meiner Laufbahn die ein oder andere Vertriebs-Software kennen gelernt, mit keiner kam ich so gut zurecht, wie mit CentralStation. Eine äußerst einfache Benutzerführung & die enorme Übersichtlichkeit lässt keinen Zielkunden mehr in Vergessenheit geraten.”

Werde Teil der Community und gib eine Review ab [>](#)

OMK REVIEWS

Expert Voices

Die Weisheit der Vielen ist eine gute Orientierung bei der Tool-Auswahl. Die Perspektive von Fachleuten ist aber nicht weniger wertvoll. Bjoern Sjut ist Founder und Managing Director der Agentur [Finc3](#) und beschäftigt sich tagtäglich mit CRM Tools und deren Implementierung. Hier verrät er Euch, wie Ihr das richtige Tool für Euch auswählen könnt und mit welchen Tools er selbst besonders gerne arbeitet.



Bjoern Sjut
Finc3

1 Wie wähle ich das richtige Tool für mich aus?

Die wichtigste Frage bei der Auswahl von CRM- und Marketing Automation Systemen ist: **Wer** (Team) soll mit **welchen Nutzer/Kundensegmenten** über **welche Kanäle** mit **welchen Zielen** interagieren/kommunizieren - und **wodurch wird das getriggert** und **wie müssen wir reporten**?

Wenn man diese Fragen beantwortet, etwa in einer Mindmap, dann zwingt man sich dazu, zunächst die Use Cases für das CRM System zu erarbeiten und kann danach sich unterschiedliche Software Lösungen anschauen und schlanke Prototypen bauen.

2 Welche Fähigkeiten, wie viel Zeit und wie viel Geld sollten die Nutzer mitbringen?

Wenn CRM-Projekte scheitern, dann liegt es meistens daran, dass zu viel Geld für Software und Lizenzen budgetiert wird - und zu wenig Geld für Leute, die damit dann tatsächlich arbeiten: Prozesse aufsetzen, Workflow-Automatisierungen bauen, Templates erstellen, Segmente definieren, A/B Tests aufsetzen, usw. Eine gute Faustregel: Für jeden Euro Lizenzkosten, den man ausgibt, sollte man für die ersten 18 Monate eines CRM Projekts 6 Euro für Menschen einplanen. Das können natürlich auch bisherige Gehaltskosten sein - aber man muss sich dann schon zwingen zu sagen, was diese Leute dann nicht mehr tun sollen.

3 Welche typischen Fehler gibt es beim Einsatz von Tools?

Häufig werden überkomplexe Tools für viel zu einfache Use Cases ausgewählt - aus dem oben beschriebenen Grund. Anstatt erst die Use Cases zu erarbeiten, wird am Anfang ein Tool ausgewählt, teuer implementiert - und dann verschickt man nach 50.000 EUR Implementierungskosten damit einen monatlichen Newsletter. Oder man hat eine dieser typischen Enterprise-CRM Ruinen, in die niemand Daten einträgt, weil es nur Zusatzarbeit macht und einem nichts abnimmt.

4 Was ist Dein Favoriten Tool und warum?

Mich faszinieren Tools, die es ermöglichen, in Marketing und Vertrieb viel produktiver zu werden - ohne, dass das Gefühl der "persönlichen" Kommunikation darunter zu sehr leidet. Hubspot Sales/Marketing Hub und die Kombination aus Pipedrive und Outfunnel sind zwei Systeme, die darauf einen sehr starken Fokus legen.

Expert Voices

Jana Pelchen ist Customer Engagement Manager bei Project A und steht den Portfolio Companies bei der Wahl eines CRM-Tools zur Seite. Darüber hinaus unterstützt sie auch bei der Aufsetzung, der initialen Einrichtung und beim Aussteuern von z.B. Kampagnen. Welche Fehler sie aus ihrem Arbeitsalltag kennt und welches ihr Lieblingstool ist, verrät Jana Euch im Interview.



Jana Pelchen

Project A

1

Wie wähle ich das richtige Tool für mich aus?

Grundsätzlich gibt es vier Bereiche, die wir bei einer CRM-Tool-Evaluation genauer betrachten. Meistens können diese sich mehr oder weniger von der Company Stage ableiten lassen, da die Anforderungen sich mit der Zeit auch ändern können (z.B. durch mehr Komplexität oder stärkere technische Kompetenzen im Team).

Sales/Vertrieb - Welche Sales Prozesse können damit automatisiert werden und sollen zentral abgelegt werden?

Marketing - Wie sieht die Integration zu Marketingmaßnahmen aus, bspw. E-Mailing?

Product & Tech - Welche Ressourcen haben wir intern für die Implementierung und welchen Tech Stack haben wir aktuell?

Data - Welche Analytics Möglichkeiten gibt es hier für Lead Scoring o.Ä.?

Zu Beginn tauschen wir uns mit den entsprechenden Stakeholdern aus, um ihre Anforderungen und den potentiellen Gebrauch sowie Einblicke zu erhalten. Dafür orientieren wir uns für jeden Bereich entsprechend an einem Fragenkatalog und gehen diesen durch, um uns ein Bild vom Status Quo oder der zukünftigen Ausrichtung zu verschaffen. Es ist zu beachten, dass dieser Teil der Tool Evaluation sehr wichtig ist und ein hohes Maß an Konzentration erfordert, da darauf aufbauend eine Tool Longlist erstellt wird.

Damit aus der Long eine Shortlist wird, fassen wir alle Anforderungen an das Tool in einer Tool Matrix zusammen und sortieren so aus.

Sobald wir die Vendor Shortlist haben, werden Demo Sessions mit den Tool Providern vereinbart - im besten Fall auch immer mit dem entsprechenden Stakeholder Counterpart auf Provider sowie Unternehmensseite (relevant für Prod/Tech und Data).

2

Welche Fähigkeiten, wie viel Zeit und wie viel Geld sollten die Nutzer mitbringen?

Das kommt ganz auf die obigen Faktoren an. Je nach entschiedener Lösung kann das hier unterschiedlich ausfallen. Wir würden immer dazu raten, Tools auszusuchen, die für Deinen eigenen Use Cases passen und bei denen Du erwarten kannst, dass die Kollegen damit zurecht kommen.

Ungefähr einen Monat solltest Du Dir aber schon Zeit nehmen, um Dir alle Tools genau anzuschauen und deren Product Features zu verstehen. Die Implementierung selbst kann sehr unterschiedlich ausfallen, je nach Stakeholdern oder bestehender Prozesse. (Alles von einem Monat bis einem Jahr ist möglich. Manchmal ist es leider auch der Fall, dass CRM Tools nie wirklich vollständig implementiert sind und so genutzt werden, wie das der Fall sein sollte.)

Expert Voices



Jana Pelchen

Project A

3

Welche typischen Fehler gibt es beim Einsatz von Tools?

Ein ganz klassisches Beispiel: Ein Sales-CRM-Tool wurde gekauft, aber nicht wirklich gut umgesetzt, weil die Expertise zur Implementierung nicht da ist und dementsprechend vielversprechende Features nicht aktiviert werden.

Das kann darin enden, dass die Anbindung zu anderen Tools fehlerhaft ist und Attribute nicht übergeben werden können. Das wiederum führt zu manuellem Aufwand, Frustration und Fehlern.

Das passiert wahrscheinlich gar nicht so selten, dass man sich mehr vornimmt, als dass man wirklich dann umsetzen kann und sich dafür auch die Ressourcen schafft.

4

Was ist Dein Favoriten Tool und warum?

Das ist abhängig von der Stage und dem Tech-Know-How von einem Unternehmen, aber zwei Tools sind für mich da aktuell sehr attraktiv:

Hubspot: Das Tool ist einfach und hat eine intuitive UX. Die Implementierung ist schnell gemacht und Workflows lassen sich auch sehr gut aufsetzen. Perfekt zum Beginn für jüngere Unternehmen und es bietet auch Skalierungsmöglichkeiten in Form von dem Erwerb zusätzlicher Hubs (Marketing, Service, ..) etc. an.

Salesforce: Früher oder später wechseln die meisten Startups zu Salesforce aufgrund der Flexibilität und den weitreichenden Möglichkeiten an Prozessen, die damit abbildbar sind. Selbst für frühphasige Ventures kann es u.U. sinnvoll sein, direkt mit Salesforce zu starten, um sich später sehr kosten- und zeitintensive Umsetzungen und Migrationen zu sparen. Diese können typischerweise sechsstellige Beträge kosten und 6-12 Monate dauern, clashen also immer mit anderen High-Priority Zielen zu der Zeit. Salesforce ist out of the box schon so gut, dass man ohne Probleme früh damit starten und die Funktionalität sukzessive aufbauen kann, sodass o.g. Problem nie entsteht. Lightweight Salesforce Implementierungen können schon mit 1-2 Wochen Arbeit besser funktionieren als andere Tools und von dort aus mit dem Unternehmen mitwachsen. Leider existieren sehr viele Mythen und schlechte Erfahrungen mit dem System, weswegen viele Gründer diese Option nicht in Betracht ziehen. Viele dieser Erfahrungen hängen jedoch mit einer Reihe vorangegangener Fehler zusammen, die in aufwendigen Mammutprojekten kulminieren. Das geht auch deutlich einfacher und schmerzfreier!

Methoden

Die Plattform

OMR Reviews ist eine digitale Plattform, auf der User Software-Tools in verschiedenen Kategorien bewerten können. Im Mai 2020 haben wir damit begonnen, für OMR Reviews Bewertungen anzufragen, seit September 2020 ist die Plattform live. Tools wurden initial von uns ausgewählt, später dann auch von den Nutzern vorgeschlagen. Alle Reviews und Reviewer werden anhand verschiedener Kriterien geprüft. So garantieren wir, dass ausschließlich werthaltige Reviews von echten Nutzern auf der Plattform erscheinen.

Datenbasis

Die in den Briefings dargestellten Daten basieren rein auf den Nutzerbewertungen, die zwischen dem 2. Mai 2020 und dem 20. Mai 2021 abgegeben wurden. Insgesamt wurden mehr als 6.000 Reviews abgegeben. Damit sich ein Tool für dieses Briefing qualifiziert, ist eine Mindestanzahl an Bewertungen erforderlich. Dabei werden nur Bewertungen berücksichtigt, die von uns verifiziert worden sind und die nicht älter als zwölf Monate sind. Die Briefing-Reihe wird fortgesetzt und im Halbjahres-Rhythmus aktualisiert.

Tools im Briefing:

CentralStationCRM

<https://omr.com/de/reviews/product/centralstationcrm>

goTom

<https://omr.com/de/reviews/product/gotom>

HubSpot Sales Hub

<https://omr.com/de/reviews/product/hubspot-sales-hub>

insightly CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/insightly-crm>

Microsoft Dynamics 365 Sales

<https://omr.com/de/reviews/product/microsoft-dynamics-365-sales>

Pipedrive

<https://omr.com/de/reviews/product/pipedrive>

Salesforce CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/salesforce-crm>

SAP CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/sap-crm>

SuperOffice CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/superoffice-crm>

TecArt CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/tecart-crm>

weclapp

<https://omr.com/de/reviews/product/weclapp>

Zoho CRM

<https://omr.com/de/reviews/product/zoho-crm>

Imprint & Autoren



Philipp Westermeyer
Gründer OMR

"Danke, dass Du Dir die Zeit genommen hast, dieses Briefing zu lesen. Hoffentlich liefert es etwas mehr Übersicht. Unser wichtigstes Ziel mit der gesamten "OMR Reviews"-Plattform ist es nämlich mehr Transparenz in den Software-Markt zu bringen und Entscheidern in Unternehmen dabei zu helfen, sich das richtige Tool auszusuchen. Maßgeblich dafür sind natürlich die Bewertungen und Texte auf der Plattform, aber wir werden in regelmäßigen Abständen diese kurzen Briefings veröffentlichen, um Erkenntnisse zu heben, die so auf der Plattform (noch) nicht sichtbar sind.

Wie immer freuen wir uns über Feedback, Anregungen und Kritik und natürlich über Eure Reviews!"

[Werde Teil der Community und gib eine Review ab!](#)

Ein Produkt von



Ramp106 GmbH
Lagerstraße 36
20357 Hamburg
omr.com

Das Autoren-Team



Philipp Westermeyer
Gründer OMR
philipp@omr.com
linkedin.com/in/philipp-westermeyer-omr



Bjoern Sjut
Founder & Managing Director Finc3
bjoern.sjut@finc3.de
linkedin.com/in/bsjut/



Jana Pelchen
Customer Engagement Manager
Project A Ventures
jana.pelchen@project-a.com
linkedin.com/in/jana-pelchen/



Katharina Iken
Content Management
katharina.iken@omr.com
linkedin.com/in/katharina-iken



Felix Rahlmeyer
Business Development
felix.rahlmeyer@omr.com
linkedin.com/in/felixrahlmeyer/