



Tool-Auswahl Best Practices

Best Practices bei der Auswahl eines neuen Tools

Die Auswahl eines neuen Tools ist oft ein groß angelegtes Projekt, in welches viel Zeit, Ressourcen und Budget fließt. Daher ist es umso wichtiger, sich allen erforderlichen Anforderungen bewusst zu werden, diese zu priorisieren und alle relevanten Personen zu berücksichtigen. Unser Ziel ist es, für Sie ein Tool zu finden, was langfristig Ihrem Bedarf gerecht wird und sich in die Unternehmensprozesse integriert.

Unsere Erfahrungen aus verschiedenen Projekten und klassische Stolperfallen haben wir für Sie zusammengestellt:



1. Anforderungserhebung:

Ihre Anforderungen sollten vollständig sein und alle relevanten Stakeholder und Beteiligte berücksichtigt werden. Besonders wichtig ist es, dass die Anforderungen priorisiert werden. Nicht alles, was auf den ersten Blick als Must-Have erscheint, ist auch eines. Gleichzeitig sollten aber auch spezifische Anforderungen, welche von nur wenigen Personen genannt werden, nicht grundsätzlich vernachlässigt werden.



2. Konkrete Use Cases und technische Sicht:

Wichtig ist, dass Sie neben den reinen Anforderungen auch konkrete Use Cases definieren und diese bei der Demo eines neuen Systems einfordern. Gleichzeitig sollte neben den Use Cases auch immer die technische Seite eines Tools betrachtet werden. Wie gut sind die Schnittstellen und welche sind vorhanden? Wie erfolgt der Datenimport/-export? Wie ist die Performance bei der eigenen Datenmenge? Um nur ein paar Beispiele zu nennen.



3. Fachabteilungen sind das A und O:

Auch wenn die Auswahl und Implementierung oft als IT-Projekt erscheint und es ohne deren Beteiligung nicht geht, sollte der Fokus auf den Anforderungen, Plänen und Timings der Fachabteilungen wie Marketing, Vertrieb, CRM oder eCommerce liegen. Die IT kann zu technischen Aspekten beraten. Wichtig ist auch, dass die Fachabteilungen übergreifend zusammenarbeiten, um eine Lösung zu finden, die allen gerecht wird.



4. Utopische Anforderungen und Versprechen:

Verabschieden Sie sich von der Vorstellung, ein Tool zu finden, was allen Ihren Anforderungen jederzeit und am besten kostenlos gerecht wird. Sie werden kein System finden, was alle Anforderungen abdeckt. Bleiben Sie bei der Definition der Anforderungen realistisch. Gleichzeitig sollten Sie sich aber auch nicht mit einer Lösung zufriedengeben, welche nur 50% Ihrer Anforderungen abdeckt. Seien Sie vorsichtig bei unrealistischen Versprechen seitens der Hersteller, was zukünftig oder individualisiert alles möglich ist.

Best Practices bei der Auswahl eines neues Tools



5. Longlist und Shortlist

Bei der Evaluierung von passenden Anbietern ist es wichtig, sich zunächst einen breiteren Überblick zu verschaffen, welche Hersteller es am Markt gibt und den eigenen Anforderungen entsprechen. Diese Liste sollte jedoch nicht mehr als 10 Anbieter umfassen. In einem nächsten Schritt muss diese Liste deutlich gekürzt werden. Unsere Empfehlung: 3-4 Anbieter, von welchen eine Demo angefragt wird.



6. Datenmengen und Prozesse:

Verschaffen Sie sich vorab einen Überblick über die Menge und Art Ihrer Daten, welche im neuen System genutzt werden sollen. Ist es für diese Menge ausgelegt und hält es der Last und Ihren Prozessen stand? Wie sehen die Aktualisierungsrhythmen aus? Abhängig von der Datenmenge sind auch oft die Kosten. Überlegen Sie sich daher genau, welche Daten in welchem Umfang wirklich benötigt werden.



7. Alternative Anbieter berücksichtigen:

Bei der großen Anzahl von Anbietern am Markt sollten Sie sich nicht nur auf bekannten Anbieter fokussieren. Insbesondere für mittelständische Unternehmen oder spezifische Anforderungen gibt es passende Anbieter. Der Vorteil dabei ist, dass man nicht für Funktionalitäten zahlt, die man gar nicht benötigt. Neben Bekanntheit und Größe sind die individuellen Anforderungen, aber auch Kosten und Zufriedenheit von Referenzkunden wichtige Faktoren der Anbieterauswahl.



8. Weiterentwicklung und Support:

Die Weiterentwicklung eines Tools ist essenziell. Fragen Sie vorab, wie es mit Updates und neuen Funktionalitäten gehandhabt wird. Außerdem sollten Sie Wert auf einen guten und verlässlichen Support legen. Welche Reaktionszeiten werden garantiert? Wie strukturieren sich die Kosten für Beratung und technischen Support? Berücksichtigen Sie auch die Verfügbarkeit von Schulungs- und Weiterbildungsangeboten für die User.



9. Referenzkunden:

Die Anforderungen können auf dem Papier noch so gut zu dem präferierten Tool passen und die Demo noch so ansprechend gewesen sein. Dennoch bietet es sich an, vorab mit Referenzkunden des Anbieters zu sprechen, die von der Größe, Branche und den Use Cases mit den eigenen übereinstimmen. So ist es möglich, sich ein noch besseres und vor allem ehrlicheres Bild des neuen Tools zu verschaffen.

Ihr Ansprechpartner bei Fragen:

Valesca Gräber (Digital Marketing Consultant)

valesca.graeber@key-work.de | +49 721 78203-163



Jetzt kostenlose Erstberatung vereinbaren:

Wir besprechen Ihre Anforderungen und
Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Über die Key-Work Consulting GmbH

Als Analyse-, Marketing- und IT-Experten beraten und begleiten wir Sie bei der Umsetzung Ihres ganzheitlichen Data Driven Marketings. Dabei stehen wir Ihnen als unabhängiger Berater in den Bereichen Big Data, Data Analytics, CRM, CDP, Cloud Technologien und Plattformen für Ihre individuellen Lösungen und Kampagnen zur Seite. Wir machen die Komplexität Ihrer Daten beherrschbar und heben Ihr kundenzentriertes Marketing auf das nächste Level. Aus 25 Jahren Erfahrung mit Kunden aus den verschiedensten Branchen schaffen wir aus Ihren Daten ein funktionierendes Gesamtwerk. Mit uns als Ihrem ganzheitlich denkenden Partner erhalten Sie ein gewinnbringendes Customer Experience Management.

Key-Work Consulting GmbH | Kriegsstraße 100 | 76133 Karlsruhe | Germany
T +49 721 78203-0 | kontakt@key-work.de | key-work.de