



# MICROSOFT LEGT LINKEDIN CRM-STRATEGIE VOR

ANALYSTEN

Kelsey Anspach, Rebecca Wettemann

## THEMA

**Im Frühjahr hat Microsoft angekündigt, dass Microsoft Relationship Sales ab dem 1. Juli verfügbar ist. Diese Lösung kombiniert Microsoft Dynamics 365 for Sales und LinkedIn Sales Navigator Enterprise Edition.** Nucleus hat ermittelt, dass Vertriebsteam mit der neuen Lösung ihre Produktivität um 12 bis 15 % steigern und schnellere Abschlüsse erzielen können.

...

## ÜBERBLICK

Im April kündigte Microsoft die Lösung Microsoft Relationship Sales an, die Microsoft Dynamics 365 for Sales mit LinkedIn Sales Navigator kombiniert. Vertriebsmitarbeiter haben Zugriff auf Informationen aus dem weltweit führenden professionellen Netzwerk, damit sie einfacher Interessenten finden und Beziehungen zu stärken. Die Lösung bietet:

- Zugriff auf 500 Millionen LinkedIn-Profilen mit Fotos sowie Informationen zu aktuellen und früheren Tätigkeiten der Mitglieder. Damit können Vertriebsmitarbeiter einen besseren Eindruck von ihren aktuellen Kunden erhalten und über das Netzwerk neue Leads finden.
- Empfehlungen für die nächsten Schritte der Benutzer in Dynamics 365 auf Basis von Signalen aus E-Mail, Customer Relationship Management (CRM)-Software und LinkedIn. Diese basieren auf künstlicher Intelligenz (KI) und enthalten Vorstellungs- und Vernetzungsvorschläge sowie Vorschläge für InMail und Nachrichten.

Benutzer erhalten zudem Tipps für die Kontaktaufnahme mit neuen Kunden, z. B. Eisbrecher wie Nachrichtenartikel und gemeinsame Kontakte.

- Benachrichtigungen zum Status der Kundenbeziehungen, z. B. ob Meetings bevorstehen, wie viele E-Mails ausgetauscht wurden, wie hoch die Kundenbindung ist und ob unbeantwortete E-Mails seitens des Verkäufers vorliegen. Benutzer können anhand von Trends in den Benutzeraktivitäten auf Vertriebs- und Kundenseite, z. B. die Anzahl der geöffneten E-Mails, angezeigten Anhänge und angeklickten Links, Beziehungen bewerten.
- Benachrichtigungen über Updates wie Erwähnungen und Jobwechsel. So können Benutzer die Interaktion im gesamten Lebenszyklus an das Käuferverhalten anpassen.

Am 1. Juli 2017 beginnen die Microsoft- und LinkedIn-Vertriebsteams mit dem Verkauf von Microsoft Relationship Sales zu einem Listenpreis von 135 US-Dollar pro Benutzer und Monat.

## BEDEUTUNG

Mit der im Dezember erfolgten Übernahme von LinkedIn im Wert von 26,2 Milliarden US-Dollar folgt Microsoft dem Trend von Softwareanbietern, DaaS (Data as a Service) in ihre Plattformen zu integrieren. Microsoft verbessert durch die Integration der LinkedIn-Daten zudem die CRM-Funktionen (Nucleus Research *q114 – Microsoft Acquires LinkedIn*, Juni 2016). Dynamics 365 mit LinkedIn Sales Navigator macht dies möglich.

Laut einem Nucleus-Bericht konnten durch die Integration von Social Collaboration Features Produktivitätssteigerungen von 11,8 % erzielt werden (Nucleus Research *m13 – The Value of Mobile and Social for CRM*, März 2012). Bei der Analyse der CRM-Fallstudien der letzten beiden Jahre sowie der Erfahrungen von Sales Navigator-Benutzern stellte Nucleus fest, dass Vertriebsmitarbeiter ihre Produktivität durch die Microsoft-Integration sogar noch mehr steigern könnten – nämlich um 12 bis 15 Prozent.

**Nucleus hat ermittelt, dass Vertriebsmitarbeiter ihre Produktivität durch die Lösung sogar noch mehr steigern könnten – nämlich um 12 bis 15 Prozent.**

Microsoft-Kunden profitieren bereits in Dynamics 365 for Sales von der Möglichkeit, Office 365 mit ihrer Vertriebssoftware sowie anderen Microsoft-Anwendungen und -Diensten wie PowerBI zu kombinieren.

LinkedIn Sales Navigator ist ein leistungsstarkes Tool zum Ermitteln von Interessenten. Benutzer können Leads speichern, erhalten maßgeschneiderte Empfehlungen und Benachrichtigungen durch Echtzeitaktualisierungen. Microsoft eröffnet Verkäufern durch die Daten aus LinkedIn, die auf künstlicher Intelligenz basierenden Empfehlungen und die Beziehungspflege zahlreiche Vorteile im CRM-Markt.

## DAS WETTBEWERBSUMFELD

Die Integration von Social-Media-Daten in CRM ist an sich nichts Neues. Die führenden Anbieter haben vergleichbare Angebote (deren Daten jedoch nicht so aussagekräftig sind):

- Salesforce setzt z. B. data.com und SalesforceIQ (aus der Übernahme von RelateIQ 2014) ein. Diese automatisieren die Datenerfassung aus E-Mails, schlagen geeignete Aktionen für Abschlüsse vor, bieten Transparenz in die Interaktion zwischen Mitarbeitern und Interessenten sowie Analytics zur Leistungsberatung. SalesCloud Einstein befindet sich zwar noch am Anfang, überzeugt jedoch durch einen vielversprechenden Ansatz.
- Oracle erweitert sein DaaS-Angebot (das durch die Übernahme von Datalogix 2014 ergänzt wurde) sowie sein Vertriebscoaching in Sales Cloud. Nucleus geht davon aus, dass das Unternehmen im Rahmen seiner Strategie „Adaptive Intelligent Apps“ weiterhin künstliche Intelligenz und Datencloudfunktionen in Sales Cloud einsetzt.
- SugarCRM bietet durch die TrustSphere Partnerschaft Beziehungsdiagramme für interne und externe soziale Netzwerke, mit denen Sie den Umsatz steigern sowie Beziehungen mit Interessenten aufbauen können. Zudem können Sie CRM-Datensätze auf der Basis von Social-Media-Daten schnell aktualisieren. Sugar investiert kräftig in weitere Funktionen für Verkäufer, z. B. Hint (Nucleus Research *r121* – *SugarCRM Announces Hint*, Juni 2017).

Microsoft hat durch die schiere Menge und Qualität der Geschäftsdaten innerhalb von LinkedIn einen klaren Vorteil. Entscheidend für die erfolgreiche Einführung von Salesforce Automation (SFA)-Lösungen ist jedoch die Benutzerfreundlichkeit. Nucleus rechnet damit, dass der Fokus weiterer Investitionen von Anbietern auf zunehmend integrierten Vorschlägen und einem nahtlosen Benutzererlebnis liegen wird.

Preislich gesehen ist Microsoft mit einem Listenpreis von 135 Dollar pro Benutzer und Monat und einem ermäßigten Preis von 97 Dollar pro Benutzer und Monat, wenn 1000 bis 5000 Lizenzen erworben werden, sicher konkurrenzfähig.

Durch den Mengenrabatt wird Microsoft voraussichtlich die Preise von Salesforce unterbieten, bleibt jedoch immer noch etwas teurer als Sugar mit einem Listenpreis von ca. 85 Dollar pro Benutzer pro Monat für ein Paket, das Sugar CRM und Hint umfasst (Nucleus Research *r121 – SugarCRM Announces Hint*, Juni 2017).

## ZUKUNFTSPROGNOSE

Kunden sollten bei neuen SFA-Investitionen darauf achten, dass das Produkt des Anbieters Daten- und KI-Funktionen enthält, die einfach und effektiv vom Vertriebsteam genutzt werden können. Da KI-gesteuerte intelligente Vertriebsfunktionen heutzutage bereits in die meisten SFA-Lösungen integriert sind, legen Microsoft und andere Anbieter den Schwerpunkt auf die Vorteile, die Vertriebsteams durch intelligenteren Verkauf erzielen. Der intelligente Verkauf ist fester Bestandteil der SFA-Checkliste.