

Deutsche Vertriebler hadern mit Big Data-Qualität

Report von T-Systems Multimedia Solutions und der Hochschule Reutlingen zeigt schwachen Reifegrad und Qualitätsdefizite von Big Data im Vertrieb auf

Dresden, 03. März 2016 – Wachstumsmotor Big Data? Wenn es nach der Auffassung von über 71 Prozent der deutschen Vertriebsentscheider geht, dann hat der Motor noch gehörig Sand im Getriebe. Besonders die schlechte Datenqualität sehen sie als Kernproblem der Big Data-Nutzung im Vertrieb. Entsprechende Probleme entstehen vor allem bei der Einbindung eigener CRM-Systeme in Big Data-Infrastrukturen. Jedes fünfte Unternehmen versucht diese Integration mit klassischen, relationalen Datenbankmodellen zu erreichen. In 32 Prozent der Unternehmen ist jedoch überhaupt keine spezifische Big Data-Technologie im Einsatz. Neuere Technologien, wie Business Intelligence in der Cloud oder Hadoop-Ökosysteme, finden im Sales sogar kaum Anwendung. Dies ergab eine aktuelle Untersuchung der Hochschule Reutlingen im Auftrag von T-Systems Multimedia Solutions zum Status Quo von Big Data im Vertrieb.

Der Fokus auf die bestehenden CRM-Systeme, die für 75 Prozent der Befragten die relevanteste Datenquelle sind, lässt sich vor allem mit den gesteckten Big Data-Zielen der Vertriebsentscheider erklären. So liegt das Hauptaugenmerk vor allem auf den Bestandskunden: Knapp 63 Prozent der Befragten wünschen sich, mit Big Data Cross- und Up-Selling-Potenziale zu heben. Die dafür nötige Echtzeitdatenanalyse erfolgt allerdings nur in etwas mehr als sieben Prozent der Unternehmen. Eine unregelmäßige oder bedarfsabhängige Analyse ist in 75 Prozent der Fälle an der Tagesordnung. Schlimmer noch: Trotz vorhandener Zielvorstellung, was man aus Big Data ziehen möchte, fehlt es an einer Strategie, um entsprechende Vorteile aus den Daten zu ziehen. Nur knapp 18 Prozent der Befragten bescheinigen ihrem Unternehmen eine explizite und dokumentierte Big Data-Strategie.

„Big Data-Qualität im Sinne einer vertrieblichen Anwendung machen die Entscheider an der Verknüpfbarkeit der Daten mit ihren CRM-Systemen fest. Hier liegt aber nicht selten das Problem: Die Daten sind oft nicht auf dem neuesten Stand oder aus verschiedenen Gründen fehlerhaft und unvollständig“, weiß Peter Klingenburg, Geschäftsführer von T-Systems Multimedia Solutions. „Kommt nun die sporadische Nutzung von Echtzeitauswertung und einer fehlenden automatisierten Datenerhebung hinzu, ist die bemängelte Datenqualität nachvollziehbar. Die Lösung liegt daher in der Etablierung einer Logik für die Datenerhebung und -analyse, um die vollen Möglichkeiten von Big Data im Vertrieb nutzen zu können.“

Den vollständigen Big Data-Vertriebsreport finden Sie hier: <http://www.big-data-report.de>. Befragt wurden 609 Vertriebsverantwortliche in mittelständischen und großen deutschen Unternehmen. Ein Webinar zu den Ergebnissen der Studie findet am 4. März 2016 statt: [>> Link zur Anmeldung](#)

Wegweisend. Digital. Über T-Systems Multimedia Solutions

Die T-Systems Multimedia Solutions begleitet Großkonzerne und mittelständische Unternehmen bei der digitalen Transformation. Der Marktführer mit einem Jahresumsatz von 145 Mio. Euro im Jahr 2014 zeigt mit seiner Beratungs- und Technikkompetenz neue digitale Wege und Geschäftsmodelle in den Bereichen E-Commerce, Websites, Intranet, Social Business, Marketing, Big Data, Mobile Solutions, Retail und Industrie 4.0 auf. Mit rund 1500 Mitarbeitern an sieben Standorten bietet der Digital-Dienstleister ein dynamisches Web- und Applikations-Management und sorgt mit dem ersten zertifizierten Prüflabor der Internet- und Multimediasbranche für höchste Softwarequalität, Barrierefreiheit und IT-Sicherheit.

Ausgezeichnet wurde T-Systems Multimedia Solutions mehrfach mit dem Social Business Leader Award der Experton Group sowie dem "iF Design Award" und gehört zu den Gewinnern des "Best in Cloud Award" der Computerwoche. Zudem wurde das Unternehmen mit Hauptsitz in Dresden mehrmals als einer von Deutschlands besten Arbeitgebern mit dem "Great Place to Work Award" gekürt sowie als "Bester Berater 2015" vom Wirtschaftsmagazin brand eins ausgezeichnet. Weitere Informationen: www.t-systems-mms.com

Unternehmenskontakt

Kathrin Langkamp
T-Systems Multimedia Solutions
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
0228-181 24144
Kathrin.Langkamp@t-systems.com

Pressekontakt

Julia della Peruta & Nicole Dau
Oseon
069-25 73 80 22-12 / 040 – 22 81 700 14
tsmms@oseon.com