

Salesforce Ecosystem Partners

Ein Forschungsbericht, der die Stärken der Dienstleistungsanbieter vergleicht, Herausforderungen und wettbewerbsrelevanten Unterscheidungsmerkmalen



Zusammenfassung	03
Anbieterpositionierung	07
Einleitung	
Definition	12
Betrachtungsumfang der Studie	13
Anbieterklassifizierungen	14
Anhang	
Methodik & Team	58
Autoren & Editoren	60
Über ISG	62
Star of Excellence	55
Customer Experience (CX) Insights	56

Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	16 – 21
Wer sollte diesen lesen	17
Quadrant	18
Definition & Auswahlkriterien	19
Beobachtungen	20

Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	22 – 28
Wer sollte diesen lesen	23
Quadrant	24
Definition & Auswahlkriterien	25
Beobachtungen	26
Anbieterprofile	28

Implementation Services for Marketing Automation	29 – 35
Wer sollte diesen lesen	30
Quadrant	31
Definition & Auswahlkriterien	32
Beobachtungen	33
Anbieterprofile	35

Managed Application Services for Large Enterprises	36 – 41
Wer sollte diesen lesen	37
Quadrant	38
Definition & Auswahlkriterien	39
Beobachtungen	40

Managed Application Services for Midmarket	42 – 47
Wer sollte diesen lesen	43
Quadrant	44
Definition & Auswahlkriterien	45
Beobachtungen	46
Anbieterprofile	47

Implementation Services for Industry Clouds	48 – 54
Wer sollte diesen lesen	49
Quadrant	50
Definition & Auswahlkriterien	51
Beobachtungen	52
Anbieterprofile	54

Autor des Berichts: Rainer Suletzki

Optimierung bestehender Anwendungen und die Nutzung von GenAI als aktuelle Themen für Salesforce

Langjähriges Wachstum und resultierende Ressourcensituation

Seit der Gründung 1999 hat Salesforce über viele Jahre ein beeindruckendes Wachstum an den Tag gelegt und ist heute einer der führenden Anbieter von cloudbasierten Anwendungssystemen in Form einer Software-as-a-Service (SaaS). Während in den Jahren 2018 bis 2022 die Wachstumsraten noch zwischen 24 und 29 Prozent lagen, ist im Jahr 2023 das Wachstum auf Werte zwischen 10 und 15 Prozent abgeflacht. Ob dies eine temporäre Erscheinung ist oder ob angesichts der inzwischen doch beachtlichen Größe des Unternehmens das abgeflachte Wachstum eher als Normalisierung anzusehen ist, kann aktuell noch nicht abschließend beurteilt werden. Alle Anzeichen deuten allerdings darauf hin,

dass Salesforce auch in den kommenden Jahren weiterhin signifikant wachsen dürfte.

Dieses hohe Wachstum hat über den genannten Zeitraum naturgemäß auch zu einer wachsenden Nachfrage nach Services rund um die Salesforce-Plattform geführt, und zwar zumeist nach Implementierungsunterstützung, allerdings auch in wachsenden Umfang nach Unterstützung im Betrieb der laufenden Anwendungen. Dabei hat sich die Verfügbarkeit von qualifizierten Ressourcen mit Salesforce-Expertise längerfristig als limitierender Faktor für die Anzahl der Implementierungen entwickelt, auch wenn sich die Situation hier zuletzt aufgrund der Marktentwicklung ein wenig entspannt hat. Dies hat im Markt für entsprechende Dienstleistungen einen nennenswerten Konsolidierungsdruck zur Folge, d.h. insbesondere die großen Systemintegratoren suchen kontinuierlich nach Gelegenheiten, durch Übernahmen anderer Anbieter ihre Ressourcenbasis zu erweitern. In Deutschland ist dieser Trend allerdings noch deutlich weniger ausgeprägt als in den USA. Neben den Übernahmeaktivitäten, die letztlich keine zusätzlichen Kapazitäten im Markt

Aktuell
abgeflachtes
Wachstum,
jedoch große
Erwartungen
hinsichtlich
GenAI-Innovationen



generieren, setzen viele Anbieter auch auf verstärktes Recruiting. Zum einen werden dabei junge Talente eingestellt und durch geeignete Qualifikationsmaßnahmen zu Salesforce Consultants ausgebildet, zum anderen findet auch innerhalb einiger Unternehmen eine Requalifizierung von erfahrenen Consultants aus anderen Bereichen hin zur Salesforce-Zertifizierung statt. Salesforce selbst fördert in seinen Partnerschaften solche Unternehmen, die signifikant zu zusätzlichen Implementierungskapazitäten beitragen.

Kundenstruktur

Die Kundenstruktur in Deutschland ist durch global agierende Großkonzerne einerseits und viele Unternehmen mittlerer Größe, welche oft einen eher regionalen Schwerpunkt haben, gekennzeichnet. Außerdem sind als Besonderheit des deutschen Markts die viel zitierten „Hidden Champions“ zu nennen, welche eher mittelgroße Unternehmen sind, allerdings dennoch zumeist global agieren und entsprechend komplexere Anforderungen haben.

- Für die global agierenden Unternehmen sind große Systemintegratoren aufgrund ihrer ebenfalls globalen Präsenz vielfach primäre Kandidaten für die Unterstützung bei der Salesforce-Implementierung und dem Betrieb. Es gibt allerdings auch einige mittelgroße Anbieter in Deutschland, die aufgrund ihrer ausgeprägten Branchenexpertise ebenfalls für solche Kundenunternehmen in Frage kommen. Die Systemintegratoren verfügen zumeist über ein globales Liefermodell, welches lokale und regionale Kapazitäten mit großen Offshore-Kapazitäten verknüpft und somit ein vergleichsweise niedriges Kostenniveau ermöglicht.
- Unternehmen mittlerer Größe setzen vielfach lieber auf kleinere Anbieter mit eher regionalem Schwerpunkt, die sich zumeist durch hohe Kundennähe sowie agiles und schnelles Vorgehen auszeichnen. Die Leistungserbringung erfolgt bei diesen Anbietern zu großen Teilen aus Deutschland heraus; es kommen allerdings zunehmend auch deutschsprachige

Nearshore-Kapazitäten in Osteuropa oder auch Südeuropa (insbesondere Spanien und Portugal) zum Einsatz.

Anbieterstrukturen und Technologie

In den letzten zwölf Monaten seit Veröffentlichung der letzten IPL-Studie zu diesem Thema hat sich der deutsche Markt für Salesforce-Implementierungsleistungen über die genannten allgemeinen Trends hinaus strukturell nicht signifikant verändert. Im Vergleich zu den USA gibt es hier zwar einige Übernahmen von mittelgroßen Anbietern durch die globalen Systemintegratoren, aber signifikant weniger als in den USA. Es bleibt abzuwarten, ob diese Art der Konsolidierung in Deutschland in Zukunft zunehmen wird.

Das Hybrid-Agile-Modell bleibt weiterhin die bevorzugte Implementierungsmethode für Implementierungen bei global operierenden Kunden, die Salesforce in komplexe Systemlandschaften integrieren müssen. Dieses Modell kombiniert in den meisten Fällen agile Ansätze für die Umsetzungsphasen mit phasenorientierten Ansätzen für Strategie, Design und Rollout. Die meisten Anbieter

offerieren mittlerweile diese Methode. Für die isolierte Implementierung einer Salesforce-Instanz ist nach wie vor auch die rein agile Methode geeignet. Dies ist eher bei mittelgroßen Kunden mit begrenzten Integrationsanforderungen und ohne Notwendigkeit für einen globalen Rollout der Fall.

Im Bereich der Integration von Salesforce mit anderen Anwendungen ist die MuleSoft-Plattform auch weiterhin das dominierende Werkzeug. Somit ist eine umfassende Kompetenz bezüglich dieser Plattform mittlerweile eine Grundvoraussetzung, um im Markt der Anbieter für Salesforce-Implementierungen bestehen zu können. Die großen Systemintegratoren betreiben zumeist einen dedizierten Bereich oder eine Abteilung erheblicher Größe, in der die entsprechenden Kapazitäten gebündelt werden.

Die Vertikalierungsstrategie von Salesforce und deren Auswirkungen

Vor einigen Jahren hat Salesforce damit begonnen, neben den eher an funktionalen Gesichtspunkten orientierten Produkten



wie der Sales Cloud und der Service Cloud vermehrt Produkte mit branchenspezifischer Ausgestaltung zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. Die wesentlichen ersten Produkte dieser Art waren die Financial Cloud und die Health Cloud. Mittlerweile ist eine Reihe von weiteren Produkten hinzugekommen, die naturgemäß aufgrund der verschiedenen Einführungszeitpunkte noch unterschiedliche Reifegrade aufweisen. Inzwischen ist die Vertikalisierung der Produktpalette eine explizite Strategie seitens Salesforce, die durch die Übernahme des Anbieters Vlocity im Jahr 2020 signifikant beschleunigt wurde. Vlocity war als ISV traditionell auf die Entwicklung branchenspezifischer Anwendungen auf der Salesforce-Plattform ausgerichtet. Nach der Übernahme trugen die Fähigkeiten von Vlocity zur Stärkung der branchenspezifischen Produkte von Salesforce bei. Mittlerweile können die Vlocity-Produkte als wesentlicher Kern der Vertikalisierungsstrategie von Salesforce angesehen werden.

Dieses Vorgehen seitens Salesforce birgt für die Service Provider eine Reihe von Chancen für zusätzliche Umsätze, allerdings auch

einige Herausforderungen. So sind die neuen Produkte für diejenigen Provider, die neben der technologischen Kompetenz auch über inhaltliche Expertise für spezifische Branchen verfügen, eine Gelegenheit, zusätzliche Kunden zu gewinnen. Kunden wiederum sind durch die neue Strategie gefordert, sich detailliert mit den neuen Möglichkeiten zu befassen und eine Entscheidung über den möglichen Einsatz vorzubereiten. Dabei werden die möglichen zusätzlichen Lizenzkosten nach Beobachtung von ISG allerdings durchaus zunehmend kritisch gesehen. Dies gilt umso mehr, als die Lizenzen für Salesforce mittlerweile in vielen Unternehmen zu einem beachtlichen Kostenfaktor geworden sind. Auch ist vielfach noch nicht hinreichend klar, welche Übergangsmodelle Salesforce für diejenigen Kunden anbieten wird, welche bereits erheblich in die funktionalen Clouds investiert haben und somit den Übergang auf branchenbezogene Clouds zunächst einmal scheuen. An dieser Stelle sind die Service Provider generell gefordert, entsprechende Beratungsangebote für ein möglichst effizientes Lizenzmanagement zu entwickeln. Für Salesforce besteht die

Notwendigkeit, die eigenen Preismodelle an diese neuen Herausforderungen anzupassen.

Generell ist zu beobachten, dass es vielen Kunden schwerfällt, dem Innovationstempo der Softwareanbieter, einschließlich Salesforce, zügig zu folgen und die jeweils neuen Möglichkeiten zu nutzen. Strategische Entwicklungen wie die beschriebene Vertikalisierungsstrategie werden oft als disruptiv wahrgenommen und führen dazu, dass sich Kundenunternehmen bisweilen zunächst den neuen Entwicklungen verschließen. Auch hier sind die Service Provider gefordert, ihre jeweiligen Kunden mit entsprechenden Beratungsangeboten bei der Bewertung von Veränderungen und bei den notwendigen Auswahlentscheidungen kompetent zu unterstützen.

Partnerschaften

Es gibt weiterhin einen großen Bedarf, über den standardisierten Funktionsumfang der Salesforce-Produkte hinausgehende Anforderungen durch zusätzliche Produkte von ISVs abzudecken. Diese werden normalerweise mit separater Lizenzierung angeboten und

über ein von Salesforce betriebenes Portal mit der Bezeichnung „AppExchange Store“ bereitgestellt. Salesforce stellt dabei sicher, dass die einzelnen Apps die grundlegenden Anforderungen an die Softwarequalität wie Fehlerbehebung, Wartungszyklen, Kompatibilität mit den Salesforce-Produkten usw. erfüllen. Für alle Anbieter, unabhängig davon, ob sie Systemintegratoren oder kleinere, auf Salesforce spezialisierte Anbieter (so genannte Boutique-Anbieter) sind, bleibt ein starkes Netzwerk von Partnerschaften mit unabhängigen Softwareanbietern (ISVs) innerhalb des Salesforce-Ökosystems von großer Bedeutung. Dies gilt nicht nur für die Implementierung, sondern auch für die anschließende kontinuierliche Unterstützung des laufenden Betriebs.

Eine Reihe von Anbietern profitiert außerdem von engen Partnerschaften mit Salesforce selbst. Dabei handelt es sich teilweise um Entwicklungspartnerschaften, an deren Ende ein möglicher gemeinsamer Product Launch stehen kann. Es gibt außerdem auch in Einzelfällen Vereinbarungen über Partnerschaften seitens Salesforce



für Implementierungen gemeinsam mit Service-Providern. Dieser Schritt bietet den entsprechenden Anbietern zusätzliche Möglichkeiten, führt potenziell allerdings auch zu einer wachsenden Abhängigkeit von Salesforce.

Aktuelle technologische Entwicklungen

Wenn es um Innovationen geht, ist das zentrale Thema in der IT sicherlich die Nutzung von GenAI (Generative Artificial Intelligence). Insbesondere seit dem wahrlich außerordentlichen Erfolg von ChatGPT der Firma OpenAI steht die Nutzung solcher Entwicklungen im Fokus der technologischen Entwicklung bei allen Softwareanbietern wie Salesforce. Salesforce selbst hat Mitte 2023 die Integration der Produkte von OpenAI in das eigene Angebot unter dem Namen Einstein GPT angekündigt. In diesem Zusammenhang wird auch die Salesforce Data Cloud als zentrale Plattform für das Datenmanagement erheblich erweitert, weil Einstein GPT stark auf deren Nutzung aufbaut. Auch für diese Themen sind die Service Provider die wesentlichen Partner


für ihre Kunden bei der Bewertung dieser neuen Möglichkeiten und deren produktiver Nutzung. Darüber hinaus bieten viele Service Provider auch Expertise für die Integration mit OpenAI selbst oder auch mit anderen in der Einführung befindlichen Produkten, z.B. von Microsoft oder Google. Es gibt bereits erste erfolversprechende Ansätze und auch erste erfolgreiche Implementierungen. Die meisten dieser Projekte befinden sich jedoch noch in den frühen und eher experimentellen Phasen. Aufgrund der aktuell sehr begrenzten Erfahrungen mit diesen Technologien ist es natürlich noch nicht möglich, hinreichend zuverlässige Prognosen über die weitere Entwicklung abzugeben. Insbesondere ist es derzeit in keiner Weise absehbar, welche Produkte sich langfristig am Markt durchsetzen werden. Es ist allerdings klar, dass diese Technologien und deren Nutzung die Entwicklung in den kommenden Jahren maßgeblich bestimmen werden.

Abschließende Anmerkungen zu führenden Service-Providern in dieser Studie:

- Führende Anbieter verfügen nicht nur über Technologiekompetenz, sondern kombinieren diese in überzeugender Weise mit Prozesswissen und stellen so effektive Salesforce-Implementierungen sicher.
- Führende Anbieter unterhalten enge Partnerschaften sowohl mit Salesforce als auch mit anderen Technologieanbietern sowie mit ISVs.
- Führende Anbieter sind in der Lage, die Kunden bei der Nutzung von Salesforce als Plattform für kontinuierliche Innovationen zu unterstützen. GenAI ist dabei das Schlüsselthema für die kommenden Jahre.
- Führende Anbieter unterstützen die Kunden nicht nur bei der effizienten Gestaltung ihres operativen Betriebs, sondern helfen ihnen auch, ihre Lizenzen und das diesbezügliche Kostenmanagement optimal zu nutzen.

Trotz der jüngsten abflachenden Wachstumsraten im Markt deuten alle Indikatoren auf eine anhaltende Expansion von Salesforce in den kommenden Jahren hin. Der Markt für Salesforce-Implementierungen wird maßgeblich von der Vertikalisierungsstrategie von Salesforce und der Innovation durch GenAI getrieben. Letzteres deutet eine stärkere Hinwendung zu datenorientierten Ansätzen an.





 Anbieterpositionierung

Seite 1 von 5

	Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	Implementation Services for Marketing Automation	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Industry Clouds
Accenture	Leader	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader
adesso SE	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Leader
Aquilliance	Not In	Product Challenger	Not In	Not In	Contender	Not In
Assist Digital	Not In	Product Challenger	Contender	Not In	Not In	Not In
BearingPoint	Not In	Market Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In
Brighter Cloud	Not In	Contender	Not In	Not In	Not In	Not In
Capgemini	Leader	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader
CGI	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
Cloud Consulting Group	Not In	Leader	Product Challenger	Not In	Rising Star ★	Contender




 Anbieterpositionierung

Seite 2 von 5

	Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	Implementation Services for Marketing Automation	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Industry Clouds
Cloud Monsters	Not In	Rising Star ★	Product Challenger	Not In	Product Challenger	Contender
Cloudfy	Not In	Product Challenger	Not In	Not In	Contender	Not In
Cognizant	Leader	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader
Customertimes	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Not In
Deloitte	Leader	Not In	Leader	Market Challenger	Not In	Leader
Deutsche Telekom	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Leader
DIA	Not In	Leader	Product Challenger	Not In	Rising Star ★	Product Challenger
DIGITALL	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Market Challenger
dotSource	Not In	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Product Challenger





 Anbieterpositionierung

Seite 3 von 5

	Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	Implementation Services for Marketing Automation	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Industry Clouds
Eigenherd	Not In	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In
Empaua	Not In	Product Challenger	Contender	Not In	Product Challenger	Not In
EPAM	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
Eviden	Product Challenger	Not In	Contender	Product Challenger	Not In	Contender
Factory42	Not In	Leader	Rising Star ★	Not In	Leader	Product Challenger
Fujitsu	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
HCLTech	Leader	Not In	Product Challenger	Leader	Not In	Leader
IBM	Leader	Not In	Market Challenger	Leader	Not In	Leader
Ilum:e Informatik	Not In	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In




 Anbieterpositionierung

Seite 4 von 5

	Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	Implementation Services for Marketing Automation	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Industry Clouds
Infosys	Leader	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader
KPMG	Market Challenger	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In
LTIMindtree	Product Challenger	Not In	Product Challenger	Product Challenger	Not In	Product Challenger
mindsquare	Not In	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In
NTT DATA	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Product Challenger
OSF Digital	Product Challenger	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In
Persistent Systems	Product Challenger	Leader	Product Challenger	Product Challenger	Leader	Product Challenger
PwC	Leader	Not In	Market Challenger	Market Challenger	Not In	Market Challenger
Reply	Leader	Not In	Leader	Product Challenger	Not In	Rising Star ★




 Anbieterpositionierung

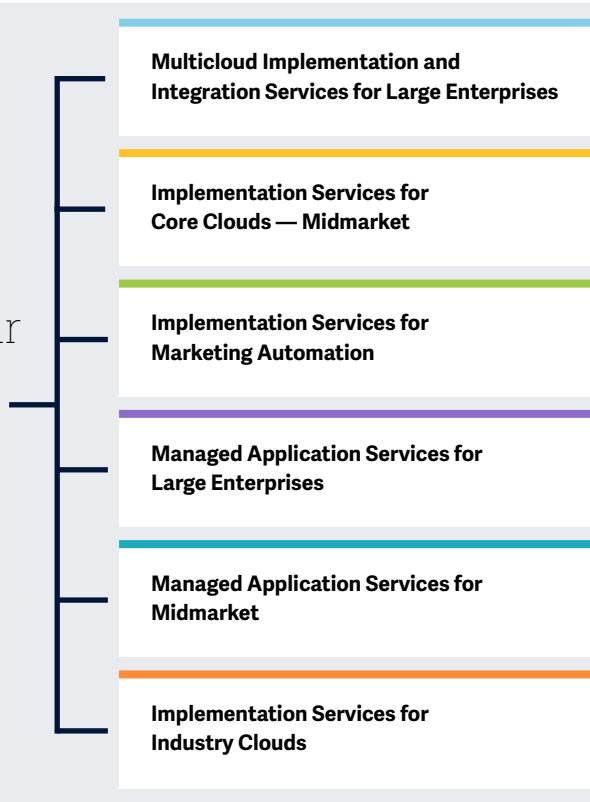
Seite 5 von 5

	Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds — Midmarket	Implementation Services for Marketing Automation	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Industry Clouds
Salesfive	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Product Challenger
Sopra Steria	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
TCS	Rising Star ★	Not In	Product Challenger	Leader	Not In	Product Challenger
Tech Mahindra	Rising Star ★	Not In	Product Challenger	Leader	Not In	Product Challenger
UST	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Not In
Wipro	Leader	Not In	Product Challenger	Leader	Not In	Leader



Aktuelle Schwerpunkte für Serviceprovider im Ökosystem von Salesforce.

Vereinfachte Illustration; Quelle: ISG 2024



Definition

Die Studie „Salesforce Ecosystem“ untersucht diverse Angebote rund um die Salesforce-Plattform; dabei wird zwischen Implementierungsleistungen (Change Business) und Managed Application Services unterschieden, welche sich in erster Linie um den operativen Support von produktiven Applikationen (Run Business) kümmern. Entsprechend den betreuten Kunden wurden diese Segmente in Großunternehmen und den Mittelstand unterteilt. Diese Kategorisierung ist aufgrund der großen Nachfrage nach Salesforce-Integrationen in die komplexen Anwendungslandschaften von Großunternehmen besonders wichtig. Zudem agieren diese Großkunden vornehmlich global, und das erfordert von den Dienstleistern entsprechende Lieferfähigkeiten. Zusätzlich zu der oben genannten Segmentierung wird die Studie auch Quadranten umfassen, in denen fokussierte Angebote untersucht werden, die für viele der teilnehmenden Anbieter innerhalb des Ökosystems den „Sweet Spot“ darstellen und von den Kunden nachgefragt werden.

Diese jährliche Studie wird bereits das sechste Jahr in Folge durchgeführt und wird ständig aktualisiert, um die Innovationen von Salesforce im Vergleich zum Vorjahr zu analysieren. Es kann infolge dazu kommen, dass bestehende Quadranten entsprechend angepasst werden oder ein Quadrant durch ein neues, relevanteres Thema ersetzt wird. So wurde beispielsweise im vergangenen Jahr der Quadrant „Implementation Services for Industry Clouds“ in die Studie aufgenommen. Solche Aktualisierungen ermöglichen es auch, die Untersuchung der bereits vorhandenen Quadranten anzupassen und die Innovationen mit zu berücksichtigen, die Salesforce zur Verbesserung seiner Cloud-Angebote einführt. In diesem Jahr hat Salesforce den Schwerpunkt erneut auf Daten, generative KI (GenAI) und Vertrauenswürdigkeit im gesamten Portfolio gelegt, das in dieser Analyse berücksichtigt wird.



Betrachtungsumfang der Studie

Dieser ISG Provider Lens™ Quadrant Report umfasst die folgenden sechs Quadranten für Services: Multicloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises, Implementation Services for Core Clouds Midmarket, Implementation Services for Marketing Automation, Managed Application Services for Large Enterprises, Managed Application Services for Midmarket, Implementation Services for Industry Clouds.

Diese ISG Provider Lens™ Studie bietet IT-Entscheidern folgende Vorteile:

- eine transparente Darstellung der Stärken und Schwächen relevanter Anbieter
- eine differenzierte Positionierung der Anbieter nach Segmenten
- Sicht auf verschiedene Märkte, insbesondere USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Brasilien

Die Studie bietet somit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für Positionierungs-, Beziehungs- und Go-to-Market-Überlegungen.

ISG Advisors und Unternehmenskunden nutzen Informationen aus diesen Reports auch zur Evaluierung ihrer derzeitigen sowie potenzieller neuer Anbieterbeziehungen.

Klassifizierung der Anbieter

Die Anbieterpositionierung spiegelt die Eignung von IT-Dienstleistern für ein definiertes Marktsegment (Quadrant) wider. Falls nicht anderweitig angegeben, gilt die Positionierung für alle Unternehmensgrößenklassen und Branchen.

Unterscheiden sich die IT-Serviceanforderungen von Großunternehmen und Mittelständlern und ist das Spektrum der auf dem lokalen Markt tätigen IT-Anbieter ausreichend groß, erfolgt eine weitere Differenzierung der IT-Anbieter nach Leistungen entsprechend der Zielgruppe für Produkte und Dienstleistungen. Dabei werden entweder Branchenanforderungen oder die Mitarbeiterzahl sowie die Unternehmensstrukturen der Kunden berücksichtigt und die IT-Anbieter entsprechend ihrem Schwerpunkt positioniert.

Im Ergebnis wird gegebenenfalls zwischen zwei Kundengruppen unterschieden, die wie folgt definiert werden:

- **Midmarket:** Unternehmen mit 100 bis 4.999 Mitarbeitern bzw. einem Umsatz zwischen 20 und 999 Millionen USD, zentraler Hauptsitz im jeweiligen Land, meistens in Privatbesitz.
- **Large Accounts:** Multinationale Unternehmen ab 5.000 Mitarbeitern oder mit Umsätzen von über einer Milliarde USD, weltweit aktiv und mit weltweit verteilten Entscheidungsstrukturen.

Die ISG Provider Lens™ Quadranten werden auf Basis einer Bewertungsmatrix erstellt und enthalten vier Felder, in die die Anbieter eingeteilt werden: Leader, Product & Market Challenger und Contender. Jeder Quadrant einer ISG Provider Lens™ Studie kann auch einen Anbieter beinhalten, der nach Meinung von ISG großes Potential hat, eine Leader-Position zu erreichen. Solche Anbieter können als Rising Stars eingestuft werden.

- **Anzahl Anbieter pro Quadrant:** ISG bewertet und positioniert die wichtigsten Anbieter entsprechend dem Betrachtungsumfang der jeweiligen Studie; die Anzahl der pro Quadrant positionierten Anbieter ist auf 25 begrenzt (Ausnahmen sind möglich).





Anbieterklassifizierungen: Bewertungskategorien

Product Challenger:

Die Product Challenger decken mit ihren Produkten und Services die Anforderungen der Unternehmen überdurchschnittlich gut ab, können aber in den verschiedenen Kategorien der Marktbearbeitung nicht die gleichen Ressourcen und Stärken vorweisen wie die als Leader positionierten Anbieter. Häufig liegt dies in der Größe des Anbieters oder dem schwachen „Footprint“ im jeweiligen Zielsegment begründet.

Contender:

Unternehmen, die als Contender positioniert sind, mangelt es bisher noch an ausgereiften Produkten und Services bzw. einer ausreichenden Tiefe und Breite des Offerings. Anbieter in diesem Bereich sind häufig auch Generalisten oder auch Nischenanbieter.

Leader:

Die als Leader eingeordneten Anbieter verfügen über ein hoch attraktives Produkt- und Serviceangebot sowie eine ausgeprägt starke Markt- und Wettbewerbsposition und erfüllen daher alle Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marktbearbeitung. Sie sind als strategische Taktgeber und Meinungsführer anzusehen. Darüber hinaus sind sie ein Garant für Innovationskraft und Stabilität.

Market Challenger:

Market Challenger verfügen naturgemäß über eine hohe Wettbewerbsstärke, haben allerdings auf der Portfolio Seite noch ausgeprägtes Verbesserungspotenzial und liegen hier klar hinter den Unternehmen, die als „Leader“ positioniert sind. Häufig sind es etablierte Anbieter, die Trends aufgrund ihrer Größe und der damit einhergehenden Unternehmensstruktur nicht schnell genug aufgreifen und in puncto Portfolioattraktivität deshalb Optimierungspotentiale vorweisen.





Anbieterklassifizierungen: Bewertungskategorien

★ Rising Stars

Ein solches Unternehmen kann zum Zeitpunkt der Auszeichnung ein vielversprechendes Portfolio bzw. die erforderliche Markterfahrung inkl. der notwendigen Roadmap mit adäquater Ausrichtung an den wichtigen Markttrends bzw. Kundenanforderungen vorweisen. Zudem verfügt das Unternehmen über ein ausgezeichnetes Management mit Verständnis für den lokalen Markt. Dieses Prädikat erhalten daher nur Anbieter oder Dienstleister, die in den letzten zwölf Monaten extreme Fortschritte hinsichtlich der gesteckten Zielerreichung verzeichnet haben und dank ihres überdurchschnittlichen Impacts und ihrer Innovationskraft auf dem besten Weg sind, innerhalb von 12-24 Monaten zu den Top-Anbietern zu gehören.

Not in

Diese Anbieter konnten aus einem oder mehreren Gründen nicht in den jeweiligen Quadranten positioniert werden: ISG konnte nicht genug Informationen für eine Positionierung einholen, das Unternehmen bietet nicht die entsprechend relevanten Services bzw. Lösungen, die für die einzelnen Quadranten definiert wurden, oder das Unternehmen konnte aufgrund seines Marktanteils, der Leistungsfähigkeit, der Kundenzahl oder anderer Größenmetriken mit den anderen Mitbewerbern im jeweiligen Quadranten nicht direkt verglichen werden. Eine „Nicht-Aufnahme“ bedeutet weder, dass der Anbieter diese Leistungen oder Lösungen nicht bereitstellt noch soll damit etwas anderes ausgesagt werden.





Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises

Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises

Wer sollte diesen lesen

Dieser Quadrant ist für Großunternehmen aller Branchen in Deutschland relevant, um Anbieter von Salesforce Multicloud-Implementierungs- und Integrationsdiensten zu bewerten. Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Service Provider und zeigt auf, wie sie die kritischen Herausforderungen von Großunternehmen im Land angehen, die verschiedene Cloud-Produkte aus dem Salesforce-Portfolio im Einsatz haben.

Im Laufe der letzten Jahre hat Salesforce seine Produktstrategie weiter ausgebaut; sie umfasst inzwischen neben Customer Relationship Management (CRM)-Applikationen auch die damit zusammenhängenden Entwicklungen sowie in den Bereichen Integration und Reporting. ISG stellt eine steigende Nachfrage nach Salesforce-Implementierungs- und -Integrationsdienstleistungen fest. Solche Services können die Einführung und Nutzung von Salesforce-Cloud-Lösungen und entsprechenden Tools fördern.

In Deutschland wenden sich Unternehmen an Dienstleister, die auf die gesamte Salesforce Cloud Suite spezialisiert sind, u.a. Sales, Service, CPQ (Configure, Price, Quote), Pardot, MuleSoft und Einstein GPT, um schnelle und umfassende Lösungen für ihre Geschäftsanforderungen zu erhalten. Wie ISG in letzter Zeit beobachtet hat, verschiebt sich der Fokus von Unternehmen leicht in Richtung Reifegrad der Anbieter. In Reaktion darauf kümmern sich die Dienstleister insbesondere darum, Agilität, Flexibilität, datenbasierte Erkenntnisse, intelligente Abläufe und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, um kundenorientierte Lösungen zu liefern.

Großunternehmen mit globaler Präsenz bevorzugen oft Anbieter, die über starke Integrationsfähigkeiten verfügen und Salesforce-Lösungen global implementieren können, ohne auf Partner zurückgreifen zu müssen.



Marketing- und Vertriebsleiter hilft dieser Bericht, die Fähigkeiten von Servicepartnern bei der effektiven Implementierung der Salesforce Marketing Cloud und Sales Cloud sowie von Heroku und verwandten Lösungen zu analysieren.



Außendienstleitern hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Services implementieren und das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT-Führungskräfte gewinnen aus diesem Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und Fähigkeiten der Anbieter hinsichtlich des Einsatzes von Salesforce Cloud Services sowie von Integrations- und Analyselösungen.

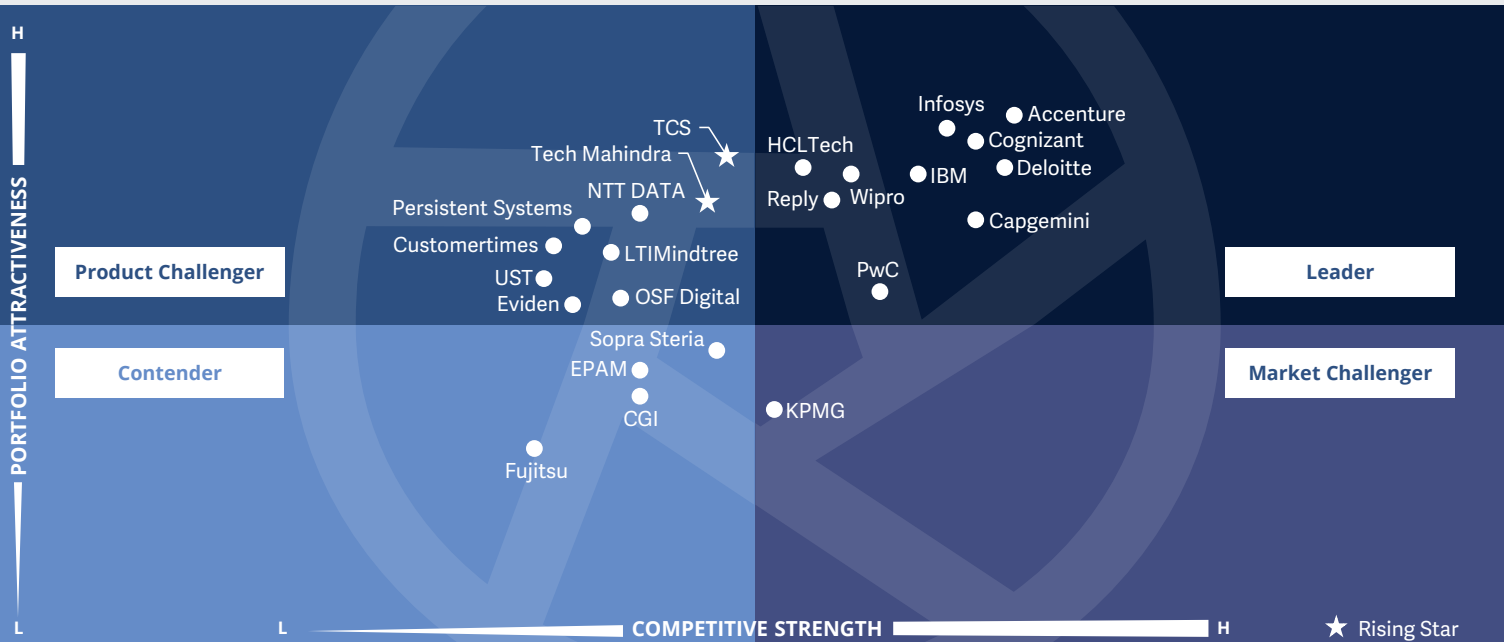


Sicherheits- und Datenexperten hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze bei der Salesforce-Integration einhalten.



Salesforce Ecosystem Partners
 Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises

Deutschland 2024



Dieser Quadrant umfasst Anbieter von **Services für die Implementierung von Salesforce-Anwendungen** sowie deren **Integration** mit anderen führenden Enterprise-Plattformen, die zumeist von großen und global tätigen Unternehmen genutzt werden.

Rainer Suletzki



Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises

Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter von Implementierungsleistungen für Salesforce-Anwendungen und deren nahtlose Integration mit anderen wichtigen Unternehmenssoftwarelösungen bewertet. Solche Integrationen sind oft ein entscheidender Teil der vielschichtigen Systeme, die von großen, global agierenden Unternehmen eingesetzt werden.

Diese umfassende Studie wird die integrale Komplexität der IT-Umgebungen dieser Kunden berücksichtigen, ebenso die Tatsache, dass sie sich stark auf verschiedene Salesforce Clouds aus dem umfangreichen Salesforce-Portfolio verlassen. Diese komplexe Landschaft erfordert einen umfassenden Ansatz für die Umsetzung langfristiger Programme, die sich unter Umständen über mehrere Rollouts in verschiedenen Abteilungen von Unternehmen erstrecken, die in mehreren Regionen und Märkten tätig sind.

Aus funktionaler Sicht umfassen diese Implementierungsdienste die Prozessberatung zur Rationalisierung von Abläufen, das Design zur Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen, die Konfiguration zur Aufrechterhaltung einer optimalen Systemleistung, die Datenbereinigung zur Gewährleistung der Datenqualität und -genauigkeit, die Migration von Altsystemen auf neue Plattformen und Unterstützung bei der Inbetriebnahme für einen reibungslosen Übergang.

Die in diesem Quadranten untersuchten Leistungen tragen entscheidend dazu bei, große, globale Unternehmen in die Lage zu versetzen, das volle Potenzial von Salesforce-Anwendungen auszuschöpfen und ihre Systeme optimal auszurichten, um operative Exzellenz zu erzielen und auf ihren jeweiligen Märkten wettbewerbsfähig zu bleiben.

Auswahlkriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (**Beratung, Konfiguration, Datenmigration und Go-Live**) für alle Salesforce-Produkte
2. **Fundierte Kenntnisse** über die wichtigsten Standardsoftwarepakete zusätzlich zu Salesforce sowie die **Implementierung von End-to-End-Prozessen**
3. Breite **Kompetenzen hinsichtlich Architektur** und Realisierung komplexer Anwendungslandschaften
4. Verfügbarkeit von **vordefinierten Lösungen** und Beschleunigern, vorzugsweise sowohl funktionsorientiert als auch branchenspezifisch
5. Skalierbare **Lieferkapazitäten** für die Betreuung großer Unternehmenskunden
6. Überzeugende Liste von Anwendungsfällen und **Referenzen**



Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises

Beobachtungen

In den letzten Jahren hat der Markt für Dienstleistungen rund um die Salesforce-Plattform kontinuierliches Wachstum verzeichnet. Trotz der mittlerweile abgeflachten Wachstumsraten ist auch weiterhin eine anhaltende Knappheit an qualifizierten Ressourcen mit Salesforce-Expertise zu konstatieren, welche die Anzahl der durchgeführten Implementierungen auch weiterhin negativ beeinflusst. Der jüngste Rückgang der Wachstumsrate hat die Situation etwas entspannt. Im Segment für die Services für Großkunden gab es in Deutschland zuletzt nur wenige Konsolidierungen durch Akquisitionen. Die meisten Einführungen sind Multicloud-Implementierungen, und in einer Reihe von Fällen wird die Salesforce-Plattform als Grundpfeiler für unternehmensweite Innovationen genutzt.

Das Segment für Großkunden wird weiterhin von den großen Systemintegratoren dominiert, die ihre Onshore-Kapazitäten kontinuierlich ausbauen, um die Nähe zu ihren Kunden zu verbessern. Ein Schwerpunkt liegt auf der

bevorstehenden Integration von GenAI mit Salesforce. Dienstleister werden auch weiterhin erhebliche Investitionen tätigen müssen, um mit dem rapiden Innovationstempo Schritt halten zu können.

Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 24 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter 10 Leader und zwei als Rising Star.

accenture

Accenture hat eine starke Stellung im Markt für Großkunden und überzeugt durch ein vollständiges Portfolio sowie die kompetente Unterstützung von Innovationen. Einer von insgesamt 15 Innovation Hubs befindet sich in Deutschland (Essen).

Capgemini

Capgemini bietet eine standardisierte und erprobte Methodik zur Modernisierung von CRM-Systemen, und hier insbesondere für Salesforce. Das Portfolio umfasst zudem eine Reihe von funktional mächtigen vordefinierten Lösungen.

cognizant

Cognizant kann auf ein beachtliches Wachstum in den letzten Jahren verweisen und überzeugt durch den Fokus auf Integration. Das Unternehmen bietet umfassende Services für die Harmonisierung, Konsolidierung und Migration von Daten.

Deloitte.

Deloitte Digital bietet eine bemerkenswerte Kombination aus inhaltlicher und technologischer Kompetenz mit zahlreichen vorkonfigurierten Lösungen und zeichnet sich dank der hohen Präsenz im deutschen Markt durch Kundennähe und Ressourcenverfügbarkeit aus.

HCLTech

HCLTech bietet mehrere überzeugende Lösungen für Innovationen auf Basis der Salesforce-Produktpalette. Ferner legt das Unternehmen in seinen Projekten großen Wert auf die Datenqualität als wesentlichen Faktor für die erfolgreiche Implementierung.

IBM

Auf Basis von Design Thinking bietet **IBM** den Kunden eine überzeugende Methodik sowie Tools zur Entwicklung von Lösungen für definierte Geschäftsanforderungen. Der Fokus auf Innovationen wird durch den zunehmenden Einsatz von GenAI-Komponenten unterstrichen.

Infosys

Das Portfolio von **Infosys** bietet eine Vielzahl von Werkzeugen, welche die Kunden bei der Migration von Legacy-Anwendungen auf die Salesforce-Plattform unterstützen. Für die Nutzung von KI steht das proprietäre Infosys AI Framework zur Verfügung.

pwc

PwC zeichnet sich besonders in den konzeptionellen Phasen der digitalen Transformation mittels Salesforce aus. Das Unternehmen hat zudem ein breites Angebot an vorkonfigurierten Lösungen, basierend auf beachtlicher Branchenexpertise.



Multicloud Implementation and Integration Services for Large Enterprises



Reply hat einen klaren Fokus auf die Implementierung von Salesforce unter Nutzung agiler Methoden sowie umfangreiche Erfahrung mit Multicloud-Projekten. Dabei setzt das Unternehmen in erster Linie auf kundenindividuelle Lösungen.



Wipro bietet eine Reihe von Methoden und Tools, die für effiziente Implementierungen von Salesforce genutzt werden können. Das Unternehmen investiert zudem signifikant in die Nutzung von KI, beispielsweise in gemeinsam mit Kunden betriebene CoEs.



Das Portfolio von **TCS** (Rising Star) beinhaltet eine umfassende Lösungsbibliothek, die auf Branchenanforderungen oder definierte Geschäftsprozesse ausgerichtet ist. TCS hat in letzter Zeit hohe Kompetenz für gemeinsam mit Kunden betriebene Innovationen entwickelt.



Tech Mahindra (Rising Star) bietet eine überzeugende Projektmethodik sowie zahlreiche Templates und Produktivitätstools für die Implementierungsphase sowie eine universelle Lösung für weitgehend regelgesteuerte Datenmigrationen.





Implementation Services for Core Clouds – Midmarket

Implementation Services for Core Clouds – Midmarket

Wer sollte diesen lesen

Dieser Quadrant ist für kleine und mittelständische Unternehmen aller Branchen in Deutschland relevant, die Anbieter von Implementierungsdienstleistungen für die Salesforce Sales Cloud, Salesforce Service Cloud und Salesforce Commerce Cloud evaluieren.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Dienstleister für die Salesforce Core Cloud Implementierung in Deutschland; viele weiten ihre Services auf die gesamte DACH-Region aus. Diese Anbieter verfolgen bei der Implementierung einen agilen Ansatz; sie helfen den Kunden bei der Neugestaltung von Prozessen und unterstützen sie bei der Implementierung von Salesforce-Anwendungen.

Die Anbieter in Deutschland kümmern sich insbesondere um den Ausbau ihrer Expertise, menschenzentriertes Design und GenAI, um Unternehmen erstklassige und maßgeschneiderte Lösungen für ihre spezifischen Anforderungen bieten zu

können. Deutsche Unternehmen wünschen sich Salesforce-Implementierungen mit hervorragender Skalierbarkeit. Die Dienstleister haben die verschiedenen vorhandenen Lösungen konsolidiert, um solchen Anforderungen gerecht zu werden, und fokussieren sich auf branchenrelevante, vorkonfigurierte Multicloud-Lösungen.

Wie ISG beobachtet hat, bevorzugen Unternehmen in Deutschland lokale Dienstleister oder Boutiquefirmen mit Fokus auf Automatisierung und KI, wodurch die Services verbessert werden sollen. Diese Anbieter sind gefragt, weil sie in der Lage sind, Salesforce-Lösungen wie Sales Cloud, Service Cloud, Experience Cloud, MuleSoft und Tableau Analytics innerhalb kurzer Zeit bereitzustellen, ohne den laufenden Betrieb zu stören.



Marketing- und Vertriebsleiter gewinnen aus diesem Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und der Leistungen von Dienstleistern hinsichtlich der Implementierung der Salesforce Sales und Commerce Cloud; der Schwerpunkt liegt dabei insbesondere auf branchenspezifischen Lösungen.



Außendienstleitern hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Services implementieren und ausbauen, um Außendienstabläufe zu verbessern.



IT-Führungskräfte gewinnen aus diesem Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und Fähigkeiten der Anbieter hinsichtlich des Einsatzes von Salesforce Industry Cloud Services sowie von Integrations- und Analyselösungen.

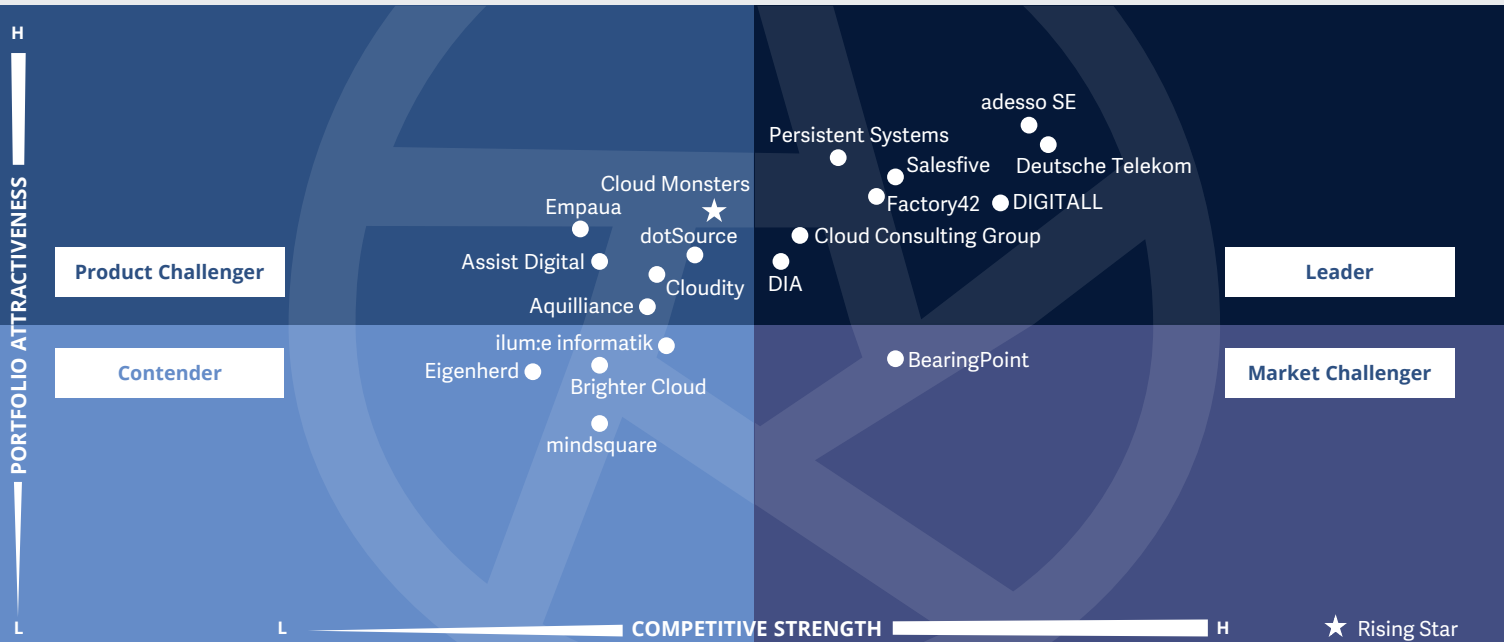


Sicherheits- und Datenexperten hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze bei der Salesforce-Integration einhalten.



Salesforce Ecosystem Partners
Implementation Services for Core Clouds – Midmarket

Deutschland 2024



Dieser Quadrant umfasst Anbieter, die **Implementierungsservices für die Salesforce Core Clouds** anbieten. Sie verfolgen zumeist einen agilen Ansatz für die Implementierung und konzentrieren sich auf **mittelständische und kleine Kunden**.

Rainer Suletzki



Implementation Services for Core Clouds – Midmarket

Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter bewertet, die sich auf die Kernangebote von Salesforce – Sales Cloud, Service Cloud, Commerce Cloud und Community Cloud – spezialisiert haben. Diese Produkte werden oft als Grundlage für die cloudbasierten Services von Salesforce betrachtet. Die Anbieter in dieser Kategorie verfolgen ein agilen Implementierungsansatz; ihre Zielgruppe sind in der Regel mittelständische und kleinere Betriebe. Ihre Anwendungsfälle benötigen nur minimalen Integrationsaufwand; entsprechende Projekte können oft innerhalb weniger Monate abgeschlossen werden.

Die angebotenen Services drehen sich im Wesentlichen um die Umgestaltung von Prozessen mithilfe von Salesforce-Anwendungen. Die Implementierungsservices umfassen Prozessberatung zur Optimierung von Arbeitsabläufen, das Design zur Anpassung von Salesforce-Lösungen, die Konfiguration zur Aufrechterhaltung einer nahtlosen Systemleistung, die Datenbereinigung zur Verbesserung der Datenqualität, die

Datenmigration für einen reibungslosen Umstieg und den Go-Live-Support für eine erfolgreiche Einführung.

Dieser agile Ansatz in Kombination mit dem Fokus auf die Core Clouds von Salesforce eignet sich für mittelständische und kleine Unternehmen mit weniger komplexen Anforderungen. Er passt sich nahtlos an ihre Bedürfnisse an und sorgt für eine schnelle Nutzung der Salesforce-Funktionen und einen verbesserten Betrieb. Durch optimierte Prozesse und die Nutzung dieser Core-Cloud-Produkte können sich Unternehmen effizient auf sich verändernde Marktanforderungen einstellen und innerhalb eines relativ kurzen Zeitraums bessere Ergebnisse erzielen.

Auswahlkriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (**Beratung, Konfiguration, Datenmigration und Go-Live**) für die Salesforce Core Clouds (z.B. für Sales, Service und Commerce Cloud)
2. Durchführung von **Schulungen und Befähigung des Kundenpersonals** zur Nutzung der Anwendung
3. Verfügbarkeit von **vordefinierten Lösungen und Beschleunigern**, vorzugsweise sowohl funktionsorientiert als auch branchenspezifisch
4. Vorhandensein von **Alleinstellungsmerkmalen**
5. Wirtschaftliche Stabilität und umfangreiche **Lieferkapazitäten** zur Betreuung zahlreicher Kunden
6. Überzeugende Liste von **Anwendungsfällen und Referenzen**



Beobachtungen

Das signifikante Wachstum des Marktes für Salesforce-Implementierungen hat in Deutschland inzwischen zu einer vielfältigen Anbieterlandschaft für Implementierungsservices geführt. Obwohl es auch hier zu einigen Übernahmen mittelgroßer Anbieter durch große, global agierende Systemintegratoren gekommen ist, erscheint der Konsolidierungsdruck nicht ganz so ausgeprägt wie in den USA. Implementierungen im Mittelstandsbereich beruhen zumeist auf agilen Methoden und beinhalten verschiedene Cloud-Produkte, wobei die Anforderungen an die Integration in der Regel weniger komplex sind als die von großen Unternehmen.

Viele der großen Systemintegratoren, die sich üblicherweise auf große Unternehmen konzentrieren, sind auch in diesem Segment aktiv. Die Bewertung konzentriert sich jedoch auf die mittelständischen Anbieter, die seitens der mittelständischen Kunden auch vielfach gegenüber den globalen Systemintegratoren bevorzugt werden.

Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 20 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter acht Leader und ein Rising Star.



adesso operiert mit einem global orientierten Liefermodell, welches neben hoher Onshore-Präsenz auch beachtliche Nearshore-Kapazitäten umfasst. Zum leichteren Einstieg bietet adesso eine Reihe von Starterpaketen an.

Cloud Consulting Group

Die **Cloud Consulting Group** hat in den vergangenen Jahren durch zahlreiche Implementierungsprojekte umfangreiche Expertise in sechs Schlüsselbranchen erworben. Das Unternehmen wurde jüngst von der ebenfalls aus Deutschland stammenden Mindcurv-Gruppe übernommen.



Die **Deutsche Telekom** legt einen klaren Schwerpunkt auf vorkonfigurierte Multicloud-Lösungen mit Branchenbezug. Das Unternehmen hat jüngst ein Kompetenzzentrum für die Nutzung von KI-Methoden eingerichtet und kann bereits auf praktische Anwendungen verweisen.

DIA

DIA nutzt eine eigene und auf hohe Effizienz bei der Projektdurchführung ausgerichtete Projektmethodik. Das Unternehmen verfügt über umfassende Erfahrung in mehreren Schlüsselbranchen und unterhält eine enge Partnerschaft mit Salesforce.

DIGITALL

Das Portfolio von **DIGITALL** zeigt eine überzeugende Struktur und basiert auf konkreten, standardisierten Anwendungsfällen. Das Unternehmen verfügt über beachtliche Kompetenz bezüglich der Integration mit Backendsystemen, insbesondere SAP.

Factory42

Factory42 bietet eine Reihe von Salesforce-basierten vorkonfigurierten Lösungen, die zusätzlich um eigenentwickelte Anwendungen erweitert werden können. Neben der Implementierung von Salesforce selbst bietet das Unternehmen auch die Realisierung von Schnittstellen zu ERP-Systemen an.



Implementation Services for Core Clouds – Midmarket

Persistent

Persistent Systems hat ein umfassendes Fach- und Branchenwissen für die Implementierung von Salesforce. Das Unternehmen ist aufgrund des beachtlichen Wachstums inzwischen in der Lage, auch die Anforderungen von global agierenden Großkunden zu erfüllen.

Salesfive

Salesfive verfügt durch beachtliche Kapazität und eine umfangreiche Palette an Zertifizierungen über bemerkenswerte Beratungskompetenz. Salesfive bietet auch die nahtlose Integration mit Drittsystemen, insbesondere Backend-Systemen wie SAP.

Cloud Monsters

Cloud Monsters (Rising Star) hat den Schwerpunkt auf die Core Cloud gelegt und kann dementsprechend umfassende Expertise vorweisen. Die Implementierungsservices von Cloud Monsters decken das gesamte Spektrum an projektbezogenen Tätigkeiten ab.





„Die Deutsche Telekom ist ein überaus leistungsfähiger Anbieter von Salesforce-Implementierungen mit klarer Fokussierung auf mittelständische Kunden.“

Rainer Suletzki

Deutsche Telekom

Übersicht

Die Deutsche Telekom ist einer der größten Anbieter von Technologieleistungen in Europa mit einem besonderen Schwerpunkt in der Telekommunikation. Innerhalb des Konzerns wird das Geschäft rund um Salesforce vom Bereich Telekom MMS abgedeckt; es werden vornehmlich Unternehmen mittlerer Größenordnung adressiert. Die angebotenen Leistungen umfassen den gesamten Lebenszyklus von Salesforce-Anwendungen. Die Deutsche Telekom verfügt über mehr als 160 Consultants mit Salesforce-Erfahrung und insgesamt über 450 Salesforce-Zertifizierungen.

Stärken

Überzeugende Entwicklungsmethodik:

Die Deutsche Telekom hat bezüglich Salesforce einen starken Fokus auf standardnahe Implementierungen, bietet allerdings bei entsprechendem Bedarf auch individuelle Entwicklungen und Erweiterungen auf der Salesforce-Plattform an. Die Vorgehensmethodik kombiniert agile Methoden mit phasenorientierten Elementen, um den jeweiligen Gegebenheiten des Kunden Rechnung zu tragen.

Umfassende Lösungsbibliothek für

Branchenlösungen: Die Deutsche Telekom legt einen klaren Schwerpunkt auf vorkonfigurierte Multicloud-Lösungen mit Branchenbezug. Zu diesem Zweck hat das Unternehmen eine so genannte Asset Library aufgebaut, welche die vielfältigen

existierenden Lösungen aus den jeweiligen Projekten zusammenfasst. Die verschiedenen Lösungen (Assets) können dann in Folgeprojekten zu branchenspezifischen Templates gebündelt werden.

Beachtliche Investitionen in die Nutzung

von KI: Die Deutsche Telekom hat ein Kompetenzzentrum für die Nutzung von KI-Methoden eingerichtet, in dem der Einsatz von Produkten wie Semasuite, Neuroflash und KI-Vision im Zusammenhang mit Implementierungen von Salesforce integriert wird. Für einige wichtige Kunden ist die Integration ihrer eigenen Language-Modelle (LLM) eine wesentliche Anforderung; dabei werden die relevanten Sicherheitsaspekte in kompetenter Weise abgedeckt.

Herausforderungen

Ein weiterer Ausbau der Ressourcenbasis und des Portfolios scheint geboten, um den stetig wachsenden Markt für die Salesforce Core Clouds bedienen zu können und weiterhin einer der Marktführer zu bleiben.





Implementation Services for Marketing Automation

Implementation Services for Marketing Automation

Wer sollte diesen lesen

Dieser Quadrant ist für Unternehmen aller Branchen in Deutschland relevant, die Implementierungsdienstleister für Salesforce Marketing Automation evaluieren.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Provider in Deutschland und zeigt auf, wie sie die wichtigsten Herausforderungen in Deutschland angehen. Diese Anbieter kümmern sich insbesondere darum, Unternehmen bei der direkten, personalisierten Kundenansprache zu unterstützen und so deren Umsatz durch personalisierte Kommunikation zu steigern, und zwar in großem Umfang und über mehrere Kanäle. Salesforce Automation ist oft der Einstiegspunkt für Salesforce-Vorhaben, und wie ISG festgestellt hat, haben die Unternehmen, die Salesforce-Implementierungsleistungen für die Automatisierung suchen, in der Regel keine komplexen Echtzeit-Integrationsanforderungen.

Unternehmen in Deutschland wünschen sich Dienstleister, die in der Lage sind, Greenfield-Projekte und komplexe Implementierungen

durchzuführen; die angebotenen Services umfassen Leistungen wie Übernahme, Analyse und Umstrukturierung mit verbesserter Architektur und zertifiziertem Personal.

ISG hat beobachtet, dass Unternehmen in Deutschland ein breites Spektrum an Cloud Accelerator-Paketen und Best-Practice-Lösungen aus einer Hand beziehen möchten. Die meisten regionalen Dienstleister fokussieren sich auf Beratungsdienste, Technologiedienstleistungen und Managed-Service-Pakete für die Marketingautomatisierung. Für Salesforce Marketing Automation Lösungen bevorzugen Unternehmen Dienstleister mit Fachkenntnissen in allen Marketing-Cloud-Produkten und -Komponenten, wie z.B. Marketing-Cloud-Kundendatenplattformen, Account Engagement, Cloud Intelligence und Personalisierung. Auch Know-how hinsichtlich der direkten Kundeninteraktion über mobile Geräte ist wichtig.



Marketing- und Vertriebsleiter

gewinnen durch diesen Bericht ein besseres Verständnis im Hinblick auf die Implementierung der Salesforce Marketing Cloud, Marketing-Know-how, digitale Erfahrung und Beschleuniger.



Außendienstleiter

erhalten durch diesen Bericht Einblicke in die relative Positionierung der Anbieter bei der Einführung der Salesforce Marketing Cloud und können die technischen Möglichkeiten, die Automatisierungstiefe und die Entwicklungsmethoden vergleichen.



IT-Führungskräfte

sollten diesen Bericht lesen, um die relative Positionierung und Leistungen der Anbieter im Hinblick auf die Einführung von Salesforce Cloud Services sowie Integrations- und Analyselösungen besser zu verstehen.



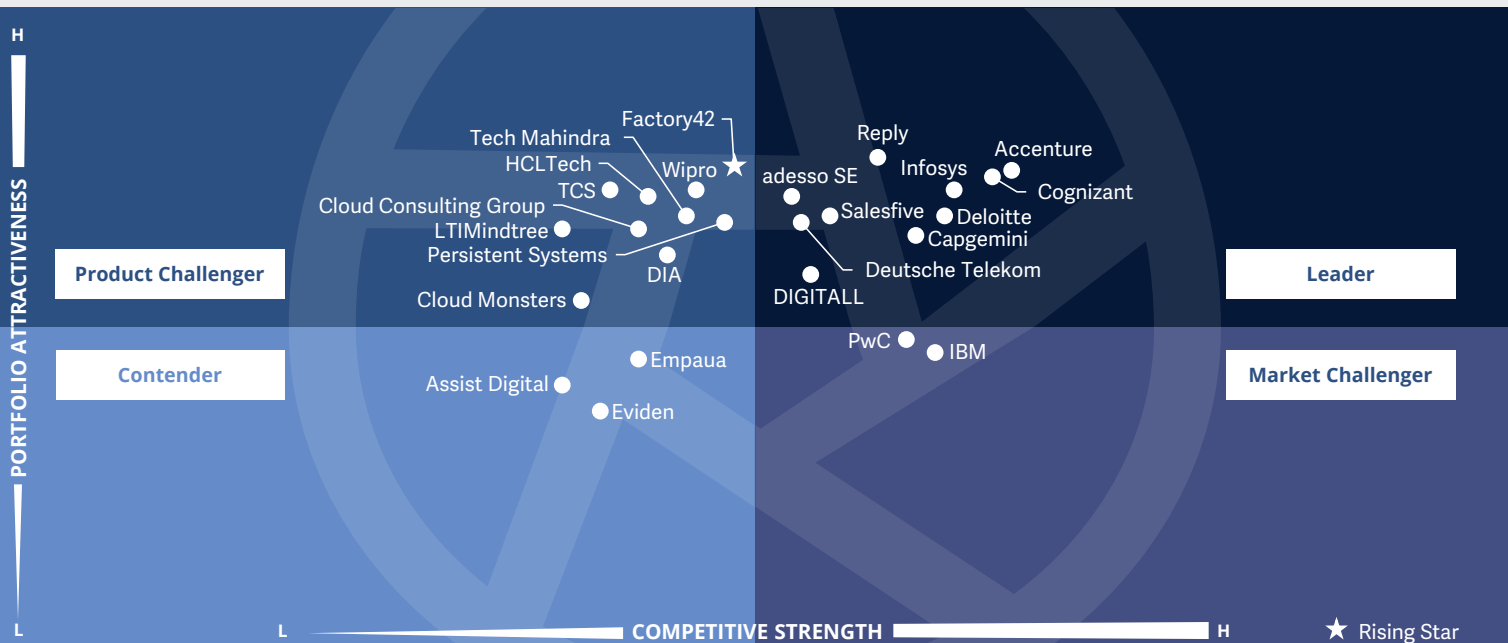
Sicherheits- und Datenexperten

hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze bei der Salesforce-Integration einhalten.



Salesforce Ecosystem Partners
Implementation Services for Marketing Automation

Deutschland 2024



Dieser Quadrant adressiert Anbieter, die **Implementierungsservices für Salesforce Marketing Automation** anbieten sowie auch **Fachwissen in marketingbezogenen Aspekten** wie der Nutzung von Medien und der Durchführung von Multi-Channel-Kampagnen vorweisen können.

Rainer Suletzki



Implementation Services for Marketing Automation

Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die sich auf die Salesforce Marketing Cloud spezialisiert haben und ein breites Spektrum an Implementierungsszenarien abdecken, von einer minimalen Echtzeit-Integration in eine komplexe Systemlandschaft bis hin zu schwierigeren Projekten mit der Salesforce Marketing Cloud als Basis für anspruchsvolle E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Initiativen. Solche Szenarien erfordern eine tiefe Integration in die IT-Landschaft des Kunden.

Kompetenzen hinsichtlich marketingspezifischer Aspekte wie Mediennutzung und Multichannel-Strategien sind in diesem Quadranten von größter Bedeutung. Die Integration mit den Endkunden geht oft mit einem hohen Transaktionsvolumen einher, und so ist die Prozessautomatisierung ein kritischer Erfolgsfaktor.

Die angebotenen Implementierungsservices umfassen Prozessberatung zur Optimierung von Marketingstrategien, das Design zur Anpassung von Salesforce-Lösungen,

die Konfiguration für eine nahtlose Performance, die Datenbereinigung zur Verbesserung der Datenqualität und die Datenmigration für den reibungslosen Umstieg. Diese Leistungen beinhalten auch die Unterstützung bei der Inbetriebnahme, um eine erfolgreiche Einführung zu gewährleisten.

Die Anbieter in diesem Quadranten spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Unternehmen dabei zu helfen, das Potenzial der Salesforce Marketing Cloud sowohl bei einfachen Implementierungen als auch bei komplexen, datenintensiven Omnichannel-Marketinginitiativen auszuschöpfen. Sie sorgen dafür, dass mit den Marketing-Fähigkeiten durch eine effiziente Feinabstimmung in einem wettbewerbsintensiven Umfeld die bestmöglichen Ergebnisse erzielt werden können.

Auswahlkriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (**Beratung, Konfiguration, Datenmigration und Go-Live**) für die Salesforce Marketing Cloud, Pardot und für marketingspezifische Aspekte wie Informationserfassung, Kundenerfahrung, Optimierung der digitalen Customer Journey und Automatisierung von Kundeninteraktionen
2. Durchführung von **Schulungen und Befähigung des Kundenpersonals** zur Nutzung der Anwendung
3. Verfügbarkeit von **vordefinierten Lösungen und Beschleunigern**, vorzugsweise sowohl funktionsorientiert als auch branchenspezifisch
4. Vorhandensein von **Alleinstellungsmerkmalen**
5. Wirtschaftliche **Stabilität und umfangreiche Lieferkapazitäten** zur Betreuung zahlreicher Kunden
6. Überzeugende Liste von **Anwendungsfällen und Referenzen**



Implementation Services for Marketing Automation

Beobachtungen

Implementierungsservices für die Automatisierung von Marketingprozessen mittels Salesforce haben zu berücksichtigen, dass viele Marketingaktivitäten direkte Interaktionen mit Endverbrauchern von Produkten und Dienstleistungen umfassen. Dies führt zu großen Datenmengen und einem erhöhten Bedarf an effizienten und mobilen Lösungen. Daher sind diesbezügliche Fähigkeiten wesentlich für führende Anbieter in diesem Quadranten. Ihre Kenntnisse in Marketing Cloud Account Engagement (früher Pardot) sind ebenfalls ein wichtiger Erfolgsfaktor für diese Art der Implementierung. Einige der großen Marketingagenturen mit ihrer starken Branchenexpertise und Erfahrung mit Salesforce können auch als wichtige Wettbewerber für die eher technologisch orientierten Anbieter in diesem Markt angesehen werden. Während alle globalen Systemintegratoren naturgemäß umfassende Fähigkeiten im Hinblick auf Marketingfunktionen bieten, verfügen auch einige der mittelgroßen Dienstleister, die im Markt für Salesforce-Implementierungen

tätig sind, über eine beachtliche Kompetenz in diesem Bereich. Generell haben allerdings die Zertifizierungen für die entsprechenden Salesforce-Produkte durchaus noch Potenzial für künftige Verbesserungen.

Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 25 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter zehn Leader und ein Rising Star.

accenture

Accenture bietet in seinen marketingbezogenen Implementierungsprojekten eine hohe Skalierbarkeit und investiert in Zusammenarbeit mit Salesforce erheblich in die Nutzung von GenAI zur Analyse von kundenbezogenen Daten.

adesso

adesso nutzt eine für Marketingfunktionen spezifische Entwicklungsmethodik. Im Unterschied zu manchen Wettbewerbern setzt adesso auch im Bereich der Marketing Cloud auf die Projektunterstützung durch vordefinierte Lösungen.

Capgemini

Capgemini verfügt über umfangreiche Erfahrung mit der Implementierung von Lösungen für das Marketing mit Salesforce und bietet eine Reihe von Methoden, Assets und Fähigkeiten, mit denen Unternehmen die Interaktion mit ihren Endkunden gestalten können.

cognizant

Cognizant bietet vordefinierte Lösungen für Marketing sowie Managed Services, beispielsweise für die Durchführung von Marketingkampagnen. Das Unternehmen legt einen starken Fokus auf datenorientierte Services wie Datenmodellierung und Datenbereinigung.

Deloitte.

Deloitte Digital hat eine starke Bilanz bei der Beratung und Implementierung von Lösungen für die Marketingfunktionen in großen Unternehmen. Das Portfolio umfasst kompetente Services für datengetriebene Marketingstrategien.

T

Die **Deutsche Telekom** deckt mit ihrem Angebot das Design und die Implementierung von Lösungen auf Basis der Marketing-Komponenten von Salesforce kompetent ab. Hinzu kommt die überzeugende Nutzung von KI-Methoden im Kontext des Marketings.

DIGITALL

DIGITALL unterstützt die Marketingfunktionen im Unternehmen durch zahlreiche standardisierte Anwendungsfälle und darauf basierende Salesforce-Implementierungen in überzeugender Weise. DIGITALL verfügt auch über tiefes Know-how hinsichtlich Customer Analytics.



Implementation Services for Marketing Automation



Infosys verwendet in den Implementierungen zahlreiche Templates mit für Marketingfunktionen spezifischen Referenzarchitekturen. Zudem bietet das Unternehmen eine Reihe von branchenspezifischen Lösungen für die Marketingautomatisierung.



Neben der Implementierung der Marketing Cloud verfügt **Reply** über umfassende Kompetenzen in der Nutzung weiterer innovativer Technologien. Reply bietet auch die Implementierung datengetriebener Analysen im Marketing.

Salesfive

Das Portfolio von **Salesfive** umfasst funktional überzeugende vorkonfigurierte Lösungen zur Produktivitätssteigerung im Marketing. Salesfive setzt angesichts der im Marketing üblicherweise großen Datenvolumina in hohem Maße auf Automatisierungslösungen.

Factory42

Factory42 (Rising Star) verfügt über weitreichende Kompetenzen in der Gestaltung der personalisierten Kundenkommunikation. Das Portfolio bietet außerdem eine Reihe von standardisierten Starter-Paketen für den Einstieg in die Nutzung der Marketing Cloud.





„Die Deutsche Telekom bietet hohe funktionale und technische Kompetenz für die Implementierung der Salesforce Marketing Cloud.“

Rainer Suletzki

Deutsche Telekom

Übersicht

Die Deutsche Telekom ist einer der größten Anbieter von Technologieleistungen in Europa mit einem besonderen Schwerpunkt in der Telekommunikation. Innerhalb des Konzerns wird das Geschäft rund um Salesforce vom Bereich Telekom MMS abgedeckt; es werden vornehmlich Unternehmen mittlerer Größenordnung adressiert. Die angebotenen Leistungen umfassen den gesamten Lebenszyklus von Salesforce-Anwendungen. Die Deutsche Telekom verfügt über mehr als 160 Consultants mit Salesforce-Erfahrung und insgesamt über 450 Salesforce-Zertifizierungen

Stärken

Schwerpunkt Marketing: Als Anbieter, der einen Schwerpunkt auf marketingspezifische Anforderungen setzt, ist die Deutsche Telekom dafür prädestiniert, das Design und die Implementierung von Lösungen auf Basis der Marketing-Komponenten der Salesforce-Produktpalette kompetent abzudecken. Neben der Marketing Cloud sind insbesondere die Data Cloud sowie Marketing Cloud Account Engagement (vormals Pardot) zu nennen.

Beachtlicher Zertifizierungsstatus:

Die Deutsche Telekom hat inzwischen einen umfangreichen Bestand an Salesforce-Zertifizierungen aufgebaut, die auch den Bereich der Automatisierung von Marketing-Lösungen mittels Pardot einschließen.

Überzeugende Nutzung von KI-Methoden:

Die Deutsche Telekom hat bereits früh in die Nutzung von KI-Methoden im Kontext des Marketings investiert. Die entsprechenden Funktionalitäten werden konsequent in die kundenbezogenen Prozesse integriert, um auf diese Weise die vorhandene Datenbasis im Kundenunternehmen zur Steigerung der Marketingeffektivität nutzbar zu machen, z.B. mittels eines umfassenden Customer360-Dashboards. Auch die Produkte von Drittanbietern wie beispielsweise neuroflash kommen in diesem Zusammenhang zur Anwendung.

Herausforderungen

Die Nutzung von Automatisierungslösungen zur effizienten Verarbeitung der im Marketing vielfach großen Datenmengen sollte weiter intensiviert werden.

Die Interaktion mit dem Endkunden mittels mobiler Anwendungen sollte im Portfolio der Deutschen Telekom einen höheren Stellenwert bekommen.





Managed Application Services for Large Enterprises

Managed Application Services for Large Enterprises

Wer sollte diesen lesen

Dieser Quadrant ist für Großunternehmen jeglicher Branchen in Deutschland relevant, die Anbieter von Salesforce Managed Application Services evaluieren.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktposition dieser Provider in Deutschland. Diese Studie betrachtet Anbieter, die zusätzliche Dienstleistungen anbieten, u.a. administrative Unterstützung, Beschleuniger für die Entwicklung und Nutzung, Entwicklungsdienstleistungen, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.

Traditionelle Managed Services umfassen vor allem Outsourcing-Aktivitäten wie Vor-Ort- oder Remote-Support und Anwendungsüberwachung. Für die kompetente Verwaltung ihrer Salesforce-Plattformen wünschen Unternehmen sich Dienstleister, die die IT-Kosten unter Kontrolle halten und die Plattform effizient warten können. Es sind zudem Provider gefragt, die die Anwendungen, Lizenzen und Upgrades managen, Anwendersupport bieten und in die Plattformen integrierte Geschäftsanwendungen entwickeln.

Die in Deutschland ansässigen Dienstleister legen großen Wert auf den Ausbau von KI-Funktionen für eine optimierte Code-Interpretation und -Standardisierung, um die volle Produktivität der Teams auszuschöpfen. Managed Services entwickeln sich von der reinen Fehlerbehebung hin zu kontinuierlichen Verbesserungen, was die Plattformkosten erheblich senkt und zu einer schnelleren Einführung für Großkunden führt.

Großunternehmen in Deutschland bevorzugen Service Provider, die im Rahmen von Managed Application Services Implementierungs-, Migrations-, Integrations-, Prozess-Reengineering-, Plattform-, QS- und Test- sowie Support- und Wartungsdienste anbieten.

Wie ISG beobachtet hat, unterstützen die Dienstleister ihre Kunden bei der Optimierung der Salesforce-Lizenzkosten mit Beratungsleistungen, Verhandlungen, Portalen von Drittanbietern und modularer Lizenzierung.



Marketing- und Vertriebsleitern hilft dieser Bericht, die Fähigkeiten der Servicepartner in den Bereichen Verwaltungsunterstützung, Beschleuniger, Dienstleistungen, proaktive Überwachung und Beratungsdienste effektiv zu analysieren.



Außendienstleitern hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Services implementieren und das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT-Führungskräfte sollten diesen Bericht lesen, um die Fähigkeiten von Managed Services-Anbietern besser zu verstehen und ihre technischen Fähigkeiten bei der Fern- und Vor-Ort-Überwachung vergleichen zu können.

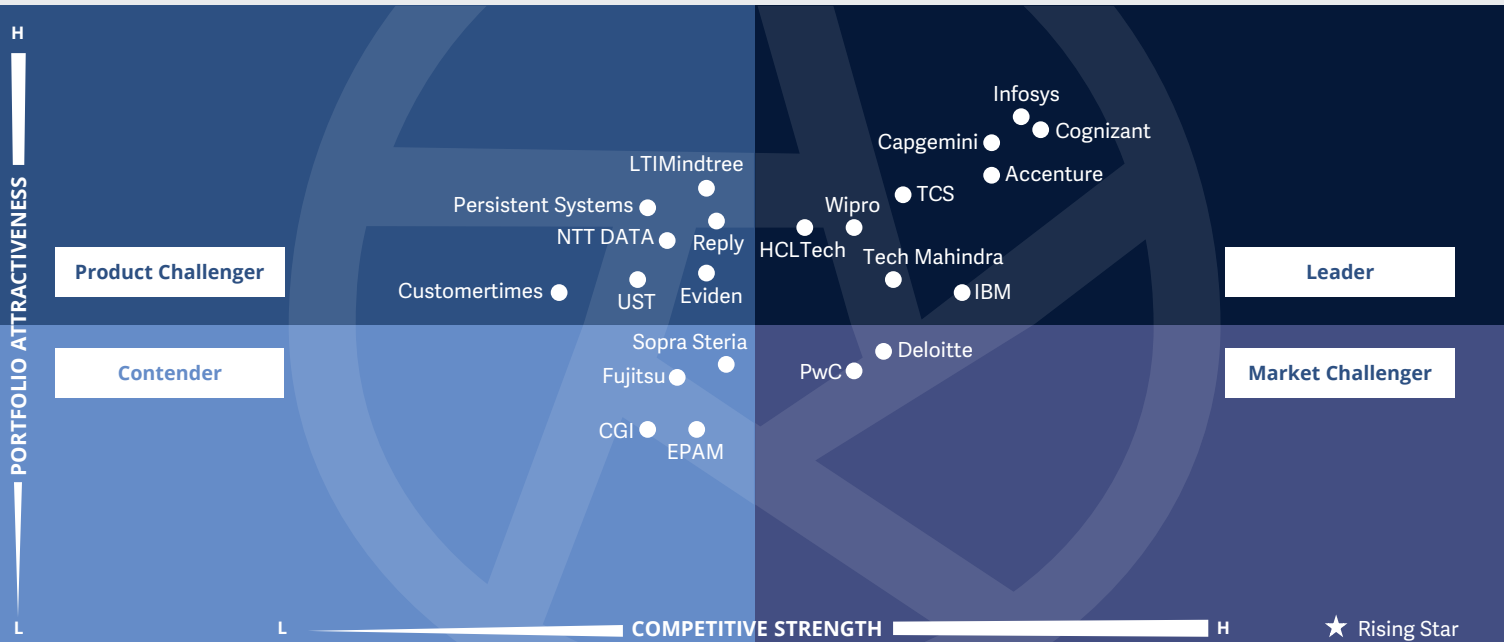


Sicherheits- und Datenexperten hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze bei der Salesforce-Integration einhalten.



**Salesforce Ecosystem Partners
Managed Application Services for Large Enterprises**

Deutschland 2024



Dieser Quadrant bewertet die Fähigkeiten von Service-Providern, **Managed Application Services** für Salesforce-Anwendungen von **global agierenden Großkunden** mit komplexen Anwendungslandschaften zu erbringen.

Rainer Suletzki



Managed Application Services for Large Enterprises

Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter von Managed Application Services für Wartung und Support bewertet, z.B. kontinuierliche Überwachung, Remote-Support, zentrales Management von Salesforce-Anwendungen, sorgfältiges Datenqualitätsmanagement sowie Datensicherheit und Compliance-Aspekte.

Für Großunternehmen werden diese Managed Services erweitert, um die globale Abdeckung und die inhärente Komplexität der Anwendungslandschaften zu berücksichtigen. Solche Landschaften umfassen oft eine Vielzahl von Lösungen verschiedener Softwareanbieter; dadurch wird die zentrale Verwaltung und Unterstützung zu einem anspruchsvollen, aber notwendigen Unterfangen.

Ein wichtiger Schwerpunkt in diesem Quadranten sind kontinuierliche Verbesserungen und Innovationen hinsichtlich der angebotenen Lösungen. Ziel ist es, die Wertschöpfung für Unternehmen nachhaltig zu steigern. Bei diesen Managed Application

Services werden die Hauptverantwortlichkeiten im Rahmen streng definierter SLAs auf den Dienstleister übertragen.

Die Anbieter in diesem Quadranten bilden das Rückgrat des Salesforce-Betriebs in Großunternehmen und sorgen nicht nur für den kontinuierlichen Betrieb wesentlicher Funktionen, sondern auch für einen höheren Geschäftswert. Gleichzeitig sind sie für die Wahrung der Datenintegrität, der Sicherheit und der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften in der komplexen, globalen Landschaft des Kunden verantwortlich.

Auswahlkriterien

1. Nachgewiesene Erfahrung in der operativen Unterstützung von End-to-End-Prozessen über **komplexe Anwendungslandschaften** hinweg mit besonderem Schwerpunkt auf Salesforce-Produkte
2. Verfügbarkeit einer **soliden Methodik** und umfassende Tool-Unterstützung mit hohem Automatisierungsgrad
3. Skalierbare **Lieferkapazitäten** für die Betreuung großer Unternehmenskunden
4. Bereitstellung von **ausgereiften Preis- und Vertragsmodellen** mit Schwerpunkt auf ergebnisorientierten Ansätzen und kontinuierlicher Verbesserung
5. Überzeugende Liste von **Anwendungsfällen und Referenzen**



Managed Application Services for Large Enterprises

Beobachtungen

Ähnlich wie bei den Implementierungsservices für Großunternehmen ist die Abdeckung der Integrationsanforderungen innerhalb von anspruchsvollen Anwendungslandschaften ein wichtiger Faktor für die Stärke der Anbieter von Managed Application Services. Infolgedessen dominieren die großen Systemintegratoren auf diesem Markt, da sie in der Regel die Unterstützung für End-to-End-Prozesse über verschiedene Softwarepakete bereitstellen können. Diese End-to-End-Fähigkeiten sollten auch die vielfältigen Produkte unabhängiger Softwareanbieter (ISVs) umfassen, die von großen Unternehmen für Funktionen genutzt werden, die nicht in den standardmäßigen Salesforce-Angeboten enthalten sind. In der Vergangenheit lag der Schwerpunkt bei solchen Services vielfach auf Kostensenkung durch Effizienzsteigerung im IT-Betrieb. Inzwischen müssen Kunden allerdings auch die zugrunde liegenden Geschäftsprozess optimieren, um zusätzlichen Mehrwert über technologiegetriebene Aspekte hinaus zu

erzielen. Ein weiterer Aspekt ergibt sich dadurch, dass viele Kunden ihre Salesforce-Lizenzkosten als recht hoch empfinden. Dies zeigt sich in der hohen Nachfrage nach Beratungsleistungen, die darauf abzielen, die Lizenznutzung zu optimieren und die damit verbundenen Kosten zu reduzieren. Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 22 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter neun Leader.

accenture

Accenture bietet neben einem globalen Liefermodell mit ausgewogener Kostenstruktur eine starke Marktpräsenz in Deutschland und verfügt ferner über eine umfassende Bibliothek von Tools für die Steigerung der Produktivität beim Management von Salesforce-Instanzen.

Capgemini

Das Angebot von **Capgemini** beinhaltet eine umfassende Methodik für den Betrieb von Anwendungen, einschließlich zugehöriger Toolunterstützung. Capgemini unterstützt die Kundenunternehmen zudem mit umfangreichen SIAM-Leistungen (Service Integration & Management).

cognizant

Das Portfolio von **Cognizant** umfasst zahlreiche Tools, die speziell für das Application Management von Salesforce-Instanzen entwickelt wurden. Cognizant bietet außerdem Services zur Optimierung der genutzten Lizenzen.

HCLTech

HCLTech setzt im Betrieb von komplexen Anwendungslandschaften ein selbstentwickeltes Framework ein, welches kostengünstige und effiziente Services ermöglicht. HCLTech bietet zudem verschiedene Leistungen in einem As-a-Service-Modus an.

IBM

IBM verfügt über zahlreiche Delivery Center in allen relevanten Regionen und bietet damit ein leistungsfähiges globales Liefermodell. Das Portfolio bietet eine Vielzahl von produktivitätssteigernden Tools, die ein effizientes Anwendungsmanagement unterstützen.



Managed Application Services for Large Enterprises



Das Portfolio von **Infosys** bietet eine Vielzahl von Tools, die ein effizientes Anwendungsmanagement unterstützen. In den Managed Application Services werden leistungsfähige Automatisierungstools eingesetzt, um eine hohe Stabilität der Geschäftsprozesse zu erreichen.



Das globale Liefermodell von **TCS** kombiniert die dedizierte Onshore- und Nearshore-Präsenz in vielen Ländern mit bemerkenswerten Offshore-Kapazitäten. Das kommerzielle Modell bietet verschiedene Optionen für eine ergebnisbasierte Preisgestaltung.



Tech Mahindras Modell für das Management von Salesforce-Anwendungen ist als As-a-Service-Modell konzipiert, bietet also Support und Wartung zu flexiblen Preisen. Das Supportmodell kann auch auf die Nutzung der von ISVs angebotenen Lösungen ausgeweitet werden.



Die Bereitstellung geeigneter Werkzeuge zur Effizienzsteigerung ist ein Schwerpunkt im entsprechenden Portfolio von **Wipro**. Das Unternehmen unterstützt zudem das Datenmanagement der Kunden mit ausgefeilten Methoden für das Data Engineering und Data Lifecycle Management.





Managed Application Services for Midmarket

Managed Application Services for Midmarket

Wer sollte diesen lesen

Dieser Quadrant ist für kleine und mittelständische Unternehmen jeglicher Branchen in Deutschland relevant, die Anbieter von Salesforce Managed Application Services evaluieren.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktposition dieser Provider in Deutschland. Traditionelle Managed Services umfassen vor allem Outsourcing-Aktivitäten wie Vor-Ort- oder Remote-Support und die Anwendungsüberwachung. Diese Studie betrachtet Anbieter, die zusätzliche Dienstleistungen anbieten, darunter administrative Unterstützung, Beschleuniger für die Entwicklung und Nutzung, Entwicklungsdienstleistungen, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.

Unternehmen in Deutschland sind auf der Suche nach Dienstleistern, die Lizenzen mit Projektumsetzung und anschließendem Betrieb als kombiniertes Full-Service-Angebot offerieren können. Mit hochflexiblen und kosteneffizienten Modellen adressieren die

Service Provider diese Anforderung und unterstützen den laufenden Betrieb von Salesforce-Anwendungen.

Deutsche Dienstleister erweitern ihre Onsite-, Onshore-, Nearshore- und Offshore-Kapazitäten sowie ihr technisches, funktionales und branchenspezifisches Know-how, um Unternehmen umfassende und erweiterte Möglichkeiten zur Kostenoptimierung bieten zu können.



Marketing- und Vertriebsleitern hilft dieser Bericht dabei, die Fähigkeiten von Dienstleistern bei der Implementierung von verwalteten Salesforce Application Services effektiv zu analysieren; insbesondere mit Blick auf erweiterte Managed Service Leistungen.



Außendienstleiter erfahren aus diesem Bericht, wie Dienstleister die Salesforce Service Cloud implementieren und unter Einsatz der Salesforce Services das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT-Verantwortliche können anhand dieses Berichts die technische Kompetenz der Anbieter vergleichen, u.a. in Bereichen wie Monitoring, Beschleuniger, Reaktion auf Vorfälle, Automatisierung und Entwicklungsmethoden.

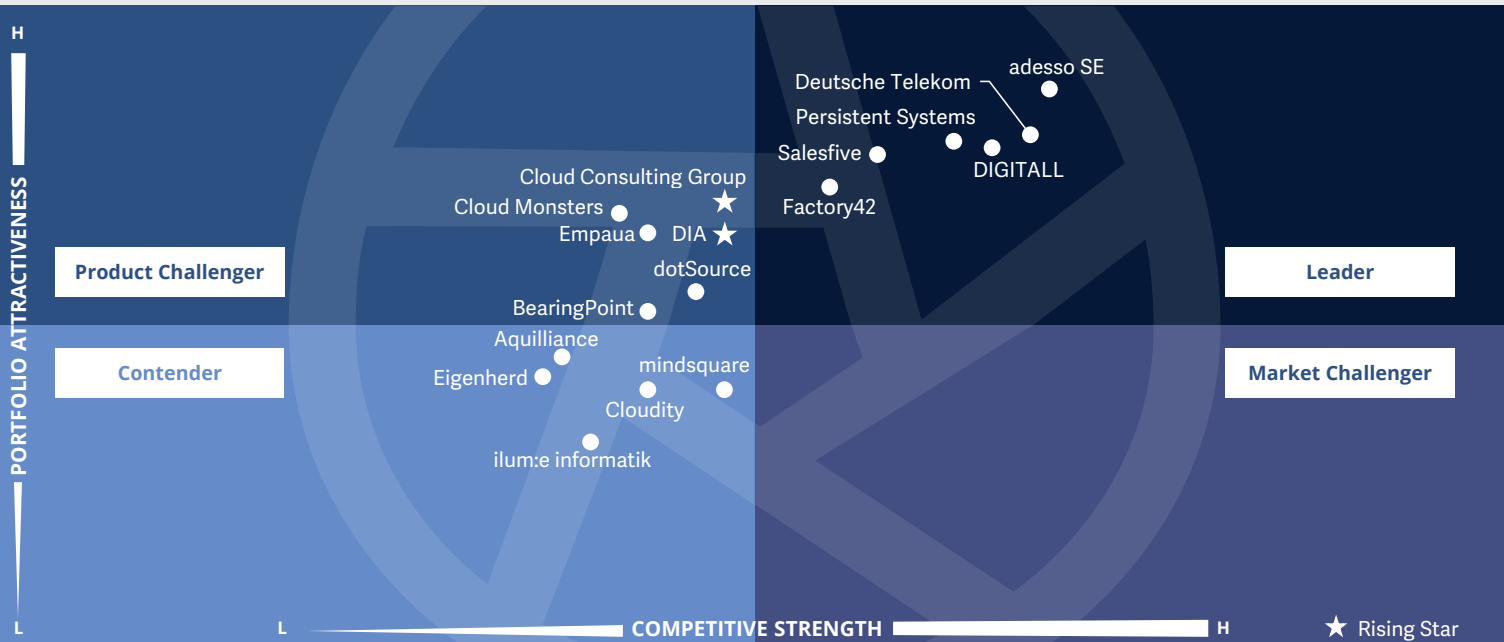


Sicherheits- und Datenexperten hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze für die Salesforce-Integration einhalten.



Salesforce Ecosystem Partners
Managed Application Services for Midmarket

Deutschland 2024



Dieser Quadrant adressiert Anbieter, die **Managed Services** für die Wartung und Unterstützung von Salesforce-Anwendungen für **mittelständische Unternehmen** anbieten. Dies umfasst Dienstleistungen sowie Aspekte der **Datensicherheit und Compliance**.

Rainer Suletzki



Definition

In diesem Quadranten geht es vor allem um die Fähigkeit der Anbieter zur Bereitstellung von Managed Application Services, die wichtige Wartungs- und Supportfunktionen umfassen, welche ein umfassendes Spektrum an Leistungen abdecken, u.a. Überwachung, Remote-Support, zentralisierte Verwaltung von Salesforce-Anwendungen, Datenqualitätsmanagement und Datensicherheit sowie Compliance.

Mittelständische Kunden haben oft geringere Integrationsanforderungen und agieren auch oft in einer bestimmten Region. Sie brauchen eine starke regionale Unterstützung, und die Anbieter in diesem Quadranten sind in der Lage, diese Anforderungen zu erfüllen.

Ein wesentlicher Aspekt in diesem Quadranten ist die kontinuierliche Verbesserung der angebotenen Lösungen. Die Anbieter sind ständig bestrebt, ihre Dienstleistungen zu verbessern und Innovationen einzuführen, um einen Mehrwert für ihre Kunden zu schaffen.

Ständige Verbesserungen und Anpassungen sind in einem sich rasch entwickelnden Umfeld von entscheidender Bedeutung.

Managed Application Services zeichnen sich dadurch aus, dass wichtige Aufgaben an einen speziellen Dienstleister übertragen werden. Diese Leistungen werden im Rahmen genau definierter SLAs angeboten, die sicherstellen, dass die Erwartungen der Kunden stets erfüllt bzw. übertroffen werden.

Die Anbieter in diesem Quadranten haben insbesondere einen regionalen Fokus und bieten maßgeschneiderten Support für mittelständische Kunden; gleichzeitig kümmern sie sich um die komplexen Salesforce-Anwendungen, die Datenqualität und die Compliance-Anforderungen. Diese Faktoren tragen zum kontinuierlichen Wachstum und Unternehmenserfolg ihrer Kunden bei.

Auswahlkriterien

1. Nachgewiesene Erfahrung in der **operativen Unterstützung von Anwendungslandschaften** mit besonderem Schwerpunkt auf Salesforce-Produkten
2. Verfügbarkeit einer **soliden Methodik** und **umfassende Tool-Unterstützung** mit hohem Automatisierungsgrad
3. **Wirtschaftliche Stabilität** und **umfangreiche Lieferkapazitäten** zur Betreuung zahlreicher Kunden
4. Bereitstellung von **ausgereiften Preis- und Vertragsmodellen** mit Schwerpunkt auf ergebnisorientierten Ansätzen und kontinuierlicher Verbesserung
5. Überzeugende Liste von **Anwendungsfällen und Referenzen**



Managed Application Services for Midmarket

Beobachtungen

Aus funktionaler Sicht sind die Managed Application Services, die sich auf SaaS-Produkte wie Salesforce beziehen, im Vergleich zu herkömmlichen On-Premises-Produkten weniger komplex. Dies liegt unter anderem daran, dass ein erheblicher Teil des Anwendungsmanagements vom Softwareanbieter Salesforce selbst übernommen wird. Während Salesforce alle plattformbezogenen Aspekte wie Datenbankmanagement oder Leistungsmanagement überwacht, bieten Service Provider Unterstützung bei Upgrades, Datenmengen- und Lizenzmanagement, Benutzerschulungen und bei Bedarf auch beim Management verschiedener Schnittstellen. Aufgrund dieses engeren Umfangs priorisieren einige mittelgroße Anbieter Implementierungsservices gegenüber Managed Application Services. Im Gegensatz zum Segment der Großunternehmen ist die Nachfrage nach End-to-End-Prozessen über Plattformen hinweg für mittelständische

Kunden etwas weniger entscheidend, da ihre Anwendungsumgebungen in vielen Fällen weniger komplex sind.

Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 18 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter sechs Leader und zwei Rising Stars.



adesso bietet ein Supportmodell mit Fokus auf Kundennähe und Qualität. Konsequenterweise werden die Services aus einem innerdeutschen Standort erbracht. adesso legt großen Wert auf die Erreichung von messbaren Wertbeiträgen im operativen Betrieb.



Die **Deutsche Telekom** bietet ein flexibles und für die Kostenoptimierung besonders geeignetes Modell für die Unterstützung des laufenden Betriebs von Salesforce-Anwendungen, einschließlich der Unterstützung von Prozessketten über alle Salesforce-Produkte hinweg.

DIGITALL

Das Portfolio von **DIGITALL** ist in einer modularen Struktur konzipiert, wobei der Kunde die konkrete Servicevereinbarung selbst flexibel zusammenstellen kann. Das Preismodell ermöglicht die Vereinbarung eines überwiegend festpreisbasierten Application Supports.

Factory42

Factory42 bietet den Applikations-Support für Salesforce-basierte Anwendungen auf Basis eines gut strukturierten Kataloges an. Das Portfolio beinhaltet zudem ein umfangreiches Angebot für die Qualifizierung und das Enablement der Mitarbeiter auf Kundenseite.



Die Managed Application Services von **Persistent Systems** umfassen alle relevanten Komponenten mit der Option, die Leistungserbringung durch dedizierte Teams zu wählen. Persistent Systems setzt konsequent auf die Nutzung von Automatisierung zur Effizienzsteigerung.

Salesfive

Das Portfolio von **Salesfive** bietet das komplette Spektrum von Supportleistungen, einschließlich der Verknüpfung mit Backend-Systemen. Salesfive bietet dabei feste Reaktionszeiten, die mit dem Kunden bindend vereinbart werden.

Cloud Consulting Group

Das Portfolio der **Cloud Consulting Group** (Rising Star) bietet den Kunden flexible Servicemodelle und eine überzeugende Post-Deployment-Optimierung. Aufgrund des Mergers mit Mindcurv hat das Unternehmen beachtliches Potenzial für künftiges Wachstum.

DIA

DIA (Rising Star) bietet ein umfassendes Portfolio an Managed Application Services, bei dem in langjährigen Kundenengagements vielfach Projekt und Betrieb geschickt miteinander verknüpft werden. Zudem legt DIA großen Wert auf die Schulung der Mitarbeitenden des Kunden.





„Die Deutsche Telekom ist ein hochqualifizierter Anbieter von Full-Service-Paketen für Salesforce-Anwendungen mit klarem Fokus auf mittelständische Kunden in Europa.“

Rainer Suletzki

Deutsche Telekom

Übersicht

Die Deutsche Telekom ist einer der größten Anbieter von Technologieleistungen in Europa mit einem besonderen Schwerpunkt in der Telekommunikation. Innerhalb des Konzerns wird das Geschäft rund um Salesforce vom Bereich Telekom MMS abgedeckt; es werden vornehmlich Unternehmen mittlerer Größenordnung adressiert. Die angebotenen Leistungen umfassen den gesamten Lebenszyklus von Salesforce-Anwendungen. Die Deutsche Telekom MMS verfügt über mehr als 160 Consultants mit Salesforce-Erfahrung mit insgesamt über 450 Salesforce-Zertifizierungen.

Stärken

Unterstützung von Integrationsaspekten: Die Deutsche Telekom überzeugt im Application Management durch die Unterstützung von Prozessketten über alle Salesforce-Produkte hinweg. Zudem wird die Verknüpfung von Salesforce mit Backend-Systemen wie SAP sowie Servicemanagementsystemen wie ServiceNow ebenfalls überzeugend berücksichtigt.

Eigene Trainingsakademie: Die Deutsche Telekom betreibt eine eigene Salesforce-Trainingsakademie, die sowohl den eigenen Mitarbeitern als auch den Mitarbeitern von Kundenunternehmen die entsprechende Qualifizierung ermöglicht. Dies ist die Grundlage für einen stabilen operativen Betrieb, bei dem wesentliche Funktionen vom Kunden selbst übernommen werden können.

Ausgefeiltes Supportmodell mit großer

Kundenbasis: Die Deutsche Telekom bietet ein für die Kunden äußerst flexibles und für die Kostenoptimierung besonders geeignetes Modell für die Unterstützung des laufenden Betriebs von Salesforce-Anwendungen. Zudem verfügt der Anbieter als Salesforce-Reseller über die Möglichkeit, Lizenzen mit Projektimplementierung und anschließendem Betrieb als kombiniertes Full-Service-Angebot zu offerieren. Die Telekom betreut mit diesem Modell überwiegend langjährige Kundenengagements, welche alle Aspekte von der Implementierung über den operativen Betrieb bis hin zur Erweiterung umfassen.

Herausforderungen

Um die stetig wachsende Nachfrage nach Application Management Services für Salesforce abdecken zu können, sollte die Deutsche Telekom weiter in den Aufbau von Nearshore-Ressourcen investieren, um die Kostenposition bei gleicher Kundennähe weiter zu verbessern.





Implementation Services for Industry Clouds

Wer sollte diesen lesen

Dieser Bericht ist für Unternehmen jeglicher Branchen in Deutschland relevant, die Anbieter von Implementierungs- und Integrations-Dienstleistungen für Industry Clouds evaluieren. Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung von Dienstleistern in Deutschland und zeigt auf, wie die wichtigsten Herausforderungen hinsichtlich der Implementierung von Industry Clouds für Salesforce-Produkte angegangen werden.

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter von Implementierungsservices bewertet, die sich auf branchenspezifische Cloud-Produkte von Salesforce wie die Financial Services Cloud und die Health Cloud fokussieren. Branchenspezifische Fähigkeiten und geeignete Beschleuniger sind wichtige Erfolgsfaktoren für dieses Segment. Die Service Provider müssen zudem in der Lage sein, umfassende Lösungen auf Grundlage der verschiedenen Salesforce-Produkte zu entwickeln, die für die spezifische Situation des Kunden relevant sind. Da Salesforce

seine Angebote derzeit auf eine stärkere Vertikalisierung ausrichtet, wird dieses Thema bei künftigen Implementierungen hohe Priorität haben. Aus funktionaler Sicht umfassen die Implementierungsdienste Prozessberatung, Design, Konfiguration, Datenbereinigung, Migration und die Unterstützung bei der Inbetriebnahme. Die Optimierung der Lizenzkosten ist in diesem Zusammenhang ein weiterer kritischer Erfolgsfaktor.

In Deutschland besteht eine hohe Nachfrage nach Salesforce-Industry-Cloud-Lösungen, die nur minimale bzw. wenige Anpassungen erfordern. Unter Berücksichtigung dieser Situation automatisieren die Service Provider zunehmend branchenspezifische Cloud-Lösungen, um die Bereitstellung mit minimaler Anpassung zu erleichtern. Deutsche Unternehmen bevorzugen zudem Implementierungsservices für Industry Clouds, die auch die Verwaltung, Entwicklung und Optimierung von Drittsystemen zur Erreichung bestimmter Geschäftsziele umfassen.



Außendienstleitern hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister Salesforce Industry Clouds implementieren und verstärkt einsetzen, um so das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT-Führungskräfte gewinnen aus diesem Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und Leistungen der Anbieter hinsichtlich der Einführung bzw. des Einsatzes von Salesforce Industry Cloud Services sowie von Integrations- und Analyselösungen.



Sicherheits- und Datenexperten hilft dieser Bericht beim Vergleich der Praktiken der Anbieter; sie erfahren zudem, wie sie die deutschen Sicherheitsgesetze bei der Salesforce-Integration einhalten.

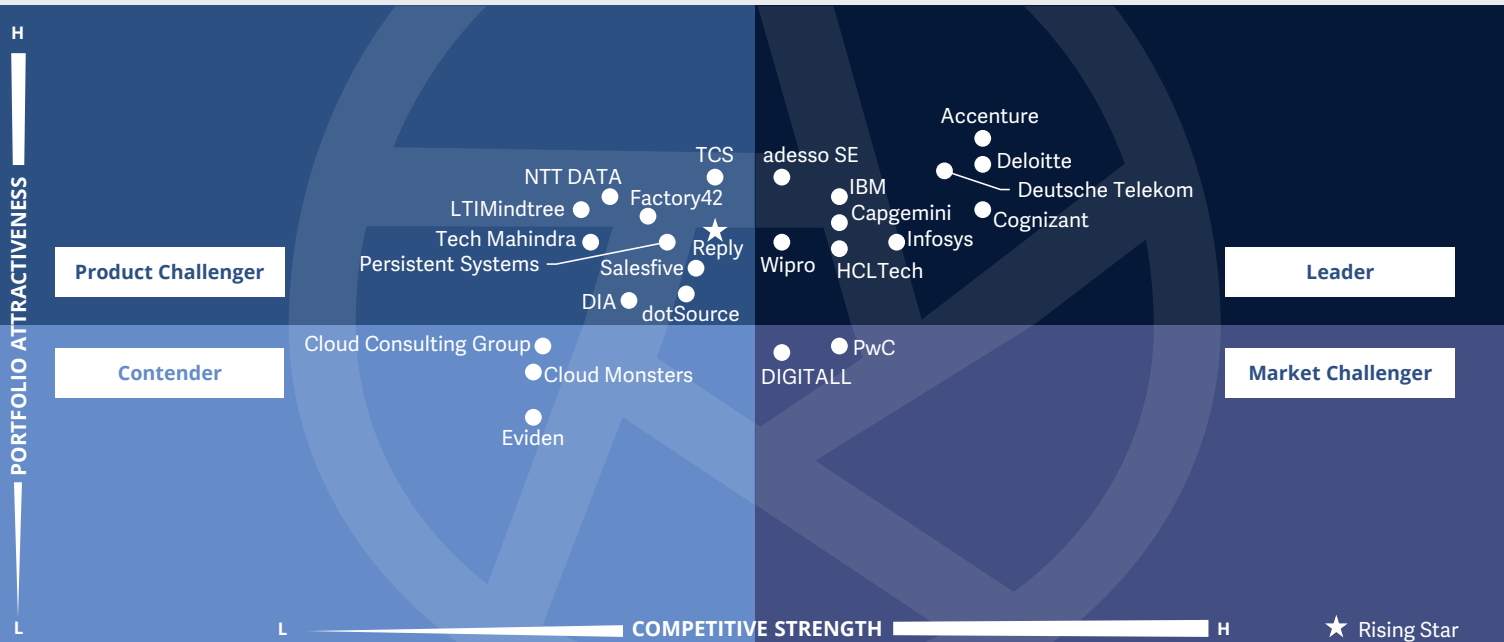


Marketing- und Vertriebsleiter können anhand dieses Berichts die Fähigkeiten von Servicepartnern rund um Industry Clouds effektiv analysieren.



Salesforce Ecosystem Partners
Implementation Services for Industry Clouds

Deutschland 2024



Dieser Quadrant bezieht sich auf Anbieter von **Implementierungsservices, die auf die Industry Clouds von Salesforce** ausgerichtet sind. Branchenspezifische Fähigkeiten und geeignete Tools sind wichtige Erfolgsfaktoren für dieses Segment.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter bewertet, die auf die Industry Cloud-Produkte von Salesforce zugeschnittene Implementierungsdienste offerieren. Diese branchenspezifischen Angebote, wie z.B. die Financial Services Cloud und die Health Cloud, erfordern besondere Fähigkeiten und entsprechende Beschleuniger für eine erfolgreiche Implementierung. Für Anbieter in diesem Segment ist ein tiefes Verständnis der Besonderheiten dieser spezifischen Branchen unerlässlich.

Auch die Fähigkeit, durch die nahtlose Integration diverser Salesforce-Produkte ganzheitliche Lösungen zu entwickeln, spielt hier eine zentrale Rolle. So können Anbieter umfassende, maßgeschneiderte Lösungen entwickeln, die genau auf die individuellen Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden zugeschnitten sind. Salesforce verfolgt strategisch inzwischen eine stärkere Vertikalisierung; das unterstreicht die wachsende Bedeutung dieser Fähigkeit und macht sie zu einer Top-Priorität bei neuen Implementierungen.

Funktional betrachtet umfassen die Implementierungsservices Prozessberatung zur Optimierung von Arbeitsabläufen, das Design zum Aufbau von maßgeschneiderten Lösungen, die Konfiguration für eine nahtlose System-Performance, die Datenbereinigung zur Verbesserung der Datenqualität, die Datenmigration für einen reibungslosen Umstieg und den Go-Live-Support für die erfolgreiche Einführung dieser spezialisierten Industry Cloud Lösungen.

Die Anbieter in diesem Quadranten spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht sicherzustellen, dass Unternehmen in bestimmten Branchen das volle Potenzial der Industry-Cloud-Produkte von Salesforce ausschöpfen können. Dank ihres branchenspezifischen Fachwissens und ihrer Fähigkeit, mehrere Salesforce-Angebote zu integrieren, können Unternehmen branchenspezifische Herausforderungen effizient bewältigen und sich einen Wettbewerbsvorteil in ihrem jeweiligen Bereich verschaffen.

Auswahlkriterien

1. Nachgewiesenes **Fachwissen** für die jeweiligen Branchen
2. Starke Implementierungsfähigkeiten (**Beratung, Konfiguration, Datenmigration, Go-Live**) für die Salesforce Industry Cloud Produkte von Vlocity (von Salesforce übernommen)
3. Fundierte Kenntnisse der **Salesforce-Datenarchitektur**
4. Vorhandensein von **Alleinstellungsmerkmalen**, z.B. bewährte branchenspezifische Beschleuniger
5. **Wirtschaftliche Stabilität und umfangreiche Lieferkapazitäten** zur Betreuung zahlreicher Kunden
6. Überzeugende Liste von **Anwendungsfällen und Referenzen**



Implementation Services for Industry Clouds

Beobachtungen

Der Markt für Salesforce-Implementierungen befindet sich inmitten einer bedeutenden Transformation, die auf die kürzlich begonnene Vertikalierungsstrategie von Salesforce zurückgeht. Diese Initiative begann vor einigen Jahren mit der Einführung branchenspezifischer Produkte wie der Financial Services Cloud und der Health Cloud. Mit der Übernahme von Vlocity sind diese Fähigkeiten nun zum Kern der von Salesforce betriebenen Entwicklung branchenspezifischer Angebote geworden. Es ist klar, dass dieser Markt noch recht jung ist, da nur eine begrenzte Anzahl von Kunden diese neue Herangehensweise bislang übernommen hat. Die allgemeine Akzeptanz dieser Transformation bleibt abzuwarten, da sie zusätzliche Lizenzanforderungen und damit verbundene Kosten mit sich bringt. Dennoch ist es für Service Provider zwingend geboten, signifikant in Branchenkenntnisse und die entsprechenden von Salesforce angebotenen Produkte zu investieren. Bei Transformationsprojekten ist es zudem entscheidend, vorab eine umfassende

Bewertung durchzuführen, um festzustellen, welche Produkte am besten zur spezifischen Situation jedes einzelnen Kunden passen.

Aus über 90 für diese Studie bewerteten Unternehmen haben sich 25 für diesen Quadranten qualifiziert, darunter zehn Leader und ein Rising Star.

accenture

Accenture bietet eine Vielzahl von Industry Cloud Lösungen an und hat schon eine Reihe von realen Erfahrungen sammeln können. Die Integrationsaspekte, die im Kontext der Industry Clouds relevant sind, werden in kompetenter Weise abgedeckt.

adesso

adesso verfügt über umfassende Erfahrung mit der Implementierung von Salesforce in einer Reihe von Branchen und bietet zudem Kundennähe und zugleich hohe Kosteneffizienz durch ein Liefermodell, welches neben Onshore-Präsenz auch signifikante Nearshore-Kapazitäten umfasst.

Capgemini

Capgemini verbindet umfangreiche Erfahrung mit branchenspezifischer CRM-Implementierung mit hoher inhaltlicher Kompetenz für eine Reihe von Branchen. Das Unternehmen hat bereits eine Zertifizierung auf Expert Level für viele Industry Clouds erreicht.

cognizant

Cognizant verfügt über umfangreiche Erfahrungen mit branchenspezifischen Lösungen, die auf der Salesforce-Plattform basieren. Zudem besteht eine langjährige Partnerschaft mit Salesforce, welche auch die Zusammenarbeit bei der Produktentwicklung der Industry Clouds umfasst.

Deloitte

Deloitte Digital hat seine Beratungs- und Implementierungskapazitäten weitgehend nach Branchen organisiert und verfügt demzufolge über umfassende Kompetenz hinsichtlich der branchenspezifischen Geschäftsprozesse und deren Unterstützung durch IT.

Die **Deutsche Telekom** legt seit längerer Zeit einen klaren Schwerpunkt auf vorkonfigurierte Multicloud-Lösungen mit Branchenbezug. Das Unternehmen investiert in bemerkenswerter Weise bereits in die Nutzung der noch recht neuen Industry Clouds.

HCLTech verfügt über langjährige Erfahrung in einer Reihe von Branchen und ist in den Program Boards von Salesforce für mehrere Industry Clouds vertreten.

IBM verfügt über ein branchenorientiertes Portfolio und breite inhaltliche Kompetenz für zahlreiche Branchen. Für diese Branchen wird eine Reihe von vordefinierten Lösungen angeboten, kombiniert mit eigenen innovativen Technologien.



Implementation Services for Industry Clouds



Infosys verknüpft überzeugende branchenspezifische Angebote mit einem leistungsfähigen globalen Liefermodell. Der Provider unterhält Partnerschaften mit verschiedenen Anbietern von ISV-Lösungen, die im Kontext der Industry Clouds von Bedeutung sind.



Das Portfolio von **Wipro** zeichnet sich durch die Kombination von funktionaler Kompetenz mit branchenorientiertem Know-how aus. Das Unternehmen bietet auf dieser Basis eine Reihe von ausgereiften Branchenlösungen.



Reply (Rising Star) organisiert die Angebote rund um die Salesforce-Plattform weitgehend entlang einer Reihe von Schlüsselbranchen. Dort hat Reply in den vergangenen Jahren viele anspruchsvolle Implementierungen durchgeführt und kann daher auf breite Erfahrung in diesen Branchen verweisen.





„Die Deutsche Telekom hat durch hohe Investitionen bereits hohe funktionale und technische Kompetenz für die Implementierung der Salesforce Industry Clouds erworben.“

Rainer Suletzki

Deutsche Telekom

Übersicht

Die Deutsche Telekom ist einer der größten Anbieter von Technologieleistungen in Europa mit einem besonderen Schwerpunkt in der Telekommunikation. Innerhalb des Konzerns wird das Geschäft rund um Salesforce vom Bereich Telekom MMS abgedeckt; es werden vornehmlich Unternehmen mittlerer Größenordnung adressiert. Die angebotenen Leistungen umfassen den gesamten Lebenszyklus von Salesforce-Anwendungen. Die Deutsche Telekom verfügt über mehr als 160 Consultants mit Salesforce-Erfahrung und insgesamt über 450 Salesforce-Zertifizierungen.

Stärken

Umfassende Bibliothek für Branchenlösungen:

Die Deutsche Telekom legt bereits seit längerer Zeit einen klaren Schwerpunkt auf vorkonfigurierte Multicloud-Lösungen mit Branchenbezug. Basis ist die Asset Library, welche die vielfältigen existierenden Lösungen aus den jeweiligen Projekten zusammenfasst. Sie können dann in Folgeprojekten zu branchenspezifischen Angeboten gebündelt werden.

Investitionen in die Nutzung der Industry Clouds:

Die Deutsche Telekom investiert in bemerkenswerter Weise bereits in die Nutzung der noch recht neuen Industry Clouds. Die reichhaltige Erfahrung auf Basis der eigenen umfangreichen Branchenlösungen kommt dem

Unternehmen dabei zugute. Erste Standardangebote sind bereits verfügbar, beispielsweise für die Manufacturing Cloud.


Abdeckung der Integrationsanforderungen:

Die Deutsche Telekom verfügt über breite Kenntnisse der marktgängigen Standard-Softwarepakete, z.B. ERP-Backend-Systeme wie SAP sowie Servicemanagement-Systeme wie ServiceNow. Die resultierenden Integrationsanforderungen können damit kompetent abgedeckt werden. Als Integrationsplattform wird überwiegend MuleSoft eingesetzt.

Herausforderungen

Das Portfolio sollte um geeignete Beratungsangebote ergänzt werden, welche die Kunden bei der Entscheidung zwischen klassischen funktionalen Clouds und den neuen Industry Clouds unterstützen. Dabei sollte die Deutsche Telekom auch ihre umfassende Kompetenz hinsichtlich der Optimierung von Lizenzen nutzen.





Star of Excellence

A program, designed by ISG, to collect client feedback about providers' success in demonstrating the highest standards of client service excellence and customer centricity.



Anhang

Die Marktforschungsstudie „ISG Provider Lens 2024 – Salesforce Ecosystem Partners“ analysiert die entsprechenden Softwareanbieter/Dienstleister im deutschen Markt auf Basis eines mehrstufigen Marktforschungs- und Analyseprozesses und positioniert diese Anbieter auf Basis der ISG Research-Methodik.

Sponsor der Studie:

Aman Munglani

Federführender Autor:

Rainer Suletzki

Editorin:

Jan Erik Aase

Forschungsanalyst:

Puranjeet Kumar

Datenanalyst:

Ilamaram Iagesh

Berater für Konsistenz:

Yadu Singh

Projektmanager:

Monika Pathak

Information Services Group übernimmt die alleinige Verantwortung für diesen Bericht. Soweit nicht anders angegeben, wurden sämtliche Inhalte, u.a. Abbildungen, Marktforschungsdaten, Schlussfolgerungen, Aussagen und Stellungnahmen im Rahmen dieses Berichtes von Information Services Group, Inc. entwickelt und sind Alleineigentum von Information Services Group Inc.

Die in diesem Bericht vorgestellten Marktforschungs- und Analysedaten umfassen Research-Informationen aus dem ISG Provider Lens Programm sowie aus kontinuierlich laufenden ISG Research-Programmen, Gesprächen mit

ISG-Advisors, Briefings mit Dienstleistern und Analysen von öffentlich verfügbaren Marktinformationen aus unterschiedlichen Quellen. Die für diesen Bericht erhobenen Daten und Informationen, entsprechen nach Ansicht von ISG sowohl für Anbieter, die aktiv teilgenommen haben, als auch für Anbieter, die nicht teilgenommen haben, dem aktuellen Stand vom Februar 2024. Zwischenzeitliche

Fusionen und Akquisitionen und die damit zusammenhängenden Veränderungen sind in diesem Bericht nicht berücksichtigt.

Falls nicht anders angegeben, sind alle Umsätze in US-Dollar (USD) angegeben.



Dabei wurde die Studie in folgende Schritte gegliedert:

1. Definition des Marktes für Salesforce Ecosystem Partners
2. Fragebogenbasierte Studien über Dienstleister/Anbieter und zu allen Trendthemen
3. Interaktive Gespräche mit Dienstleistern/Anbietern über ihre Leistungen und Use Cases
4. Nutzung der ISG-internen Datenbanken sowie des Know-hows und der Erfahrung der ISG Advisors (soweit möglich)
5. Nutzung der Star of Excellence CX-Daten
6. Detaillierte Analyse und Evaluierung von Services und entsprechenden Dokumentationen auf Basis der von den Anbietern zur Verfügung gestellten Daten und Zahlen sowie anderer Quellen
7. Auswertung auf Basis der folgenden Kriterien:
 - * Strategie & Vision
 - * Technologische Innovationen
 - * Markenbekanntheitsgrad und Marktpräsenz
 - * Vertriebs- und Partnerlandschaft
 - * Breite und Tiefe des Service-Angebots
 - * CX und Empfehlung





Federführender Autor

Rainer Suletzki
Leitender Analyst

Rainer Suletzki verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in verschiedenen IT-Management-Funktionen in einem globalen deutschen Life-Science-Unternehmen. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen IT-Anwendungsmanagement, IT-Architektur, Datenmodellierung sowie IT-Sourcing-Strategie und -Umsetzung. Derzeit ist er als unabhängiger Berater in verschiedenen Projekten bei ISG tätig, mit Schwerpunkt auf Application Management für SAP, speziell für SAP HANA, und für Salesforce. Dazu gehören

ISG Provider Lens™ Studien sowie verschiedene Projekte zur Unterstützung von Unternehmen bei der Definition von IT-Strategien und den entsprechenden Sourcing-Entscheidungen.



Analyst für Unternehmenskontext und globalen Überblick

Puranjeet Kumar
Senior Forschungsanalyst

Puranjeet Kumar ist Senior Research Analyst bei ISG und verantwortlich für die Unterstützung sowie Mitarbeit an Provider Lens™ Studien zu den Themen Next-Gen ADM Solutions & Services und Salesforce Ecosystem. Er unterstützt die leitenden Analysten im Research-Prozess und verfasst den Global Summary Report. Puranjeet entwickelt auch Inhalte aus Unternehmensperspektive und arbeitet mit Beratern und Unternehmenskunden im Rahmen von Ad-hoc-Research-Aufträgen zusammen. Zuvor war er für mehrere Marktforschungsunternehmen tätig und

verfügt über mehr als acht Jahre Erfahrung in der Marktforschung und Beratung, mit Schwerpunkt auf der Erhebung, Analyse und Aufbereitung quantitativer und qualitativer Daten. Sein Fachwissen deckt diverse Technologien wie Anwendungsentwicklung, Analytik und Salesforce ab.



Sponsor der Studie



Aman Munglani
Direktor Hyperscaler,
Digital Innovator Series und Custom Research

Aman Munglani ist ein anerkannter Vordenker und Branchenberater mit über 23 Jahren Erfahrung in den Bereichen aufkommende Technologien, neue Anbieter und Infrastruktur. Er hat einen Großteil seines Berufslebens damit verbracht, die Führungsebene von Global-2000-Unternehmen in Bezug auf digitale Strategien, Start-up-Engagement, Innovation, Technologie-Roadmaps und Anbietermanagement zu beraten. Vor seiner Tätigkeit bei ISG war Aman Munglani mehr als zwölf Jahre bei Gartner beschäftigt und beriet CIOs und IT-Manager im asiatisch-pazifischen Raum und in Europa zu neuen

Technologien, deren Anwendungsfällen und Reifegrad, Infrastrukturtrends und -technologien, Anbietervergleichen und Ausschreibungsprüfungen. Darüber hinaus beriet er viele globale und asiatisch-pazifische Anbieterorganisationen bei ihrer Markteinführung, ihren Produkt- und Preisstrategien und den entsprechenden Wettbewerbsszenarien.

IPL-Produktverantwortlicher



Jan Erik Aase
Partner und globaler Leiter – ISG Provider Lens™

Herr Aase verfügt über umfangreiche Erfahrungen bei der Implementierung und Erforschung der Dienstleistungsintegration und des Managements von IT- und Geschäftsprozessen. Mit mehr als 35 Jahren Erfahrung ist er hochqualifiziert in der Analyse von Trends und Methoden der Vendor Governance, der Identifizierung von Ineffizienzen in aktuellen Prozessen und der Beratung der Branche. Jan Erik hat Erfahrungen auf allen vier Seiten des Sourcing- und Vendor-Governance-Lebenszyklus - als Kunde, Branchenanalyst, Dienstleister und Berater.

Als Partner und globaler Leiter von ISG Provider Lens™ ist er nun sehr gut positioniert, um den Zustand der Branche zu bewerten, darüber zu berichten und Empfehlungen sowohl für Unternehmen als auch für Kunden von Dienstleistern auszusprechen.



*ISG Provider Lens™

Die ISG Provider Lens™ Quadranten-Reports bieten Bewertungen von Dienstleistern und kombinieren als einzige Studien dieser Art datengestützte Forschung und Marktanalysen mit praktischen Erfahrungen und Beobachtungen, gestützt auf das globale ISGBeraterteam. Unternehmen erhalten eine Fülle detaillierter Daten und Marktanalysen, die ihnen bei der Auswahl geeigneter Sourcing- Partner helfen; die ISG-Berater wiederum nutzen die Berichte, um ihre Marktkenntnisse zu validieren und Empfehlungen für die Unternehmenskunden von ISG abzugeben. Die Studien decken derzeit Provider mit Angeboten in mehreren Regionen weltweit ab. Weitere Informationen über die ISG Provider Lens Studien finden Sie auf dieser [Webseite](#).

*ISG Research™

Das ISG Research™ Angebot umfasst Research- Subskriptionsservices, Beratungs - Services und Executive Event Services mit Fokus auf Markttrends und disruptive Technologien im Unternehmensumfeld. ISG Research™ zeigt Unternehmen auf, wie sie ein schnelleres Wachstum und einen höheren Mehrwert erzielen können. ISG bietet Recherchen speziell über Anbieter für Bundes-, Landes- und kommunale Behörden (einschließlich Landkreise und Städte) sowie für Hochschuleinrichtungen an. Besuchen Sie : [Öffentlicher Sektor](#). Weitere Informationen zu den ISG Research™ Subskriptions-Services sind unter contact@isg-one.com, Tel.+49 (0) 561 50697524 oder auf unserer Website unter research.isg-one.com.

*ISG

ISG (Information Services Group) (Nasdaq: III) ist ein führendes, globales Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Informationstechnologie-Segment. Als zuverlässiger Geschäftspartner für über 900 Kunden, darunter über 75 der 100 weltweit größten Unternehmen, unterstützt ISG Unternehmen, öffentliche Organisationen sowie Service- und Technologie-Anbieter dabei, Operational Excellence und schnelleres Wachstum zu erzielen. Der Fokus des Unternehmens liegt auf Services im Kontext der digitalin Transformation, inclusive AI und Automatisierung, Cloud und Daten- Analytik, des Weiteren auf Sourcing- Beratung, Managed Governance und Risk Services, Services für den Netzwerkbetrieb, Strategie- und - Betriebs-Design, Change Management sowie Marktforschung

und Analysen in den Bereichen neuer Technologien. 2006 gegründet, beschäftigt ISG mit Sitz in Stamford, Connecticut, über 1.600 mit der Digitalisierung vertraute Experten und ist in mehr als 20 Ländern tätig. Das globale Team von ISG ist bekannt für sein innovatives Denken, seine geschätzte Stimme im Markt, tiefgehende Branchen- und Technologie-Expertise sowie weltweit führende Marktforschungs- und Analyse-Ressourcen, die auf den umfangreichsten Marktdaten der Branche basieren.

Weitere Informationen unter isg-one.com.





MÄRZ, 2024

REPORT: SALESFORCE ECOSYSTEM PARTNERS