Kundenbindung und Anbieterwechsel

Bei einer Cloud-Lösung des ERP-Systems muss sich ein Kunde sehr gut über die einzelnen Angebote informieren. Denn je nach Größe des Kunden und der dazugehörigen Datenmenge kann sich ein Wechsel des Anbieters als sehr schwierig erweisen. Bei kleineren Unternehmen mit geringer Datenmenge ist der Tausch kein großes Problem, da diese problemlos mit Hilfe eines Datenträgers übertragen werden können. Wenn das Unternehmen relativ groß ist und daraus folgend mehr Rohdaten hat, ist das schon komplexer.

1. Anbieterwechsel und deren Probleme

Ein großes Problem dabei ist, der wichtigste Schwerpunkt überhaupt beim Wechsel – die Daten. Jedem Kunden gehört immer seine eigenen Rohdaten und im Zweifelfall auch seine Metadaten, da diese nur durch die Ablage seiner Daten entstehen sowie benötigt werden konnten. Eine Komplikation in dem Bereich ist die Datensicherheit bei der Datenübertragung sowie der genaue Ablauf dieses Prozesses, denn diese sind relativ komplex und abhängig voneinander. In den allermeisten Fällen hat der Kunde keine Möglichkeit auf seine Rohdaten zu zugreifen, da diese vom Anbieter extern verwaltet werden. Ein Datenexport kann dementsprechend schwierig sein und eine Migration ist nur mit großem Aufwand zu ermöglichen. Aber auch das Konzept des „Data Gravity“ könnte zum Problem werden. Dieses sagt aus, „Je mehr Daten an einem spezifischen Ort vorgehalten werden, desto komplizierter ist es, sie umzuziehen“ (Gruhn, 2018). Der Kunde kann sich also schnell in der Vendor-Lock-In Falle befinden. Er ist dann den Änderungen und Preisanpassungen des Betreibers komplett ausgeliefert. Auch wenn der Kunde auf diese Daten im Allgemeine zugreifen könnte, gäbe es immer noch das Problem des Datentransport – wie sollen die Daten übertragen werden? Die Daten müssen für die spätere Integration in ein neues System sicher von der Cloud entnommen werden, damit sie für die spätere Nutzung bereitstehen. Auch spielt die Frage des benötigten Speichermediums eine große Rolle.

Eine weitere Komplikation ist die Integration der Daten in das neue System. Diese können nämlich unterschiedlich aufgebaut sein. Also ist die Datenintegration nicht so einfach. Am besten ist es, wenn das Nachfolgeprodukt ähnlich wie das alte Produkt aufgebaut ist. Ansonsten kann man von der Aufwandssicht nicht von einer Integrierung sprechen, sondern eher von einer Neuimplementierung -Schulung von Mitarbeitern, Beschaffung von Ad-ons und neue Parametrisierung.

1. Kundenbindung