

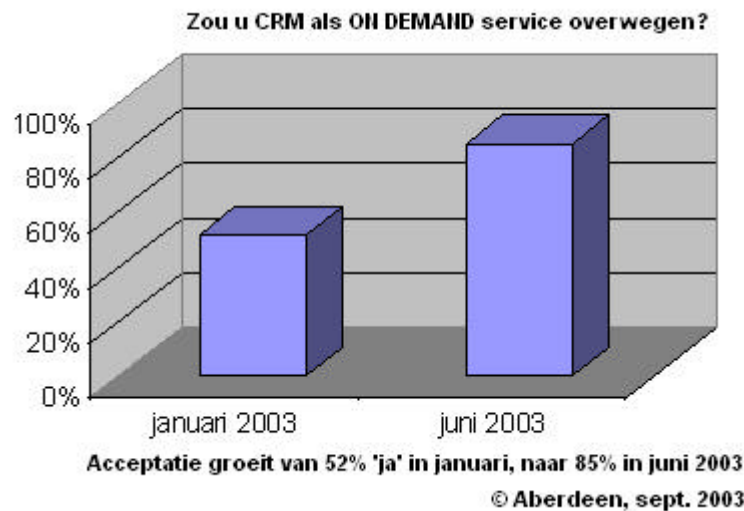
■ TRENDS IN ASP

Het ASP model stelt software via het internet als abonnement aan gebruikers ter beschikking, zonder investeringen vooraf. Dit in tegenstelling tot de klassieke methode die gebruikers noodzaakt tot de aanschaf van softwarelicenties en installatie daarvan op bedrijfs-eigen hardware.

Waarom de acceptatie van het ASP model sterk toeneemt

Software die geleverd wordt op basis van het ASP model

- kost slechts een fractie van de uitgave die nodig is om 'gewone' (CRM) software te kopen en te implementeren
- is veel gemakkelijker en sneller in gebruik te nemen
- is overal ter wereld veilig via het internet toegankelijk, zonder aanpassingen aan het eigen bedrijfsnetwerk.



Proof of the pudding is in the eating

Dit gevleugelde Britse spreekwoord geldt zeker ook voor CRM. De stroperige economie dwingt veel bedrijven behoudend met uitgaven om te gaan. IT-projecten moeten meetbare of zichtbare resultaten opleveren. CRM leveranciers die zeker van hun toegevoegde waarde zijn, bieden daarom hun producten volgens het ASP model aan (Siebel, SuperOffice), als methode de sceptici van die toegevoegde waarde te overtuigen. ASP eist geen investeringen vooraf: gebruikers betalen alleen On Demand, dat wil zeggen: indien, voor zover en zolang ze baat hebben bij de service.

Prijs en kwaliteit

Tegelijkertijd winnen toepassingen van het internet aan populariteit. De investeringen in oplossingen die de veiligheid van internetgebruik kunnen garanderen, behoren volgens marktonderzoek tot de allerhoogste prioriteit van alle bedrijven.

De budgettaire beperkingen en de toenemende acceptatie van het internet, dragen ertoe bij dat CRM beslissers verantwoording moeten afleggen waarom ze *niet* kiezen voor het ASP model. Wie het zich wil permitteren CRM software op de klassieke wijze aan te schaffen en te implementeren, heeft in budgettair opzicht iets uit leggen. Onderzoek (Aberdeen) toont aan dat 85% van de CRM kopers hosted CRM serieus betreft in de beslissing.

MKB

CRM op basis van ASP is vooral populair bij MKB bedrijven. Dit houdt verband met het feit dat:

- MKB bedrijven meer oog voor kosten en uitgaven hebben dan grotere bedrijven (zijn kostenbewust)
- MKB bedrijven doorgaans geen IT personeel beschikbaar hebben dat uitvoering aan een maanden durend CRM implementatie traject kan of wil geven
- MKB bedrijven niet willen of kunnen investeren in de aanpassing van infrastructuur, installatie van software op servers, en onderhoud daarop. Bij hosted CRM vormt het internet de infrastructuur.

Toch menen marktanalisten dat de inzet van hosted CRM zich niet zal beperken tot het MKB. “Je kan ook niet zeggen dat banken en financiële instellingen er alleen maar zijn voor de gewone mensen, en dat de grote bedrijven hun geld maar onder de matras moeten bewaren” aldus een woordvoerder van het Amerikaanse bedrijf Salesforce.com, dat met 9500 klanten en 150.000 gebruikers de marktleider is in On-Demand CRM.

Acceptatie

Iedere nieuwe technologie ondergaat bepaalde ontwikkelingen voordat deze geaccepteerd wordt bij een breed publiek. In het geval van ASP CRM software is de acceptatie in een stroomversnelling geraakt door de verslechterde economie die bedrijven meer dan anders noodzaakte kostenbewust te zijn. De blijvend positieve ervaringen van gebruikers hebben tot een verankering van dit On Demand fenomeen geleid waardoor ook bij een opnieuwe aantrekkende economie hosted CRM volgens analisten niet meer zal verdwijnen.