

*Die Zukunft kann man  
am besten voraussagen,  
indem man sie selbst gestaltet!  
(Alan Kay)*



**PASSION4IT**

SPÜRBARE MEHRWERTE FÜR IHRE IT

**Passion4IT UG (haftungsbeschränkt)**

Christian Kirsch  
Postackerweg 9  
94234 Viechtach

Mobil: 0 15 1 – 20 100 446

E-Mail: [christian.kirsch@passion4it.de](mailto:christian.kirsch@passion4it.de)

Web: [www.passion4it.de](http://www.passion4it.de)

# Software Auswahlprozess

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>ÜBER PASSION4IT.....</b>	<b>3</b>
<b>ZIELSETZUNG – BUSINESS APPLIKATIONEN.....</b>	<b>4</b>
<b>DER SMARTE SOFTWARE AUSWAHL PROZESS.....</b>	<b>5</b>
<b>DAS DREHBUCH.....</b>	<b>7</b>
<b>DIE PROTAGONISTEN.....</b>	<b>8</b>
<b>VORLAGE PERSONA.....</b>	<b>8</b>
<b>BEISPIEL VERTRIEBSMITARBEITER – CRM PROJEKT .....</b>	<b>9</b>
<b>DAS SZENENBILD.....</b>	<b>11</b>
<b>UNTERNEHMEN.....</b>	<b>11</b>
<b>DATENMODELL .....</b>	<b>11</b>
<b>DIE SZENEN.....</b>	<b>12</b>
<b>BEISPIEL SZENE 1 – ANLAGE STAMMDATEN IM CRM .....</b>	<b>12</b>
<b>BEISPIEL SZENE 2 – IT SERVICE &amp; SUPPORT ERP SYSTEM .....</b>	<b>13</b>
<b>SERVICE MANAGEMENT.....</b>	<b>13</b>
<b>SYSTEMBETRIEB.....</b>	<b>13</b>
<b>RELEASE MANAGEMENT .....</b>	<b>13</b>
<b>LIZENZEN.....</b>	<b>14</b>
<b>BERECHTIGUNGEN .....</b>	<b>14</b>
<b>SCHNITTSTELLEN.....</b>	<b>14</b>
<b>MOBILE APP .....</b>	<b>14</b>
<b>DIE BEWERTUNG.....</b>	<b>15</b>

## Über Passion4IT

Wir lieben was wir tun. Diese Passion leben wir jeden Tag.

Wir beraten branchenübergreifend mittelständische Unternehmen auf Ihrer ganz persönlichen Reise in eine digitalisierte Zukunft.

Dabei verstehen wir uns als Partner und Coach – denn nur wenn wir mit unseren Kunden im Team gemeinsam erfolgreich sind, haben wir unser Ziel erreicht.

Unsere Mission ist es spürbare Mehrwerte für unsere Kunden im Bereich IT und Digitalisierung zu erzeugen.



**Wenn du ein Schiff bauen willst, trommle die Männer nicht zusammen, um Arbeiten zu vergeben, Holz zu sammeln und Werkzeuge zu verteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem endlosen, weiten Meer.**

(Antoine de Saint-Exúpery)

A handwritten signature in black ink that reads "Kirsch Christian".

Christian Kirsch

Geschäftsführer Passion4IT

[www.passion4it.de](http://www.passion4it.de)

## Zielsetzung – Business Applikationen

Im Rahmen einer modernen IT Bebauung ergeben sich meist im Handlungsfeld Applikation die größten Mehrwerte, aber auch die größten Herausforderungen.

Egal ob im Bereich der Warenwirtschaftssysteme (ERP = Enterprise Resource Planning), im Vertrieb (CRM = Customer Relationship Management) oder im Einkauf (SRM = Supplier Relationship Management) – es gilt für jeden Fachbereich die bestmögliche Software Plattform auszuwählen und mit allen anderen Systemen möglichst nahtlos zu integrieren.

„One size fits all“ ist dabei zu vermeiden – die jeweiligen Software Plattformen sollten möglichst nach dem Motto „best of breed“ ausgewählt werden. Aufgabe der modernen IT Abteilung ist es dann alle Lösungen so miteinander zu konnektieren, das für die Anwender eine nahtlose und barrierefreie IT Landschaft entsteht.

Bei der Software Auswahl werden meist folgende Ziele verfolgt:

- 1) Standardisierung
- 2) Innovation
- 3) Cloud & Mobile First

Das Ziel „Standardisierung“ ist per se konträr zum Ziel „Individualisierung“, allerdings lässt sich nur durch eine hohe Standardisierung eine entsprechend hohe Innovation erreichen. Daher sollten sie alle Anforderungen und das Lösungsdesign frei nach dem Pareto-Prinzip gestalten. Dieses besagt in diesem Fall das 80% der Lösung standardisiert sein sollen und lediglich 20% individualisiert ausgeprägt werden.

Denn nur wenn sie auf eine entsprechende Standardisierung setzen, werden sie auch schnell von entsprechenden Innovationen profitieren können. Denn eine hoch individualisierte Software Installation kann nur mit hohem Entwicklungsaufwand und Testaufwand auf neue technologische Innovationen adaptiert werden.

Das Ziel „Cloud & Mobile First“ bietet mehrere Facetten.

Zum einem werden durch einen Cloud Ansatz die Betriebskosten gesenkt und zum anderen profitieren sie von schnellen Innovationszyklen. Die meisten Software Anbieter liefern technologische Neuentwicklungen zuerst an die Cloud Kunden aus und erst zu einem späteren Zeitpunkt an die onPremises Installation.

In den meisten Fällen ist auch „mobiles Arbeiten“ ein Unternehmensziel, das die IT Applikationslandschaft mit Mobile Apps oder einer generellen Verfügbarkeit unabhängig von Ort und Zeit unterstützen muss.

Und auch die direkte Integration von externen Partnern, Kunden und Lieferanten über Unternehmensgrenzen hinweg ist ein Ziel, das durch einen konsequenten „Cloud & Mobile First“ Ansatz ermöglicht wird.

Das alles und noch viel mehr muss eine smarte Business Applikation heute bieten. Abgerundet wird das ganze durch Best Practice Szenarien, die basierend auf umgesetzten Projekten oder Branchenkenntnissen ein hohes Optimierungspotential für die jeweiligen Geschäftsprozesse bietet.

## Der smarte Software Auswahl Prozess

Sie wollen Ihr Unternehmen, Ihre Abteilung oder einen bestimmten Geschäftsprozess digitalisieren?

Die Auswahl der richtigen Partner für benötigte Technologien und die damit verbundene Implementierung ist eine strategische Investition, die gut überlegt sein will.

Die Kernfrage lautet daher: Wie findet man einen geeigneten Partner, der einen auf diesem Weg mit größtmöglichem Erfolg und gleichzeitig geringstmöglichem Kostenaufwand und Risiko begleitet?

In der Realität wird oft der klassische Weg gewählt: Eine Ausschreibung - auch Request for Proposal (RFP) genannt. Fragt man bei den Unternehmen gezielt nach, warum gerade die Ausschreibung das Mittel der Wahl sein soll, erhält man in zahlreichen Fällen die lapidare Antwort: „Das haben wir schon immer so gemacht.“

Natürlich stecken auch nachvollziehbare Beweggründe hinter der Durchführung einer Ausschreibung. Man möchte den besten Anbieter zum günstigsten Preis finden und dabei das Risiko des Scheiterns des Projekts minimieren.

Dennoch ist ein klassisches Ausschreibungsverfahren häufig Zeitverschwendung für alle Beteiligten und kann unter Umständen sogar Ihr Projekt gefährden, bevor es überhaupt gestartet ist.

Hiervon ausgenommen sind selbstredend Branchen, in denen eine gesetzliche Ausschreibungspflicht besteht.

Auf Basis zahlreicher Erfahrungen aus verschiedensten Software Auswahl Projekten, haben wir ein agileres und smartes Vorgehen erarbeitet.

Denn die grundlegende Antwort auf die Frage nach der richtigen Software Lösung ist denkbar einfach: Suchen Sie das offene Gespräch mit gezielt vorselektierten Anbietern und lassen Sie sich beraten.

Profitieren Sie von Innovationen und nutzen Sie etablierte Best Practice Szenarien.

Eine 1:1 Umsetzung der heutigen Prozesse nur auf eine neue Software Plattform wird Ihnen neben einem möglicherweise optisch hübscheren „look & feel“ keine sonstigen Mehrwerte oder Verbesserungen bringen!

Wenn wir uns die Felder ERP, CRM oder SRM ansehen, dann besteht eine objektiv zusammengestellte „short list“ der in Frage kommenden Anbieter immer aus maximal drei bis fünf Unternehmen.

Dazu braucht es keinen aufwändigen, mehrstufigen Auswahlprozess um von einer „long list“ zu einer „short list“ und dann irgendwann einmal zu einer Entscheidung zu kommen. Scannen Sie den Markt, sprechen Sie mit Marktbegleitern oder Partnern und selektieren Sie ihre „short list“.

Nachdem diese „short list“ festgelegt wurde, machen Sie nicht den Fehler und sperren jetzt viele, wertvolle Mitarbeiter ein, um die aktuellen Prozesse und Abläufe zu dokumentieren. Sie wissen wie Sie heute arbeiten, es hat keinerlei Mehrwert für den Auswahlprozess die heutige Arbeitsweise aufzumalen.

Dennoch wollen wir ja von den Innovationen und gegebenenfalls von neuen Best Practice Szenarien profitieren! Daher sollten wir gedanklich so frei wie möglich an das Thema herangehen.

Und nur um das klarzustellen:

Im Rahmen eines kontinuierlichen Prozessmanagements ist es sehr wohl wichtig und auch gerechtfertigt, Prozesse zu dokumentieren und diese Dokumentation laufend zu aktualisieren. Nur explizit für einen Software Auswahlprozess ohne eine weitere Nutzung dieser Dokumentation ist eine solche Ausarbeitung zu aufwändig und zu ineffizient.

Um aber eine gewisse Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Anbietern und am Ende des Tages eine objektive Bewertung zu erreichen, wählen Sie drei bis fünf Kernprozesse (end-to-end) aus und beschreiben Sie diese in Form eines Drehbuches.

Dazu beteiligen Sie alle benötigten Mitarbeiter aus dem jeweiligen Fachgebiet und holen deren Input ein. Alle diese Mitarbeiter bilden dann auch das Projektteam für die Auswahlphase und darüber hinaus. Wenn Sie bereits eine Key User Struktur etabliert haben, dann greifen Sie auf diese zurück.

Die Beschreibung der Prozesse im Rahmen der Drehbücher erfolgt auf einer „hohen Flugebene“, um die Leitplanken für das mögliche Lösungsdesign und die Lösungspräsentation nicht zu eng zu fassen.

Denn nur dadurch haben die Anbieter die Möglichkeit, die individuellen Stärken der jeweiligen Software Plattform zu demonstrieren und Sie haben die Möglichkeit von etwaigen Best Practice Szenarien und spezifischen technologischen Innovationen zu profitieren.

Auf Basis dieser Drehbücher laden Sie dann die in Frage kommenden Anbieter von der „short list“ ein, um deren Lösungsmöglichkeiten zu präsentieren. Alle Anbieter sollten das Drehbuch mit einer identen Vorlaufzeit (z.B. vier Wochen) erhalten, und dann vor Ort die möglichen Lösungen präsentieren.

An den Präsentationen und an der Bewertung nehmen immer alle Mitarbeiter aus dem Projektteam teil. Damit erreichen Sie das auch bei „fachfremden“ Themen eine objektivere Einschätzung der Leistungsfähigkeit gegeben ist.

Bewerten Sie dann im Team die Präsentationen und treffen gemeinsam eine fachlich fundierte und objektive Auswahlentscheidung.

Die detaillierte Prozessdefinition findet dann mit dem Anbieter der Wahl im Rahmen des Projektes statt.

## Das Drehbuch

Wie ein „echtes“ Drehbuch enthält das Drehbuch für den Software Auswahlprozess grundlegend die identischen Elemente.

- 1) **Die Protagonisten**  
Beschreiben Sie alle am Prozess beteiligten internen wie externen Personen. Dazu nutzen wir eine Technik aus dem Produktmanagement: Die Persona.
- 2) **Das Szenenbild**  
Beschreiben Sie Ihr Unternehmen, Ihre Geschäftsmodelle und vor allem die Rahmenbedingungen für die einzelnen Szenen / Prozesse. Definieren Sie beispielhafte Kunden, Lieferanten, Produkte und Materialstämme. Dies hat zwei essentielle Vorteile: Zum einen sehen Sie sofort wie agil sich ein Anbieter auf Sie einstellen kann und möglicherweise Ihre Daten auch gleich in eine Live Demo übernimmt und zum anderen finden Sie sich in der Prozessbeschreibung wieder und arbeiten nicht auf abstrakten Objekten.
- 3) **Die Szenen 1-5**  
Hier beschreiben Sie die maximal fünf ausgewählten Prozesse. Dabei sollte es sich um Kernprozesse handeln, die Sie end-to-end beschreiben. Verlieren Sie sich hier nicht in Details, sondern wählen Sie bewusst eine etwas höhere Flugebene, damit die Anbieter die Möglichkeit haben, Ihre Anforderungen möglichst individual umzusetzen und die Stärken der jeweiligen Plattform zur Geltung kommen können. Wenn Sie die Anforderungen bzw. die Prozessschritte zu engmaschig definieren, erhalten Sie nichts anderes als die nächste Individuallösung – lediglich auf einer anderen Software Basis.
- 4) **Die Bewertung**  
Die Bewertung sollte auf Basis von maximal 10 Kriterien erfolgen. Die Skala kann sich dabei gerne an den Schulnoten 1 (=sehr gut) bis 6 (=ungenügend) orientieren.

## Die Protagonisten

Beschreiben Sie alle „mitspielenden“ intern sowie externen Personen an Hand einer *Persona*. Eine Persona ist dabei wesentlich nichts anderes als ein Steckbrief, der es uns ermöglicht die Herausforderungen und Bedürfnisse der jeweiligen Prozessbeteiligten zu verstehen.

### Vorlage Persona

<b>NAME &amp; ROLLE</b>	Wie heißt die fiktive Person? Welche Rolle füllt die Person im Unternehmen bzw. im Prozess aus?
<b>HINTERGRUND ZUR PERSON</b>	Beruf? Ausbildung? Familie? Hobbys? Was ist der Person besonders wichtig?
<b>DEMOGRAPHIE</b>	Alter? Geschlecht? Wohnort? Wohnverhältnis?
<b>IDENTIFIKATOREN</b>	Was macht die Persona aus? Wie ist Ihr Auftreten? Was sind die bevorzugten IT Geräte? Wie hoch ist die technologische Affinität der Persona?
<b>ERWARTUNGEN, ZIELE &amp; EMOTIONEN</b>	Was möchte die Persona mit der neuen Software erreichen? Welche Probleme muss sie damit lösen? Welchen Nutzen will sie damit erzielen? Welche Ängste kann sie haben? Was könnte sie dabei besonders begeistern?
<b>HERAUSFORDERUNGEN</b>	Welche Herausforderungen beschäftigen die Persona tagtäglich? Womit hat sie zu kämpfen? Was fällt Ihr schwer?
<b>IDEALE LÖSUNG</b>	Wie kann die Software der Persona helfen, diese Herausforderung zu meistern? Wie können wir Ihre Erwartung übertreffen? Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?
<b>HÄUFIGE EINWÄNDE</b>	Was kann die Persona gegen die Einführung einer neuen Software haben? Welche Gegenargumente könnten auftreten? Was könnte sie stören und verunsichern?



## Beispiel Vertriebsmitarbeiter – CRM Projekt

<b>NAME &amp; ROLLE</b>	Wie heißt die fiktive Person? Welche Rolle füllt die Person im Unternehmen bzw. im Prozess aus?	Mike Account Manager Germany
<b>HINTERGRUND ZUR PERSON</b>	Beruf? Ausbildung? Familie? Hobbys? Was ist der Person besonders wichtig?	Vertriebsmitarbeiter  Dipl. BWL, 12 Jahre Berufserfahrung  Verheiratet, 2 Kinder  Fussball und schnelle Autos  Strebt beruflichen Erfolg an und ist darauf bedacht, seinen Erfolg auch nach außen zu zeigen
<b>DEMOGRAPHIE</b>	Alter? Geschlecht? Wohnort? Wohnverhältnis?	42 Jahre Männlich München Doppelhaushälfte in Miete
<b>IDENTIFIKATOREN</b>	Was macht die Persona aus? Wie ist Ihr Auftreten? Was sind die bevorzugten IT Geräte? Wie hoch ist die technologische Affinität der Persona?	Selbstbewusstes, extrovertiertes Auftreten  Immer mit den neuesten IT Gadgets (Tablet, Smartphone) ausgestattet  Technisch Affin, legt Wert auf neueste Ausstattung und modernste Apps.
<b>ERWARTUNGEN, ZIELE &amp; EMOTIONEN</b>	Was möchte die Persona mit der neuen Software erreichen? Welche Probleme muss sie damit lösen? Welchen Nutzen will sie damit erzielen? Welche Ängste kann sie haben? Was könnte sie dabei besonders begeistern?	Schnellere Abarbeitung und Verringerung der aufwändigen Bürokratie  Möchte auf Knopfdruck alle Verkaufschancen der kommenden Monate sehen inkl. Bewertung der Erfolgchancen  Will nicht viele Daten erfassen müssen (z.B. im Besuchsbericht)  Fürchtet Überwachung durch Vertriebsleiter

<b>HERAUSFORDERUNGEN</b>	Welche Herausforderungen beschäftigen die Persona tagtäglich? Womit hat sie zu kämpfen? Was fällt ihr schwer?	Wettbewerbsdruck  Anspruchsvolle Kunden Zeitdruck  Fokussierung auf die „richtigen“ Kunden und Chancen
<b>IDEALE LÖSUNG</b>	Wie kann die Software der Persona helfen, diese Herausforderung zu meistern? Wie können wir Ihre Erwartung übertreffen? Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?	Bewertung der Opportunities basierend auf KI, um den bestmöglichen Fokus zu legen  Automatische Überführung von Leads in Opportunities aus dem Marketing (z.B. Interessent über Homepage)  Einfach zu bedienende, moderne Oberflächen  Mobile App  Schnelle Erfassung von Daten inkl. Unterstützung bei der Eingabe
<b>HÄUFIGE EINWÄNDE</b>	Was kann die Persona gegen die Einführung einer neuen Software haben? Welche Gegenargumente könnten auftreten? Was könnte sie stören und verunsichern?	Fürchtet die Transparenz  Überwachung  Kontrolle

## Das Szenenbild

Beschreiben Sie hier möglichst genau die Rahmenbedingungen und alle internen sowie externen Einflussfaktoren.

## Unternehmen

Beschreiben Sie hier Ihr Unternehmen inkl. Standorte, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Geschäftsmodell, Zielmärkte, Marktbegleiter, etc.

## Datenmodell

Für das jeweilige Szenario legen Sie möglichst detailliert ein Datenmodell fest. Dies kann je nach Szenario den Kundenstammsatz, das Produkt oder die Mitarbeiter betreffen. Die zuvor beschriebenen Personas sind fester Bestandteil des Datenmodells.

Beispiel CRM Szenario:

<b>Kunde</b>	Kundennummer: 1001 Kundenname: Kunden AG Unternehmensgröße: 750 Mitarbeiter Standorte inkl. Adresse: München Branche: Maschinenbau Entscheidungsträger: CEO, CIO Umsatz p.a.: 12 Mio. EUR Einkaufsvolumen p.a.: 2,5 Mio. EUR Kundenklassifikation: B-Kunde Kundenpotential: 4,0 Mio. EUR
<b>Produkt</b>	Artikelnummer: 2002 Artikelname: Messgerät Solaris Einstandspreis: 125,80 EUR pro Stück Verkaufspreis: 389,99 EUR pro Stück
<b>Reporting KPI's</b>	Funnel pro Mitarbeiter Umsatzprognosen Anzahl Opportunities Anzahl Leads Lead2Order Rate Umsatz pro Kunde Umsatz pro Vertriebsmitarbeiter Umsatz pro Region Umsatz pro Artikel (Top 10 Artikel)
<b>Dokumente</b>	Anfrage Kalkulation Preisinformation Angebot Bestellung Auftragsbestätigung Vertrag Emails

## Die Szenen

Die Ausgestaltung der Szenen verbindet die zuvor beschriebene Protagonisten (Personas) mit dem Szenenbild (Unternehmensbeschreibung, Datenmodell) und beschreibt auf einer hohen Flugebene den idealen Prozessablauf.

### Beispiel Szene 1 – Anlage Stammdaten im CRM

Über unsere Homepage hat sich ein neuer Interessent, Frau Maria Müller von Meier AG, für den Newsletter registriert. Die dort erfassten Daten werden automatisch in den zentralen Kundenstamm des CRM Systems übernommen. Die Meier AG erhält die automatisch vergebene Kundennummer 89122, da es diesen Stammsatz zuvor nicht in unserem System gab.

Alle Kontakte werden als Kunden erfasst. Darunter gibt es eine Klassifizierung für „Interessent“ oder „Bestandskunde“ (sobald es einen aktiven Verkaufsauftrag gibt).

Es werden alle zuvor im Datenmodell genannten Stammdaten (Standorte, Ansprechpartner, Branche, ...) erfasst.

Die Vertriebsinnendienstmitarbeiterin Karla erhält eine Workflow Aufgabe in ihr Email Postfach, die sie dazu auffordert den Stammsatz zu bearbeiten, weiter zu qualifizieren und freizugeben. Durch Klick auf einen Link in der Email öffnet sich der zuvor automatisch erfasste Datensatz im CRM.

Aus externen Datenquellen (z.B. XING, LinkedIn, Unternehmensdatenbanken, ...) wurden verschiedene Informationen zum Ansprechpartner und der Firma ergänzt.

In einem Bereich des CRM Systems werden aus verschiedenen externen Newsquellen Informationen zum Kunden angezeigt (z.B. die letzten News von CNN oder der Wirtschaftswoche).

Dokumente zum Kunden werden ebenfalls in einem separaten Bereich der CRM Maske angezeigt, und können von dort auch in anderen Applikationen (z.B. ERP System) angezeigt werden.

In der Newsletter Anmeldung wurden bereits Interessen abgefragt und diese werden auch im CRM angezeigt. Basierend darauf hat das CRM System eine empfohlene Customer Journey festgelegt und bereits einige Aktionen vordefiniert (z.B. Kundenanruf, Zusenden Informationsbroschüre, ...).

Karla prüft nochmals alle Daten, überarbeitet diese gegebenenfalls und prüft die Zuordnung des Vertriebsmitarbeiters (auf Grund des Vertriebsgebietes wurde Mike vom CRM vorgeschlagen) sowie die automatisch berechnete Klassifizierung des Kunden.

Nachdem Karla die Vorqualifizierung abgeschlossen hat und dem Interessenten die weiteren Informationen zugesandt hat, wird für Mike automatisch eine Aufgabe erstellt, den Kunden in drei Tagen anzurufen.

Mike wird darüber wiederum per Email und in der mobilen App informiert.

Änderungen an Stammdaten können Mike oder Karla ganz bequem in der mobilen App vornehmen oder aber auch direkt im CRM mittels eines Internet Browsers.

## Beispiel Szene 2 – IT Service & Support ERP System

### Service Management

Der interne IT Servicedesk ist in einer dreistufigen Ausführung etabliert. Zentrale Anlaufstelle für alle Anfragen der Anwender ist der IT Servicedesk, der über eine zentrale Rufnummer sowie über eine zentrale Email Adresse erreichbar ist. Darüber hinaus können die Anwender Anfragen, Störungen und Probleme auch direkt über eine Web Formular erfassen.

Die Klassifizierung aller ERP Anfragen geschieht zum einem über das System (=ERP) und über den jeweiligen Bereich (=Einkauf) sowie ob es sich um eine Störung (=Incident) oder einen Änderungswunsch (=Change) handelt.

Den 1st Level Support für das ERP System wird intern durch eigene Mitarbeiter erbracht. Wenn diese das Problem nicht lösen können, dann leiten sie das Ticket an den 2nd Level Support weiter.

Der 2nd Level Support ist der Einführungspartner aus dem ERP Projekt. Diese Unterstützungsleistung ist durch einen Service & Support Vertrag abgedeckt, der mittels einer monatlichen Fee eine bestimmte Anzahl an Tickets abdeckt. In einem SLA (=Service Level Agreement) sind die Reaktions- und Servicezeiten geregelt.

Das Helpdesk System des Einführungspartners ist mittels einer Schnittstelle an unser System angebunden, so das wir Tickets direkt übertragen können und auch bidirektional Antworten und Lösungen zurückbekommen.

Der 3rd Level Support wird durch den Hersteller erbracht und durch den Einführungspartner angesteuert.

### Systembetrieb

Da das ERP System als reine Cloud Lösung betrieben wird, ist für den Betrieb der Einführungspartner bzw. der Hersteller verantwortlich. Darunter fallen auch die Themen wie Backup, Monitoring und Performance Optimierung. Zu definierten Wartungsfenstern wären Updates, Bugfixes und sonstige Wartungsarbeiten durchgeführt. Die Anwender werden direkt in der Anwendung über die anstehenden Wartungsfenster informiert.

Es wird ein Entwicklungs- und Testsystem sowie ein Produktivsystem betrieben. Im Entwicklungs- und Testsystem sind keine „echten“ Daten sondern maskierte Demodaten vorhanden.

### Release Management

Es gibt vom Hersteller eine definierte Roadmap für die kommenden 12 Monate, zu welchem Zeitpunkt welche technologische Neuerung zur Verfügung steht. Jegliche Innovation wird zuerst im Testsystem implementiert und erst nach erfolgreichem Test und einer möglichen Anwenderschulung ins Produktivsystem übernommen. Über das Release Management werden wir durch regelmäßige Newsletter und im Rahmen von Anwendertreffen informiert. Außerdem besteht die Möglichkeit Verbesserungsvorschläge und Feature Wünsche über ein Portal beim Hersteller zu platzieren. Über die Umsetzung wird offen und transparent entschieden.

## Lizenzen

Die Lizenzen werden pro User pro Monat berechnet. Verträge (inkl. der Preise) werden auf 36 Monate abgeschlossen und die Abrechnung der Lizenzen findet monatsgenau basierend auf den tatsächlichen Anwenderzahlen statt.

## Berechtigungen

Es können pro Rolle entsprechende Berechtigungstypen vergeben werden. So ist es nur bestimmten Anwendern möglich Stammdaten zu ändern oder zu löschen, genauso wie nur bestimmte Anwender verschiedene Informationen einsehen können. Dies ist für interne Anwender genauso steuerbar wie für externe Anwender (Partner, Kunden, Lieferanten, ...).

## Schnittstellen

Durch die offene Architektur können alle Daten mittels standardisierter REST-APIs oder Webservices angezapft werden. Die Nutzung der Daten ist durch die vorhandenen Benutzerlizenzen auch in 3rd Party Systemen abgedeckt und muss nicht mehr separat lizenziert werden.

## Mobile App

Da unser neues ERP System auch eine mobile App für Apple iOS Geräte bietet, wird diese App von allen Mitarbeitern sehr gerne benutzt. Wir verteilen die App mittels unseres zentralen Mobile Device Managements automatisch auf alle Firmen-Smartphones. Das gleiche gilt für Updates und neue Versionen. Die Anmeldung an der App erfolgt mittels des Benutzernamens und eines individuellen Passworts, das min. alle drei Monate geändert werden muss und den aktuellen Standards entspricht (min. 8 Zeichen, eine Zahl, ein Sonderzeichen, ...). Die Übertragung jeglicher Informationen zwischen Backend und App erfolgt verschlüsselt und dokumentiert, um jeglichen Missbrauch auszuschließen.

## Die Bewertung

Nachdem alle Anbieter die Drehbücher mit einer identischen Vorlaufzeit (z.B. vier Wochen) erhalten haben, präsentieren alle Anbieter an jeweils 1-2 Tagen am Stück die möglichen Lösungsszenarien. Es nehmen alle Projekt Mitarbeiter an allen Workshops teil und bewerten diese auch alle. Damit ergibt sich ein möglichst breites Bild und eine fundierte, objektive Bewertung.

Die Bewertung sollte maximal 10 Kriterien enthalten, die alle nach dem Schulnotenprinzip beurteilt werden.

Name: \_\_\_\_\_

Rolle / Abteilung: \_\_\_\_\_

Drehbuch / Szene: \_\_\_\_\_

1. Wie beurteilen Sie die Lösung im Hinblick auf die aktuell bekannten, fachlichen Anforderungen?

1    2    3    4    5    6

2. Wie beurteilen Sie die Lösung im Hinblick auf die vorhandene Best Practice Szenarien?

1    2    3    4    5    6

3. Wie beurteilen Sie das Branchen Know How des Einführungspartners? Ist der Einführungspartner auf Augenhöhe mit Ihnen?

1    2    3    4    5    6

4. Wie beurteilen Sie die Referenzen?

1    2    3    4    5    6

5. Wie beurteilen Sie die technologische Innovationskraft der Lösung?

1    2    3    4    5    6

6. Wie beurteilen Sie das Potential der Lösung im Hinblick auf mögliche Prozessoptimierungen?

1    2    3    4    5    6

7. Würden Sie gerne mit der Software Lösung arbeiten?

1    2    3    4    5    6

8. Wie detailgetreu wurden die im Drehbuch beschriebene Szene umgesetzt?

1    2    3    4    5    6