
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Michael Möhring · Barbara Keller
Rainer Schmidt

CRM in der Public Cloud

Praxisorientierte Grundlagen
und Entscheidungsunterstützung

 Springer Gabler

Michael Möhring
München, Deutschland

Rainer Schmidt
München, Deutschland

Barbara Keller
München, Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-19723-0

ISBN 978-3-658-19724-7 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-19724-7>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Grundlagen Customer-Relationship-Management (CRM)
- Grundlagen Cloud-Computing
- Welche Faktoren die Wahl von CRM in der Public Cloud beeinflussen
- Wie ein Public Cloud-CRM-System eingeführt werden kann, worauf dabei zu achten ist, und welche Systeme beispielhaft existieren

Vorwort

Liebe Leser,

wir freuen uns, dass Sie sich für unser Buch „Public Cloud CRM“ entschieden haben. Das nachfolgende Manuskript ermöglicht Ihnen den komprimierten und schnellen Einstieg in das Thema „*Customer-Relationship-Management in der Public Cloud*“.

Wir stellen immer wieder fest, dass sowohl in der Wissenschaft als auch in den europäischen Unternehmen große Fragen zur Nutzung von CRM in der Public Cloud bestehen. Unser Buch soll daher einen Beitrag zum besseren Verständnis der Nutzung von CRM in der Public Cloud leisten. Das Buch entstand basierend auf langjähriger Forschung und Erkenntnissen im Cloud-Computing und CRM. Hierbei soll insbesondere die europäische Sichtweise im Mittelpunkt stehen. Die referenzierte Literatur ermöglicht Ihnen eine tiefer gehende Recherche zu bestimmten Themen.

Wir möchten uns weiterhin bei allen Unterstützern dieses Buches und unserer Forschungsarbeiten bedanken. Ohne den Austausch mit Unternehmensvertretern und Kollegen wäre diese Publikation nicht möglich. Besonderer Dank gilt Frau Kristina Ebert und Herrn M. Sc. Christian Vogel. Weiterhin möchten wir uns bei Frau Mag. Imke Sander, Frau Dr. Elke Flatau sowie Frau Dr. Anna-Lena Herme-lingmeier vom Springer-Verlag & Lektorat für ihre Unterstützung bedanken.

München
im Juli 2017

Michael Möhring
Barbara Keller
Rainer Schmidt

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Customer-Relationship-Management	3
2.1	Grundlagen des Customer-Relationship-Management	3
2.2	Digitalisierung als Treiber der Transformation von CRM	5
2.3	Komponenten des Customer-Relationship-Management	8
3	Cloud-Computing	11
3.1	Allgemeines zum Cloud-Computing	11
3.2	Kostenaspekte	15
3.3	Rechtliche Aspekte	18
4	CRM in der Public Cloud	21
4.1	Allgemeines und Entscheidungskriterien für CRM in der Public Cloud	21
4.2	Anwendung der Einflussfaktoren in einer Nutzwertanalyse	26
4.3	Praxisorientierte Einblicke in die Umsetzungsmöglichkeiten der Entscheidungskriterien	33
4.4	Architektur von Public Cloud-basierten CRM-Systemen	34
5	Überblick über mögliche Lösungen am Markt	37
6	Einführung von Public Cloud-CRM- Systemen	39
7	Fazit und Ausblick	41
	Anhang	43
	Literatur	47