

# Partner für Notes-CRM und mehr: der CRM-Datamart

Um eine 360-Grad-Sicht auf Kunden zu realisieren, braucht es ein CRM-Datamart, der auch aus Kostensicht mittlerweile für den gehobenen Mittelstand interessant wird.

Michael Büning und Jens Meyer-Beeck

**DIE STÄRKE** von Notes-CRM-Lösungen liegt klar im kommunikativen und kooperativen Bereich. Geht es um ernstes analytisches CRM, so stellen weder Notes-Ansichten noch angeflanschte Excel-Reports die angemessene Antwort dar. Hier sind andere Werkzeuge gefragt und insbesondere eine andere Datenbasis. Ein CRM-Datamart, der auf einer relationalen Datenbank aufsetzt, ist hier das richtige. Vollständig implementiert wird der CRM-Datamart aber weit mehr als eine auswertungsorientierte Datensammlung – er wird zur Integrationsplattform aller Unternehmenssysteme, die kundennahe Daten generieren oder konsumieren.

Soll CRM die berühmte 360-Grad-Sicht auf den Kunden bieten, so stellt man schnell fest, dass allein die bestehenden Unternehmenssysteme bereits jede Menge kundennahe Informationen enthalten. So führen ERP-, Warenwirtschafts- oder Auftragssysteme umfassende Kunden- und Produktstammdaten ebenso wie Aufträge, Absätze und Umsätze. Das Buchhaltungssystem trägt offene Posten und Bonitätsdaten bei, ein getrenntes Service-system gegebenenfalls weitere Umsätze.

Meist bietet sich schon bei der Verbindung eines neuen CRM mit mehreren bestehenden Systemen der systematische Ansatz über einen Datamart an. So vermeidet er mehrere Punkt-zu-Punkt-Verbindungen zwischen den einzelnen Systemen, die über unterschiedliche Techniken und Werkzeuge ablaufen und im laufenden Betrieb später schwer zu koordinieren und zu kontrollieren sind.

## Heute nützlich, morgen essenziell

Weitergehende Argumentation für den Datamart-Ansatz liefert meist der Blick über den Horizont des aktuellen CRM-Projekts hinaus. Auch die besten und umfassendsten CRM-Produkte decken nicht alles ab, was wachsende Kundenorientierung auf der einen Seite und steigender Bedarf nach Kundenanalyse, Segmentierung und Betreuungsoptimierung fordern werden. Bei dem einen Unternehmen erwächst daraus vielleicht die Integration von Vertrieb und Supply Chain Management, beim anderen ein Kundenportal mit CRM-Verbindung. Hier mag es die Einbindung ins Qualitäts- und dort ins Projektmanagement sein. Ein sauber auf-

gesetzter CRM-Datamart öffnet dem Kundenbeziehungsmanagement all diese Zukunftsoptionen – ohne die sonst üblichen Integrationsbauchschmerzen bei jeder einzelnen Erweiterung.

## Relationale Datenbank als Basis

Basis des Datamart ist eine relationale Datenbank. Für die Aufnahme von kundennahen Daten sollte eine saubere, erweiterbare Datenstruktur in so genannter „Normalform“ entwickelt werden. Wie die Nabe in einem Rad bildet diese zentrale Datenstruktur den Mittelpunkt des Datamart. Die Anbindung der einzelnen Systeme (CRM, ERP usw.) an die zentrale Datenstruktur kann man sich dann wie die Speichen eines Rades vorstellen. In der englischen Übersetzung ergibt sich daraus „Hub and Spoke“, was sich als gängiger Begriff für diesen konzeptionellen Ansatz etabliert hat. Die Speichen sorgen für zwei wesentliche Funktionen: die Schnittstelle zum anzubindenden System und die Transformation der Daten hin zum zentralen Zielformat. Technisch übernehmen Integrationswerkzeuge diese beiden Funktionen.

## Analytisches CRM

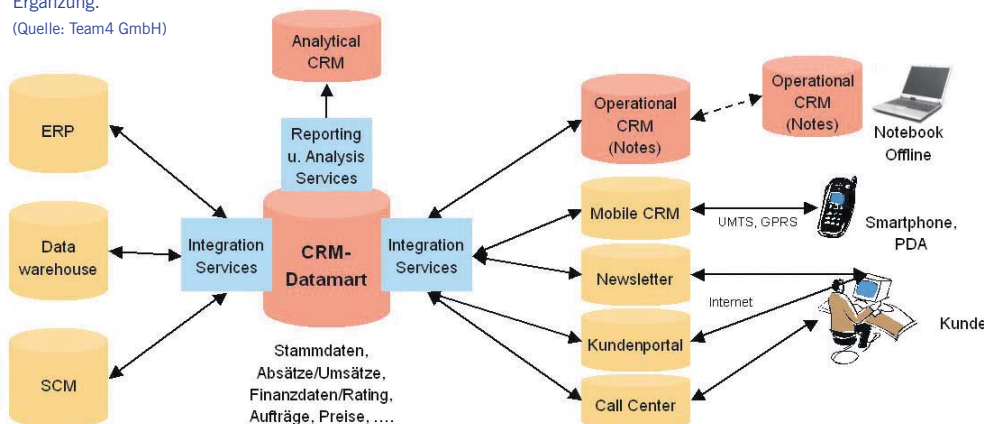
Der CRM-Datamart beendet den Flickenteppich mit einigen Kundendaten in diesem System und jenen in einem anderen. Ein gewachsener CRM-Datamart erlaubt Auswertungen über alle Aspekte rund um den Kunden – auch solche, die klassische betriebswirtschaftliche Daten mit vertrieblichen mischen. So können Deckungsbeiträge individueller Kunden auch nach Vertriebs- und Marketingkosten ermittelt werden. Fundierte Kundensegmentierungen sind möglich. Auch schwierige Fragen lassen sich angehen:

> Bei welchem Kundentyp lohnt eine Kampagne?

> Gibt es betriebswirtschaftliche Vorkommnisse, die besondere Aktionen erfordern?

Gegenüber der direkten Auswertung auf operativen Systemen bietet der Datamart weitere Vorteile. Er enthält auch historische Daten, die in operativen Systemen keinen Platz haben. Er kann Daten in Formen bereithalten, die für schnelle Auswertungen statt für viele Transak-

Gerade für Notes-CRM ist der CRM-Datamart eine wertvolle Ergänzung.  
(Quelle: Team4 GmbH)



## Schwerpunkt | HANDEL & EINKAUF

tionen optimal sind. Und schließlich nimmt der Datamart die Auswertungslast von den operativen Systemen – eine Last, die im Extremfall zum Zusammenbruch operativer Anwendungen führen kann.

### Erfolgsfaktor Datenqualität

Ein Datamart, der die aufgezeigten Vorteile bietet, fällt nicht vom Himmel. Er ist das Resultat sorgfältiger Analyse, Konzeption und Realisierung auf einer angemessenen technischen Plattform. Regelmäßig erweist sich die Datenqualität als kritischer Punkt, denn nach der technischen Übertragung, beispielsweise von Kundenstammdaten, aus einer gestandenen ERP-Lösung in den Datamart zeigen die vielfältigen Analysemöglichkeiten schnell leere oder falsch genutzte Felder ebenso wie Dubletten, Inkonsistenzen und fehlende Daten an. Hier ist oft aufwändige Nachpflege in den Quellsystemen unumgänglich. Sind die Daten strukturell und inhaltlich sauber, so ist eine gute betriebswirtschaftliche Datendokumentation essenziell, wenn Analysen zu korrekten Zahlen führen und später neue Systeme aus dem Datamart gespeist werden sollen.

### Herausforderung: Integration von Notes-Anwendungen

Während die marktführenden Datenbanken heute alle ein hohes und recht einheitliches Niveau erreicht haben, differiert die Qualität der Integrationswerkzeuge stark – sei es in der Bereitstellung von Schnittstellen oder bei den Transformationsfähigkeiten. Aber auch die große Bandbreite in Sachen Entwicklungsumgebung, Ablauflandschaft (mit Zeitsteuerung und Fehlerprotokollierung) und Performance machen die Wahl des Integrationswerkzeugs zu einem weiteren wichtigen Erfolgsfaktor für ein CRM-Datamart-Projekt.

Gerade wenn Lotus-Notes-Anwendungen eingebunden werden sollen,

dann trennt sich bei den Integrationswerkzeugen schnell die Spreu vom Weizen. Die meisten Werkzeuge sind auf relationale Datenbanken zugeschnitten. Wenn sie überhaupt Schnittstellen zu Notes-Datenbanken bieten, dann sind diese meist Anhängsel mit unbefriedigender Funktionalität und Performance. Es bleiben auf Notes spezialisierte Tools wie beispielsweise der IBM Lotus Enterprise Integrator for Domino oder Team4 Transfer. Während diese Werkzeuge sich wacker schlagen, wenn es um die Spezialitäten der Notes-Anbindung geht, bleiben sie bodenständig bei den Konfigurationsmöglichkeiten. Hier reichen Sie nicht an das Niveau aktueller Integrationstools wie Microsofts SQL Server 2005 Integration Services (SSIS), die unter der Entwicklungsumgebung Visual Studio eine „visuelle“ Konfiguration von Datenquellen, Transformationen, Funktionsmodulen, Verzweigungen usw. erlauben (siehe Screenshot). Umfassende Konfigurationsmöglichkeiten sind aber gerade bei Notes-Anwendungen erforderlich. Was im Datamart in normalisierter, relationaler Form abgelegt ist, muss oft für die dokumentorientierten Notes-Datenstrukturen massiv transformiert werden.

Typischerweise sollen die aus dem Datamart befüllten Notes-Datenbanken repliziert werden. Insbesondere gilt dies bei Notes-CRM-Lösungen mit mobilen Offline-Anwendern. Hier muss eine Integration die minimal erforderlichen Datenveränderungen herausarbeiten, um das Änderungsvolumen und damit die Replikationszeiten klein zu halten. Dies lässt sich beispielsweise durch Snapshot-Vergleiche realisieren, eine Technik, die umfassende Datenmanipulationsschritte im Datamart erfordert. Auch hier kann eine moderne Entwicklungsumgebung glänzen, die es erlaubt, beispielsweise ganze Snapshot-Vergleiche in wiederverwendbare Module für die visuelle Konfiguration zu kapseln. Vor diesem Hintergrund hat die Team4 GmbH als erfahrener Implementierer von CRM-Datamarts eine Notes-Schnittstelle für SSIS entwickelt. Mit dem ausgereiften Integrationstool Team4 Transfer bedient Team4 weiterhin Unternehmen, die auf DB2 oder Oracle statt auf SQL Server setzen.

### CRM-DATAMART

**Konzept:** Der CRM-Datamart ist die verbindliche Zentralstelle für alle kundennahen Daten. Integrationsschnittstellen verbinden den Datamart mit allen Systemen, die Kundendaten erzeugen oder benötigen. Zusammen mit Auswertungswerkzeugen erlaubt der CRM-Datamart die Analyse aller Aspekte der Kundenbeziehungen.

#### Nutzen:

- > Solide Kopplung von Notes-CRM mit bestehenden Systemen
- > Skalierbar und flexibel, was die Einbindung weiterer Systeme mit Kundendaten betrifft
- > Ein Ort für alle Kundendaten statt „ein wenig hier, ein wenig dort“
- > Valide Datenbasis für Auswertungen aller Art
- > Nimmt erhebliche Belastung durch Analyse von operativen Systemen

#### Typische Inhalte eines CRM-Datamart

##### Stammdaten:

- > Kundenfirmen, Interessentenfirmen, Kontaktpersonen, Produkte, Preise
- ##### Interne Strukturen:

- > Personen, Regionen, Branchen, Key Accounts

##### Bewegungsdaten:

- > Absätze, Umsätze, Auftragseingänge, Opportunities, Planungsdaten, Vertriebskosten

### Auch für den Mittelstand erschwinglich

Der Datamart-Ansatz war bis vor wenigen Jahren allein schon wegen der exorbitant teuren Integrations- und Auswertungssoftware Großunternehmen vorbehalten. Kostengünstige und einfacher zu installierende Kombipakete aus Datenbank, Integrationstools und Auswertung, beispielsweise Microsofts SQL Server 2005, machen die dargestellten Konzepte auch für den gehobenen Mittelstand absolut sinnvoll, praktikabel und bezahlbar. Bei großen Unternehmen ist der CRM-Datamart mittlerweile als Ergänzung zum umfassenden Datawarehouse wie beispielsweise einem SAP BW zu sehen. Grund ist hier insbesondere die Performance bei Auswertungen. Die behäbige Gangart mit der strategischen Analyse aus dem Datawarehouse ist im hektischen operativen Vertrieb schlichtweg unakzeptabel. Aber auch die Einbindung von Spezialanwendungen gelingt beispielsweise mit den Integration Services eines SQL Server deutlich flexibler und preisgünstiger als mit Spezialtools für ein SAP BW.

### DIE AUTOREN

Michael Büning und Jens Meyer-Beeck arbeiten für die Team4 GmbH, die mehr als 60 CRM-Datamart-Projekte realisiert hat.

[www.team4.de](http://www.team4.de)