

Salesforce Ecosystem Partners

Eine Untersuchung der
Information Services Group
Germany GmbH

Customized report courtesy of:

adesso

Zusammenfassung	03
Anbieterpositionierung	07

Einführung	
Definition	11
Umfang des Berichts	12
Anbieterklassifizierungen	12

Blinddarm	
Methodik & Team	50
Author & Editor Biographies	52
About Our Company & Research	54

Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises	15 - 20
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	16
Quadrant	17
Definition & Zulassungskriterien	18
Beobachtungen	19

Implementation Services for Core Clouds Midmarket	21 - 26
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	22
Quadrant	23
Definition & Zulassungskriterien	24
Beobachtungen	25
Anbieterprofile	26

Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket	27 - 32
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	28
Quadrant	29
Definition & Zulassungskriterien	30
Beobachtungen	31
Anbieterprofile	32

Managed Application Services for Large Enterprises	33 - 37
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	34
Quadrant	35
Definition & Zulassungskriterien	36
Beobachtungen	37

Managed Application Services for Midmarket	38 - 43
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	39
Quadrant	40
Definition & Zulassungskriterien	41
Beobachtungen	42
Anbieterprofile	43

Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce	44 - 48
Wer sollte diesen Quadranten lesen?	45
Quadrant	46
Definition & Zulassungskriterien	47
Beobachtungen	48

Report Author: Rainer Suletzki

Starkes Wachstum Der Nachfrage Nach Services Rund Um Salesforce Und Die Resultierenden Herausforderungen Für Die Anbieter

Seit der Gründung im Jahr 1999 hat Salesforce ein beeindruckendes Wachstum an den Tag gelegt und ist heute einer der führenden Anbieter von cloubasierten Anwendungssystemen in Form einer Software-as-a-Service (SaaS). Dabei wurde stets ein Schwerpunkt auf die Implementierung mit agilen Methoden sowie einen hohen Standardisierungsgrad gelegt, was dem Unternehmen die Möglichkeit gibt, Updates in vergleichsweise kurzen Abständen auszurollen.

Das Wachstum hat sich in den letzten

Jahren kontinuierlich fortgesetzt, und auch die Einschränkungen durch die COVID-Pandemie hatten lediglich überschaubare Auswirkungen auf das Wachstumstempo. Projektbudgets wurden zwar teilweise eingefroren bzw. die entsprechenden Projekte wurden zeitweise unterbrochen, jedoch zog das nur sehr begrenzte Folgen nach sich. In manchen Bereichen hat die zunehmende Verlagerung von Prozessen oder zumindest Teilprozessen in Richtung einer Online-Abwicklung sogar dazu geführt, dass eine zusätzliche Nachfrage nach IT-Lösungen entstanden ist. Da Salesforce funktional weitgehend auf kundenbezogene Prozesse ausgerichtet ist, hat es in diesen Bereichen für das Unternehmen während der Pandemie zusätzliche Wachstumsimpulse gegeben.

Das hohe Wachstum führt auch zu einer wachsenden Nachfrage nach Implementierungsleistungen. Inzwischen

Neben den großen Systemintegratoren bietet auch eine Reihe mittelgroßer Anbieter überzeugende Lösungskompetenz für Salesforce.



darf die Verfügbarkeit von qualifizierten Ressourcen mit Salesforce-Expertise als limitierender Faktor für die Anzahl der Implementierungen angesehen werden. Dies hat im Markt für entsprechende Dienstleistungen einen nennenswerten Konsolidierungsdruck zur Folge, d.h. insbesondere die großen Systemintegratoren versuchen, 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 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-Expertise statt. Salesforce selbst fördert in seinen Partnerschaften solche Unternehmen, die signifikant zu zusätzlichen Implementierungskapazitäten beitragen.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass Salesforce gegenwärtig auch sein eigenes Angebot an Implementierungsleistungen verstärkt, vor allem in den USA. Nach der Übernahme des mittelgroßen Anbieters Acumen weitet das Unternehmen seine eigenen Kapazitäten weiter aus. Allerdings ist diese Entwicklung bislang in Deutschland nur in Ansätzen erkennbar. Ferner lässt sich derzeit noch nicht abschließend abschätzen, wie nachhaltig der Aufbau der eigenen Entwicklungskapazitäten bei Salesforce sein wird.

Ein weiterer wesentlicher Trend ist die Ausrichtung des Salesforce-Angebots auf verschiedene Branchen. Dies wurde vor einigen Jahren mit der Einführung

branchenspezifischer Produkte wie der Financial Services Cloud oder der Health Cloud in Angriff genommen. Im Jahr 2020 wurde diese Ausrichtung durch die Übernahme von Vlocity, einem unabhängigen Softwareanbieter (ISV), der bis dato verschiedene branchenspezifische Produkte auf Basis der Salesforce-Plattform entwickelte, intensiviert. Dies scheint ein nachhaltiger Trend zu sein, so dass das Portfolio von Salesforce kontinuierlich in Richtung einer verstärkten Ausrichtung auf Branchen weiterentwickelt wird. Es bleibt abzuwarten, ob dies mittelfristig zu Einschränkungen bei der funktionalen Weiterentwicklung der klassischen Produkte wie der Sales und der Service Cloud führen wird.

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. Anders als in den USA ist der Trend zur Konsolidierung, vornehmlich durch die Übernahme mittelgroßer Anbieter durch die globalen Systemintegratoren, noch nicht so ausgeprägt. Einzelne Übernahmen kommen weiterhin vor, allerdings ist die Zahl nicht so hoch wie in den USA. Ob das Konsolidierungstempo auch in Deutschland künftig weiter zunehmen wird, ist noch nicht abzusehen.

Mit Blick auf die angewendeten Implementierungsmethoden ist das so genannte Hybrid-Agile-Modell auch weiterhin der am weitesten verbreitete Ansatz für global operierende Kunden, bei denen die Integration von Salesforce in eine komplexe Systemlandschaft mit globalem Betrieb eine zwingende Voraussetzung ist. Das Hybrid-Agile-Modell ist eine



Kombination aus agilen Elementen für die Implementierungsphasen mit phasenorientierten Elementen in Bezug auf Strategie, Design und Rollout. Die meisten Anbieter offerieren diese Art von Methodik mittlerweile in ihrem Portfolio. Für eine einzelne Implementierung von Salesforce ist auch weiterhin die rein agile Methodik geeignet; sie wird hauptsächlich bei mittelgroßen Kunden eingesetzt, bei denen kein globaler Rollout erforderlich ist und nur begrenzte Integrationsanforderungen bestehen.

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.

Für alle Anbieter, unabhängig davon, ob sie Systemintegratoren oder Boutique-Anbieter sind, bleibt ein starkes Netzwerk von Partnerschaften mit unabhängigen Softwareanbietern (ISVs) innerhalb des Salesforce-Ökosystems von großer Bedeutung. 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.

In der diesjährigen Studie wurde der Quadrant für die Implementierung und Integration bei Großkunden in „**Multi-Cloud Implementation and Integration for Large Enterprises**“ umbenannt, um die Unterscheidung zu den Quadranten für den Mittelstand auch inhaltlich noch deutlicher zu machen. Inhaltlich bleibt dieser Quadrant unverändert. Weiterhin sind die Unterstützung globaler Rollouts sowie die Abdeckung der vielfach komplexen Integrationsanforderungen Haupterfolgsfaktoren für Anbieter in diesem Quadranten. Als Marktführer haben sich in diesem Jahr die Unternehmen **Accenture, Capgemini, Cognizant, Deloitte Digital, Infosys, Mindtree, Reply, TCS** und **Wipro** qualifiziert. Der Anbieter **HCL** hat in diesem Quadranten den Status eines Rising Star erreicht.

Der Markt für die **Implementation**

Services for Core Clouds Midmarket bleibt inhaltlich ebenfalls unverändert. Wie bereits ausgeführt ist der Trend zur Konsolidierung in diesem Bereich in Deutschland noch nicht so ausgeprägt wie in den USA. Es lässt sich konstatieren, dass neben ausgeprägter Entwicklungskompetenz auch die frühen Phasen einer Entwicklung, also Strategiefindung, Design und Planung einer Roadmap, immer wichtigere Kompetenzen für den Erfolg von Anbietern in diesem Bereich geworden sind. Als Marktführer haben sich in diesem Jahr die Unternehmen **Adesso, BearingPoint, Deutsche Telekom, DIGITALL, Factory42, Persistent Systems** sowie **Reply** qualifiziert. Als Rising Star hat DIA die interaktiven bei weiter positiver Entwicklung die Perspektive, sich künftig als führender Anbieter zu qualifizieren.

Im ebenfalls inhaltlich unveränderten Markt für die **Implementation Services**



for **Marketing Cloud Midmarket** haben sich in diesem Jahr die folgenden Anbieter für eine führende Position qualifiziert: **Adesso, BearingPoint, Deutsche Telekom, DIGITALL, Factory42, Persistent Systems** und **Reply**. Der Anbieter **DIA die interaktiven** hat in diesem Quadranten ebenso den Status eines Rising Star erreicht.

Der Markt für die **Managed Application Services for Large Enterprises** wird ebenso wie der entsprechende Markt für Implementierungen weitgehend von den großen und international operierenden Systemintegratoren dominiert. Andere Player besetzen durchaus signifikante Teilbereiche, bleiben jedoch zumeist ein Stück hinter der Position eines Marktführers zurück. Für diesen Status konnten sich **Accenture, Capgemini, Cognizant, HCL, Infosys, TCS** und **Wipro** qualifizieren.

Obwohl sie durch ihre globalen Liefermodelle günstige Kostenstrukturen aufweisen, spielen die großen Systemintegratoren im Quadranten für die **Managed Application Services for Midmarket** keine wesentliche Rolle. Dies liegt zum einen an den in diesem Markt tendenziell eher weniger komplexen Anforderungen, zum anderen scheinen die genannten Unternehmen auch keine hohe Priorität auf diesen Markt zu richten. Als Marktführer konnten sich demzufolge die folgenden Unternehmen qualifizieren: **Adesso, BearingPoint, Deutsche Telekom, DIGITALL, Factory42, Persistent Systems** und **Reply**.

Die Struktur der diesjährigen Studie wurde im Vergleich zum Vorjahr um den Quadranten **Implementation Services for Analytics Solutions** erweitert, der die Implementierung von Analytics-Anwendungen für Salesforce zum Thema hat. Zu den Anbietern in diesem

noch vergleichsweise jungen Segment liegen bislang noch recht unvollständige Informationen vor bzw. werden von den Unternehmen nur wenige Angaben gemacht. Daher konnten nur wenige Unternehmen in diesem Jahr qualifiziert beurteilt werden, von denen die folgenden den Status als Marktführer erreicht haben: **HCL, Infosys, Tech Mahindra** und **Wipro**.

In den nächsten Jahren wird voraussichtlich die Verfügbarkeit qualifizierter Ressourcen sowie die fortschreitende Ausrichtung auf branchenspezifische Angebote den Markt für Services rund um Salesforce wesentlich prägen. Auch wird es interessant sein, die weiteren Schritte des Unternehmens Salesforce hinsichtlich seiner Positionierung zu verfolgen.




 Anbieterpositionierung

Page 1 of 4

	Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds Midmarket	Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce
Accenture	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Not In
adesso SE	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Contender
aquilliance	Not In	Rising Star ★	Product Challenger	Not In	Product Challenger	Not In
Atos	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Contender
BearingPoint	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Not In
Capgemini	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Not In
CGI	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
Cloud Consulting	Not In	Product Challenger	Product Challenger	Not In	Product Challenger	Not In
Cloudity	Not In	Product Challenger	Contender	Not In	Contender	Not In



 Anbieterpositionierung

	Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds Midmarket	Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce
Cognizant	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Not In
Customertimes	Product Challenger	Not In	Not In	Contender	Not In	Product Challenger
Deloitte Digital	Leader	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In
Deutsche Telekom	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Market Challenger
DIA	Not In	Rising Star ★	Rising Star ★	Not In	Product Challenger	Not In
DIGITALL	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Market Challenger
Eigenherd	Not In	Contender	Contender	Not In	Not In	Not In
Empaua	Not In	Product Challenger	Product Challenger	Not In	Contender	Not In
EPAM	Contender	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In





	Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds Midmarket	Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce
Factory42	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Not In
Fujitsu	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In	Not In
HCL	Rising Star ★	Not In	Not In	Leader	Not In	Leader
IBM	Market Challenger	Not In	Not In	Market Challenger	Not In	Not In
ilum:e Informatik	Not In	Contender	Not In	Not In	Contender	Not In
Infosys	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Leader
Mindtree	Leader	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Not In
Nagarro	Not In	Market Challenger	Market Challenger	Not In	Market Challenger	Not In
NTT DATA	Product Challenger	Not In	Not In	Product Challenger	Not In	Not In




 Anbieterpositionierung

Page 4 of 4

	Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises	Implementation Services for Core Clouds Midmarket	Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket	Managed Application Services for Large Enterprises	Managed Application Services for Midmarket	Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce
Persistent Systems	Not In	Leader	Leader	Not In	Leader	Product Challenger
PwC	Market Challenger	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In
Reply	Leader	Leader	Leader	Product Challenger	Leader	Market Challenger
Salesfive	Not In	Product Challenger	Product Challenger	Not In	Product Challenger	Not In
Sopra Steria	Contender	Not In	Not In	Not In	Not In	Not In
TCS	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Not In
Tech Mahindra	Product Challenger	Not In	Not In	Market Challenger	Not In	Leader
Wipro	Leader	Not In	Not In	Leader	Not In	Leader



This study focuses on what ISG perceives as **most critical** in 2022 for Salesforce

Simplified Illustration Source: ISG 2022

Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises

Implementation Services for Core Clouds Midmarket

Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket

Managed Application Services for Large Enterprises

Managed Application Services for Midmarket

Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce

Definition

Die Studie „Salesforce Ecosystem“ bezieht sich auf verschiedene Angebote rund um die Salesforce-Plattform; dabei wird grundsätzlich zwischen Implementierungsleistungen (Change Business) und den Managed Application Services unterschieden, welche sich insbesondere auf den operativen Support von produktiven Applikationen (Run Business) konzentrieren. Weiterhin wird in diesen beiden Grundsegmenten zwischen Großkunden und Mittelstandskunden differenziert, denn der Bedarf an Salesforce-Integrationsleistungen für die komplexen Applikationslandschaften von Großkunden ist deutlich höher. Zudem agieren diese Kunden vornehmlich global, und das erfordert von den Dienstleistern entsprechende Lieferfähigkeiten.

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

- Transparente Darstellung der Stärken und Schwächen relevanter Anbieter
- Eine differenzierte Positionierung der Anbieter nach Segmenten
- Sicht auf verschiedene Märkte, insbesondere USA, Deutschland 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



Umfang des Berichts

Diese ISG Provider Lens™ Quadrantenstudie wurde in folgende sechs Segmente des Salesforce-Ökosystems unterteilt:

Anbieterklassifizierungen

Die Anbieterpositionierung spiegelt die Eignung des jeweiligen IT-Anbieters 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 Star 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).

(Continues on next page)



 **Anbieterklassifizierungen: Quadrant Key**

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.

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.

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.

Marken 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: Quadrant Key

★ 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.





Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises

Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

Dieser Quadrant ist für Großunternehmen jeglicher Branchen in Deutschland relevant, um Anbieter von Salesforce Implementierungs- und Integrations-Dienstleistungen zu evaluieren.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Service Provider in Deutschland und zeigt auf, wie die wichtigsten Herausforderungen von Unternehmen im Land angegangen werden. Im Laufe der letzten Jahre hat Salesforce seine Produktstrategie weiter ausgebaut; sie umfasst inzwischen neben Customer Relationship Management (CRM) Anwendungen auch damit zusammenhängende Anwendungen, Entwicklung, Integration und Reporting.

Unternehmen in Deutschland sind immer noch von der COVID-19-Pandemie betroffen; Remote-Arbeit ist und bleibt eine bevorzugte Arbeitsweise. Salesforce stellt ihnen eine Plattform zur Verfügung, mit deren Hilfe sie ihre Geschäfte am Laufen halten können.

In Deutschland gibt es insbesondere viele mittelständische Boutique-Anbieter, die Salesforce nur in Deutschland implementieren. Diese Akteure unterscheiden sich erheblich in Bezug auf die lokale Marktpräsenz, wie z.B. durch die Dienstbringung durch deutschsprachiges Personal und das Verständnis der örtlichen Vorschriften. Dienstleistern mit hohen Nearshore-Kapazitäten, die meistens aus Osteuropa geliefert werden, kommt dabei ihr globales Liefermodell zugute.

Wie in anderen Ländern nimmt auch in Deutschland die Komplexität der zugrunde liegenden Anwendungssystemlandschaft proportional zur Unternehmensgröße zu. Das hybride agile Modell ist heute der gängigste Ansatz für globale Implementierungen; für eine einzelne Salesforce-Implementierung ist dagegen die rein agile Methodik geeignet. Daher bevorzugen Großunternehmen oft Anbieter, die nachweislich über starke Integrationsfähigkeiten verfügen und eigenständig global agieren können, ohne auf Partner zurückgreifen zu müssen..



Marketing- und Vertriebsleiter hilft dieser Bericht, die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Servicepartnern zu verstehen, die ihnen bei der effektiven Implementierung der Salesforce Marketing Cloud, Salesforce Sales Cloud und weiterer Lösungen mit den erforderlichen Integrationen in entsprechende Systeme und Analyselösungen unter die Arme greifen können.



Außendienstleiter hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Service Cloud implementieren und unter Einsatz der Salesforce Service Cloud das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT- und Technologie-Verantwortliche gewinnen durch diesen Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und Fähigkeiten von Dienstleistern, um Dienste aus Salesforce Clouds, Integrationen und Analyselösungen effektiv nutzen und deren technische Fähigkeiten mit denen anderer Mitbewerber vergleichen zu können. Der Bericht vergleicht auch die technischen Leistungen verschiedener Provider im Markt.

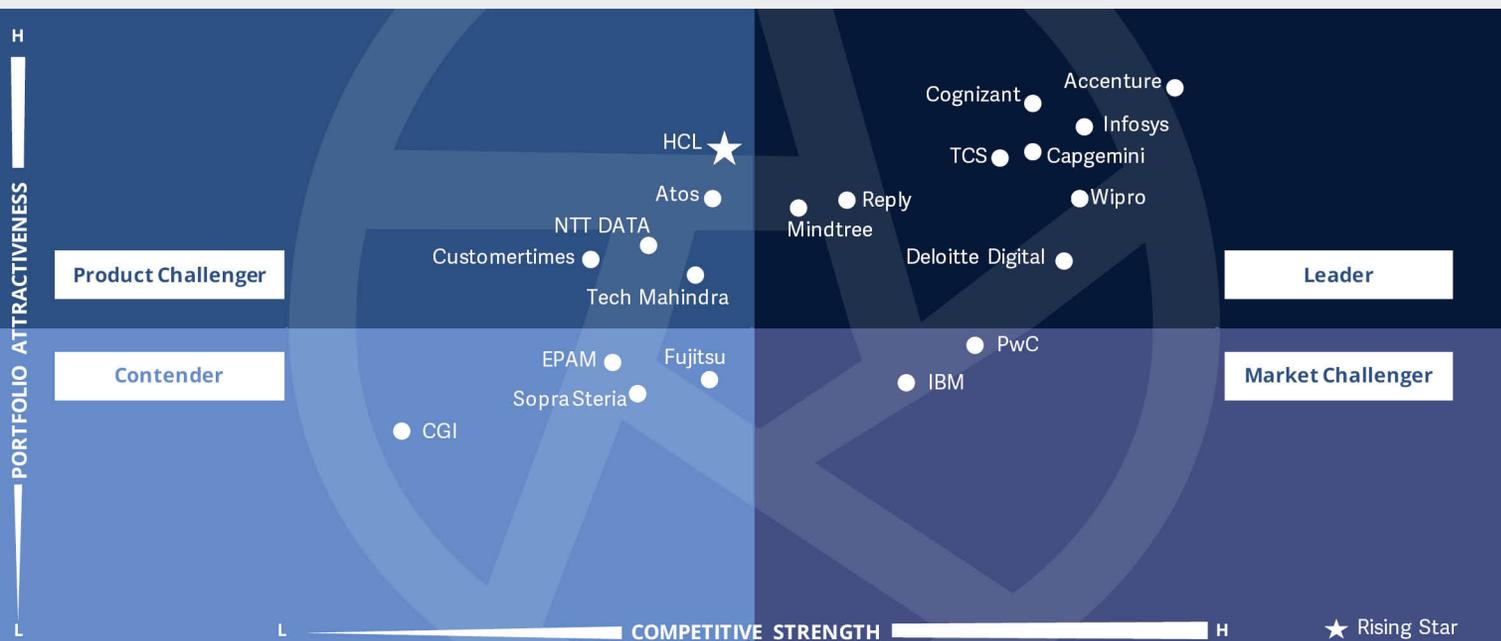


Sicherheits- und Datenexperten erhalten durch diesen Bericht Einblicke, um zu verstehen, wie Anbieter die Anforderungen der Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen in Deutschland für ihre Salesforce-Implementierungs- und Integrationspraktiken erfüllen und wie diese Anbieter im Vergleich zueinander dastehen.



Salesforce Ecosystem Partners 2022
Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises

Germany 2022



Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die **Implementierungsleistungen für Salesforce-Applikationen** offerieren sowie diese Applikationen mit anderen Standard-Softwarelösungen integrieren, wie sie meist in den komplexen Systemlandschaften **großer und global agierender Unternehmenskunden** vorhanden sind.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die Implementierungsleistungen für Salesforce-Applikationen offerieren sowie diese Applikationen mit anderen wichtigen Standard-Softwarelösungen, wie sie meist in den komplexen Systemlandschaften großer und global agierender Unternehmenskunden vorhanden sind, integrieren. Dabei wird berücksichtigt, dass diese Kunden in den meisten Fällen verschiedene Cloud-Produkte aus dem Salesforce-Portfolio nutzen.

Zulassungskriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (Beratung, Konfiguration, Datenmigration und Go-Live) für alle Salesforce-Produkte
2. Fundierte Kenntnisse über die wichtigsten Standardsoftwarepakete zusätzlich zu Salesforce in Kombination mit der Fähigkeit, End-to-End-Prozesse zu implementieren
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



Multi-Cloud Implementation & Integration Services for Large Enterprises

Beobachtungen

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

Accenture

Accenture bietet eine Vielzahl leistungsstarker vordefinierter Lösungen für viele Branchen und zur Produktivitätssteigerung bei der Projektdurchführung. Zudem verfügt das Unternehmen über hohe Integrationskompetenz.

Capgemini

Capgemini hat in den letzten Jahren die Zahl der Consultants mit Salesforce-Erfahrung beträchtlich erweitert und kann für eine Reihe von Branchen auf umfangreiche Expertise verweisen.

Cognizant

Neben einer überzeugenden Salesforce-spezifischen Methodik und leistungsfähigen Branchenlösungen zeichnet sich **Cognizant** durch ein in letzter Zeit beachtliches Wachstum im Salesforce-Markt aus.

Deloitte Digital

Deloitte Digital legt einen wesentlichen Schwerpunkt auf die Gestaltung von Geschäftsprozessen, verfügt über zahlreiche vorkonfigurierte Lösungen und ist somit ein führender Anbieter für die Verknüpfung von Geschäftsstrategie und Technologie.

Infosys

Neben einem leistungsfähigen Liefermodell und hoher Branchenkompetenz bietet **Infosys** eine umfassende Bibliothek mit vordefinierten

Lösungen für Implementierung und Integration, Lifecycle Management und Training.

Mindtree

Mindtree konzentriert sich mit hoher Methodenkompetenz auf Multi-Cloud-Implementierungen und verfügt über hohe Kapazitäten in der Mulesoft-Entwicklung zur Abdeckung von Integrationsanforderungen.

Reply

Reply zeigt im Markt für Salesforce-Implementierungen in den letzten Jahren ein beeindruckendes Wachstum. Das Unternehmen hat einen klaren Fokus auf die Implementierung unter Nutzung agiler Methoden und verfügt über umfangreiche Erfahrung mit Multi-Cloud-Projekten.

TCS

Das Portfolio von **TCS** beinhaltet eine umfassende Lösungsbibliothek für den Einsatz im Bereich der global operierenden Großkunden. Das Unternehmen überzeugt zudem mit einem klaren Fokus auf Innovationen.

Wipro

Wipro kombiniert umfangreiches funktionales Wissen mit Branchenkompetenz und einem globalen Liefermodell. Zudem verfügt der Anbieter über einen Bereich für die strategische Beratung, welche die Kunden in ihrem Transformationsprozess unterstützt.

Der folgende Anbieter konnte den Status des Rising Star erreichen und hat somit das Potenzial für eine künftig führende Stellung in diesem Segment:



Beobachtungen

HCL

HCL hat langjährige und umfassende Erfahrung mit der Implementierung von Salesforce und hat in letzter Zeit erheblich in den Aufbau von Salesforce-erfahrenen Ressourcen und die entsprechenden Zertifizierungen investiert.





Implementation Services for Core Clouds Midmarket

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

Dieser Quadrant ist relevant für kleine und mittelständische Unternehmen aller Branchen in Deutschland und bewertet Dienstleister für Salesforce Implementierungs-Services für Core Clouds.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Dienstleister in Deutschland, wobei viele ihre Services auf die DACH-Region ausweiten. Der Bericht bewertet Anbieter, die sich auf Salesforce Sales Cloud, Salesforce Service Cloud und Salesforce Commerce Cloud Angebote spezialisiert haben. Diese Anbieter verfolgen bei der Implementierung einen agilen Ansatz und helfen den Kunden bei der Neugestaltung von Prozessen, die dann mit Salesforce-Anwendungen umgesetzt werden.

Cloud-basierte Lösungen, die über nahtlose Integrationsmöglichkeiten mit Anwendungen von Drittanbietern verfügen, haben für Unternehmen, die Salesforce Core Cloud- Implementierungsleistungen benötigen, oberste Priorität. Im Gegensatz zu

großen Unternehmen brauchen kleine und mittelständische Unternehmen Salesforce-Implementierungsleistungen für Core Clouds für Projekte ohne großen Integrationsbedarf. Diese Unternehmen weisen in der Regel eine geringere Komplexität auf, wenn es um die digitale Transformation geht, und daher können sie schneller von den einfach zu nutzenden Services und kostensparenden Vorteilen profitieren.

Die signifikant gestiegene Nachfrage nach Salesforce-Implementierungs-Services für Core Clouds in Deutschland treibt das Wachstum für die meisten Dienstleister im Mittelstandssegment voran. ISG beobachtet auch weiterhin Konsolidierungen im Markt, bei denen große Systemintegratoren mittelgroße Anbieter aufkaufen, um deren etablierte Markenpräsenz zu nutzen und ihre Position im Markt zu stärken. Einige der Dienstleister bilden zusätzlich zu Offshore-Kapazitäten zunehmend, in Abstimmung mit der Salesforce Talent Alliance, deutschsprachige Nearshore-Ressourcen mit Kundennähe aus und nutzen diese zur Projektoptimierung.



Marketing- und Vertriebsleiter hilft dieser Bericht, die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Servicepartnern zu verstehen, die ihnen bei der effektiven Implementierung von Salesforce Sales Cloud und Salesforce Commerce Cloud Lösungen, unter anderem auch branchenspezifischen Lösungen, helfen können.



Außendienstleister hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Service Cloud implementieren und unter Einsatz der Salesforce Service Cloud das Management von Außendienstabläufen verbessern.



IT- und Technologie-Führungskräfte gewinnen durch den Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und der Fähigkeiten von Partnern, die sie bei der effektiven Einführung von Salesforce Sales Cloud, Salesforce Service Cloud und Salesforce Commerce Cloud Lösungen unterstützen können, und erfahren, wie die technischen Fähigkeiten und Entwicklungsmethoden der Anbieter miteinander verglichen werden können.

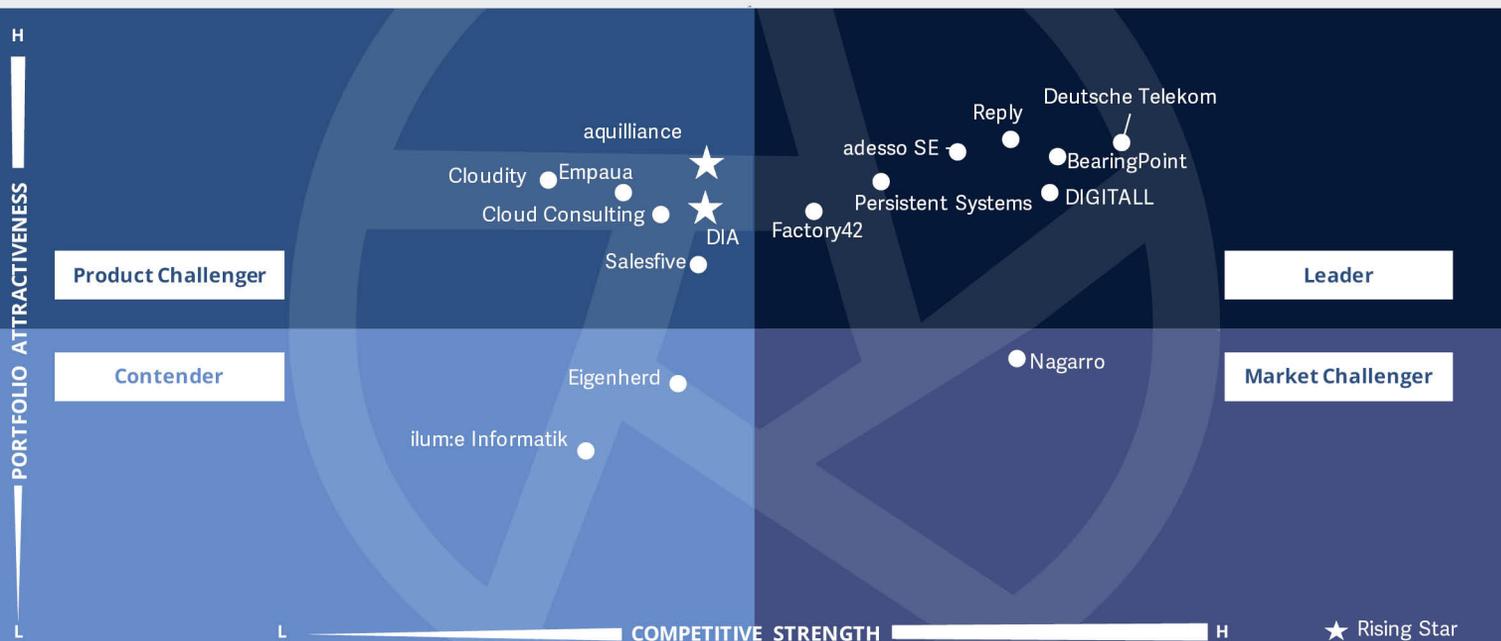


Sicherheits- und Datenexperten erhalten durch diesen Bericht Einblicke, um zu verstehen, wie Service Provider die Anforderungen der Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen in Deutschland für ihre Salesforce-Implementierungs- und Integrationspraktiken erfüllen. Der Bericht zeigt auch, welchen Fokus die Anbieter auf die Datenqualität legen und wie sie miteinander verglichen werden können.



Salesforce Ecosystem Partners 2022
Implementation Services for Core Clouds Midmarket

Germany 2022



Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die sich auf die **Salesforce Sales, Service und Commerce Cloud für mittelständische Kunden** spezialisiert haben und zumeist einen **agilen Ansatz für die Implementierung** verfolgen.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die sich auf die Salesforce Sales, Service und Commerce Cloud spezialisiert haben. Diese Produkte werden im Allgemeinen als die Core Clouds von Salesforce angesehen. Diese Anbieter verfolgen größtenteils einen agilen Ansatz für die Implementierung und konzentrieren sich eher auf Fälle, die weniger Integrationsaufwand erfordern, was typischerweise in mittelständischen und kleinen Unternehmen der Fall ist. Ein wichtiger Aspekt der von ihnen angebotenen Services dreht sich um die Beratung hinsichtlich des Neudesigns von Prozessen beim Einsatz von Salesforce-Applikationen.

Zulassungskriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (Beratung, Konfiguration, Datenmigration und Go-Live) für die Salesforce Core Clouds (mindestens 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. Alleinstellungsmerkmale
5. Wirtschaftliche Stabilität und umfangreiche Lieferkapazitäten zur Betreuung zahlreicher Kunden
6. Überzeugende Liste von Anwendungsfällen und Referenzen



Beobachtungen

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

adesso

Adesso operiert mit einem global orientierten Liefermodell, welches neben hoher Onshore-Präsenz auch beachtliche Nearshore-Kapazitäten bietet, und verfügt über eine überzeugende Projektmethodik sowie breite Branchenexpertise.

BearingPoint

BearingPoint bietet überzeugende Branchenexpertise sowie dedizierte Mulesoft-Kapazitäten für die Realisierung von Integrationen und kann zudem mit einer hohen Automatisierungskompetenz aufwarten.

Deutschen Telekom

Das Portfolio der **Deutschen Telekom** umfasst eine reichhaltige Lösungsbibliothek für Branchenlösungen und kann auch die Anforderungen zur Integration mit Backend-Systemen in kompetenter Weise abdecken.

DIGITALL

DIGITALL verfügt über ein klar strukturiertes Portfolio an Lösungen anhand von standardisierten Anwendungsfällen und kann Backendsysteme kompetent integrieren.

Factory42

Factory42 setzt auf die modulare Implementierung von vordefinierten Komponenten und bietet überzeugende Lösungen für eine Reihe von Branchen.

Persistent Systems

Persistent Systems verfolgt eine klare Wachstumsstrategie, welche neben organischem Wachstum auch Übernahmen umfasst. Der Implementierungsansatz zielt darauf ab, Salesforce als zentrale Plattform für die digitale Transformation zu nutzen.

Reply

Ein Schwerpunkt der Services von **Reply** besteht in individuellen Entwicklungen auf der Salesforce-Plattform für spezifische Kundenanforderungen. Das Unternehmen verfügt über umfassende Beratungskompetenz für die Prozessgestaltung.

Die folgenden Anbieter konnten den Status des Rising Star erreichen und haben somit das Potenzial für eine künftig führende Stellung in diesem Segment:

Aquilliance

Aquilliance verfügt über hohe Implementierungskompetenz und unterstützt auch in überzeugender Weise bei der operativen Nutzung von Salesforce.

DIA die.interaktiven

DIA die.interaktiven verfügt aufgrund zahlreicher durchgeführter Implementierungen über umfassende Erfahrung in mehreren Schlüsselbranchen. Als Besonderheit bietet das Unternehmen breite IoT-Kompetenz.



adesso



“Adesso ist ein attraktiver Anbieter für die Implementierung von Salesforce mit Branchenexpertise und überzeugender Methodik.”

Rainer Suletzki

Overview

Adesso ist ein Anbieter von IT-Beratung, Systemintegration und -betrieb sowie Softwareentwicklung. Das Unternehmen wurde 1997 gegründet, hat seinen Hauptsitz in Dortmund und betreibt 41 weitere Standorte mit insgesamt 5.600 Mitarbeitenden im deutschsprachigen Raum. Adesso verfügt über ca. 230 Consultants mit Salesforce-Erfahrung, von denen etwa 100 eine Zertifizierung seitens Salesforce erworben haben.

Strengths

Ausgewogenes Liefermodell: Adesso operiert mit einem global orientierten Liefermodell, welches neben hoher Onshore-Präsenz auch beachtliche Nearshore-Kapazitäten umfasst. Auf dies Weise bietet das Unternehmen Kundennähe und zugleich hohe Kosteneffizienz in den erbrachten Services.

Überzeugende Projektmethodik: In der Durchführung von Projekten nutzt Adesso sowohl verschiedene Elemente des phasenorientierten Vorgehens als auch agile Methoden und kombiniert diese in überzeugender Weise. So wird beispielsweise den Designphasen eines Projekts eine hohe Priorität

beigemessen; bei der Implementierung kommt wiederum auch Rapid Prototyping zum Einsatz.

Breite Branchenexpertise: Adesso verfügt über umfassende Erfahrung mit der Implementierung von Salesforce in einer Reihe von Branchen, beispielsweise Banken und Versicherungen, Automobilindustrie, Maschinenbau und Gesundheitswesen. Als Besonderheit ist die Expertise für den Bereich der öffentlichen Verwaltung zu erwähnen.

Große Kundenbasis und zahlreiche Referenzen: Das Unternehmen kann auf eine Vielzahl von erfolgreichen Implementierungen verweisen, wobei viele der Kunden auch bereit sind, als Referenz genannt zu werden.

Caution

Im Projektbereich ist der Anteil der Leistungen, die nach Aufwand abgerechnet werden, vergleichsweise hoch. Adesso sollte den Anteil der Projekte mit Festpreisen oder ergebnisabhängiger Vergütung erhöhen.

Adesso sollte anstreben, auch die Expert Level Certification seitens Salesforce zu erreichen.





Implementation Services for Marketing Cloud Midmarket

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

Dieser Quadrant ist relevant für kleine und mittelständische Unternehmen aller Branchen in Deutschland und bewertet Dienstleister für Salesforce Implementierungs-Services für die Marketing Cloud.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Anbieter in Deutschland und zeigt auf, wie sie die wichtigsten Herausforderungen in Deutschland angehen.

Diese Provider konzentrieren sich darauf, 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.

Die Marketing Cloud ist oft der Einstiegspunkt für Salesforce, und wie ISG festgestellt hat, haben Unternehmen, die Salesforce-Implementierungsleistungen suchen, in der Regel keine komplexen Echtzeit-Integrationsanforderungen.

Für Unternehmen im deutschen Markt hat sich die Pandemie negativ ausgewirkt und Schwachstellen entlang der gesamten Wertschöpfungskette aufgedeckt. Sie zeigte aber auch Chancen für operative Veränderungen in großem Maßstab auf. Zudem ist Remote-Arbeit der neue Standard für viele Betriebe, und Salesforce stellt die benötigten Plattformen zur Verfügung, um das Geschäft am Laufen halten zu können. Es gilt nun, Flexibilität in die Return-to-Work-Strategien einzubringen und gleichzeitig weiterhin die „Digital-First“-Erlebnisse zu liefern, auf die Mitarbeiter und Kunden zählen.

Unternehmen wollen in beide Richtungen kommunizieren und die beste Lösung entsprechend der individuellen Dynamik liefern, die Interaktion durch Nutzung der KI-Funktionen von Tableau CRM personalisieren und die Effektivität des Marketings insgesamt über alle digitalen Kanäle analysieren. Das soll sie in die Lage versetzen, auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse zu handeln und datengesteuerte personalisierte Erlebnisse in jeder Phase einer Kundenbeziehung zu liefern.



Marketingverantwortliche sollten diesen Bericht lesen, um die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Servicepartnern zu verstehen, die ihnen bei der effektiven Implementierung von Salesforce Marketing Cloud-Lösungen helfen können; der Bericht geht auch auf die Marketingexpertise diverser Service Provider ein, unter anderem ihre digitale Erfahrung und Beschleuniger.



IT- und Technologie-Verantwortliche werden mit diesem Bericht über die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Dienstleistern informiert, so dass sie bei der Planung und Auswahl von Salesforce Marketing Cloud-Lösungen effektiv vorgehen können. Der Bericht ermöglicht es ihnen auch, die technischen Fähigkeiten, die Automatisierungstiefe und die Entwicklungsmethodik der Anbieter zu vergleichen.

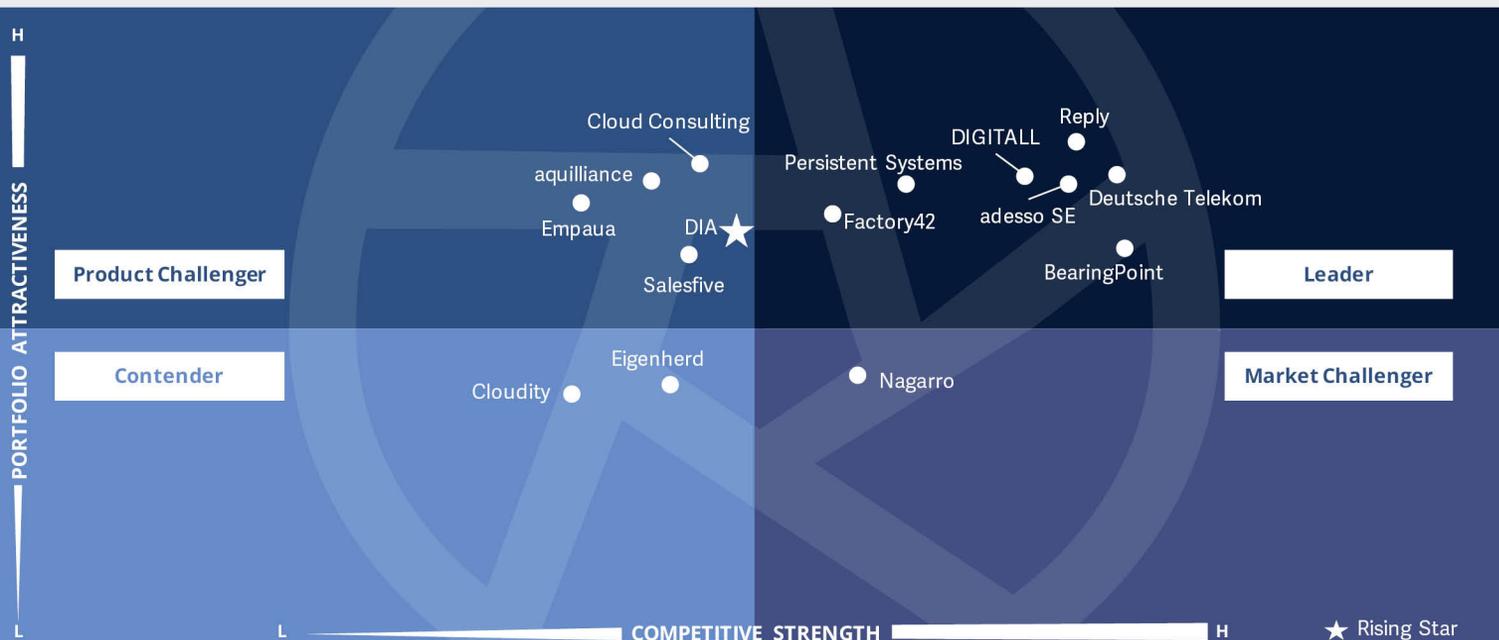


Außendienstleitern hilft dieser Bericht zu verstehen, wie Dienstleister die Salesforce Marketing Cloud implementieren und durch deren Einsatz das Management von Außendienstabläufen verbessern.



Sicherheits- und Datenexperten erhalten durch diesen Bericht Einblicke, um zu verstehen, wie Service Provider die Anforderungen der Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen in Deutschland für ihre Salesforce Marketing Cloud Implementierungspraktiken erfüllen. Der Bericht zeigt auch, welchen Fokus die Anbieter auf die Datenqualität legen und wie sie miteinander verglichen werden können.





Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die sich auf die **Salesforce Marketing Cloud** spezialisiert haben und darüber hinaus **fachliche Expertise für marketingrelevante Aspekte** wie den Einsatz von Medien und Multichannel-Ansätzen anbieten.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Anbieter untersucht, die sich auf die Salesforce Marketing Cloud spezialisiert haben und insbesondere Fälle adressieren, wo der Bedarf an Echtzeit-Integration in eine komplexe Systemlandschaft nicht sehr hoch ist, was eher auf mittelständische und kleine Unternehmen zutrifft. Darüber hinaus ist Fachexpertise für marketingrelevante Aspekte wie den Einsatz von Medien und Multichannel-Ansätzen unerlässlich.

Zulassungskriterien

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. Alleinstellungsmerkmale
5. Wirtschaftliche Stabilität und umfangreiche Lieferkapazitäten zur Betreuung zahlreicher Kunden
6. Überzeugende Liste von Anwendungsfällen und Referenzen



Beobachtungen

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

adesso

adesso verfügt im Bereich des Marketings über leistungsfähige vorkonfigurierte Lösungen mit Fokus auf das Kundenerlebnis und bietet auch inhaltsgetriebene Dienstleistungen wie kreative Unterstützung und die Erarbeitung von Kampagnenideen an.

BearingPoint

BearingPoint bietet funktional überzeugende Lösungen zur Produktivitätssteigerung im Marketing mittels Salesforce und legt einen starken Fokus auf die Automatisierung von Interaktionen mit den Endkunden.

Deutsche Telekom

Die **Deutsche Telekom** setzt neben der hohen Entwicklungskompetenz zunehmend auf Analytics-Werkzeuge sowie innovative Techniken wie KI zur Entwicklung leistungsfähiger Marketinglösungen.

DIGITALL

DIGITALL hat einen klaren Fokus auf alle Aspekte des Managements von Kundenbeziehungen und verfügt über tiefes Know-how hinsichtlich Customer Analytics und Business Intelligence.

Factory42

Factory42 überzeugt durch die Integration von Marketing mit Kundenmanagement sowie durch die Automatisierung von Funktionen wie Social Media Monitoring oder die Gestaltung von leistungsfähigen Customer Interfaces.

Persistent Systems

Persistent Systems hat eine vergleichsweise große Ressourcenbasis für die Marketing Cloud und legt einen Schwerpunkt auf die Automatisierung als Schlüsselement von Implementierungen.

Reply

Neben der Implementierung der Marketing Cloud verfügt **Reply** über umfassende Kompetenzen in der Nutzung innovativer Technologien im Verbindung mit der Marketing Cloud, z.B. Machine Learning.

Der folgende Anbieter konnte den Status des Rising Star erreichen und hat somit das Potenzial für eine künftig führende Stellung in diesem Segment:

DIA die.interaktiven

DIA die.interaktiven legt in den jeweiligen Implementierungen einen besonderen Schwerpunkt auf das Kundenerlebnis. Das Unternehmen kann auf eine beachtliche Zahl von Kundenprojekten und entsprechende Referenzen verweisen.



adesso



“Adesso ist ein hochkompetenter Partner für die Implementierung der Marketing Cloud mit beachtlicher inhaltlicher Expertise.”

Rainer Suletzki

Overview

Adesso ist ein Anbieter von IT-Beratung, Systemintegration und -betrieb sowie Softwareentwicklung. Das Unternehmen wurde 1997 gegründet, hat seinen Hauptsitz in Dortmund und betreibt 41 weitere Standorte mit insgesamt 5.600 Mitarbeitenden im deutschsprachigen Raum. Adesso verfügt über ca. 230 Consultants mit Salesforce-Erfahrung, von denen etwa 100 eine Zertifizierung seitens Salesforce erworben haben.

Strengths

Spezifische Projektmethodik für den Bereich des Marketings: Adesso trägt der zumeist begrenzten Erfahrung der Marketingteams beim Kunden durch eine spezifische Entwicklungsmethodik Rechnung, die unter anderem marketingspezifische Best Practices und geeignete Checklisten zur Organisationsgestaltung, beinhaltet.

Leistungsfähige vorkonfigurierte Lösungen mit Fokus auf das Kundenerlebnis: Im Unterschied zu manchen Wettbewerbern setzt Adesso auch im Bereich der Marketing Cloud auf die Projektunterstützung durch vordefinierte Lösungen, z.B. einen Custom Journey Builder. Dabei ist das

Vorgehen auf die möglichst umfassende Realisierung einer 360°-Sicht auf den Endkunden sowie auf ein vorteilhaftes Kundenerlebnis ausgerichtet.

Hohe Automatisierungs-Expertise: Um die zumeist großen Datenvolumina, welche im Rahmen von Anwendungen im Marketing generiert werden, möglichst effizient handhaben zu können, legt Adesso in den Implementierungsprojekten großen Wert auf die Nutzung von Automatisierungslösungen.

Angebot an begleitenden Business Services: Neben den IT-Services bietet Adesso auch agenturähnliche Dienstleistungen wie kreative Unterstützung und die Erarbeitung

von Kampagnenideen an. Dies belegt die hohe fachliche Kompetenz des Unternehmens.

Caution

Die Realisierung von mobilen Lösungen für das Marketing sollte im Portfolio größere Beachtung finden.

Adesso sollte die vorhandenen marketingspezifischen Lösungen dazu nutzen, den Anteil der Projekte mit Festpreisen oder ergebnisabhängiger Vergütung zu erhöhen.





Managed Application Services for Large Enterprises

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

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

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktposition dieser Provider in Deutschland. Die Studie betrachtet Anbieter, die zusätzliche Dienstleistungen anbieten, darunter 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-Umgebungen wünschen Unternehmen sich Dienstleister, die die IT-Kosten unter Kontrolle halten und die Plattform effizient warten können. Weiterhin sind Provider gefragt, die die

Anwendung, Lizenzen und Upgrades managen, Anwendersupport bieten und in die Salesforce-Umgebung integrierte Geschäftsanwendungen entwickeln.

Wie ISG hat festgestellt hat, ist die Nähe zu den Arbeitskräften der Unternehmen ein wichtiger Faktor für die Marktpositionierung der Anbieter. Dienstleister helfen ihren Kunden mit Angeboten wie Kostenmanagement-Lösungen für Salesforce-Applikationen, der Planung von Upgrades, regelmäßigen Schulungen und der verstärkten Nutzung von Salesforce innerhalb des jeweiligen Unternehmens. Großunternehmen in Deutschland, die weltweit tätig sind, können die globalen Anbieter als Partner in Deutschland und in anderen Teilen der Welt nutzen. Alle Dienstleister müssen eine hohe Benutzerzufriedenheit anstreben, um den Einsatz von Salesforce-Anwendungen weiterhin beizubehalten bzw. zu fördern und Investitionen in Salesforce Managed Services rechtfertigen zu können.



Marketing-, Vertriebs- und Außendienstleiter

sollten diesen Bericht lesen, um die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Partnern zu verstehen, die ihnen helfen können, Salesforce Managed Application Services effektiv zu implementieren. Der Bericht hebt auch die fortschrittlichen Managed-Application-Serviceleistungen der Service Provider hervor, darunter Unterstützung bei der Administration, Entwicklung und Nutzung von Beschleunigern, Salesforce Lightning Services, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.



IT- und Technologie-Verantwortliche

gewinnen durch diesen Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und der Fähigkeiten von Anbietern von Salesforce Managed Application Services. Der Bericht vergleicht die Anbieter auch in Bezug auf ihre technischen Fähigkeiten in Bereichen wie Fern- und Vor-Ort-Überwachung, Technologiebeschleuniger, Reaktion auf Vorfälle, Automatisierung und Entwicklungsmethoden.

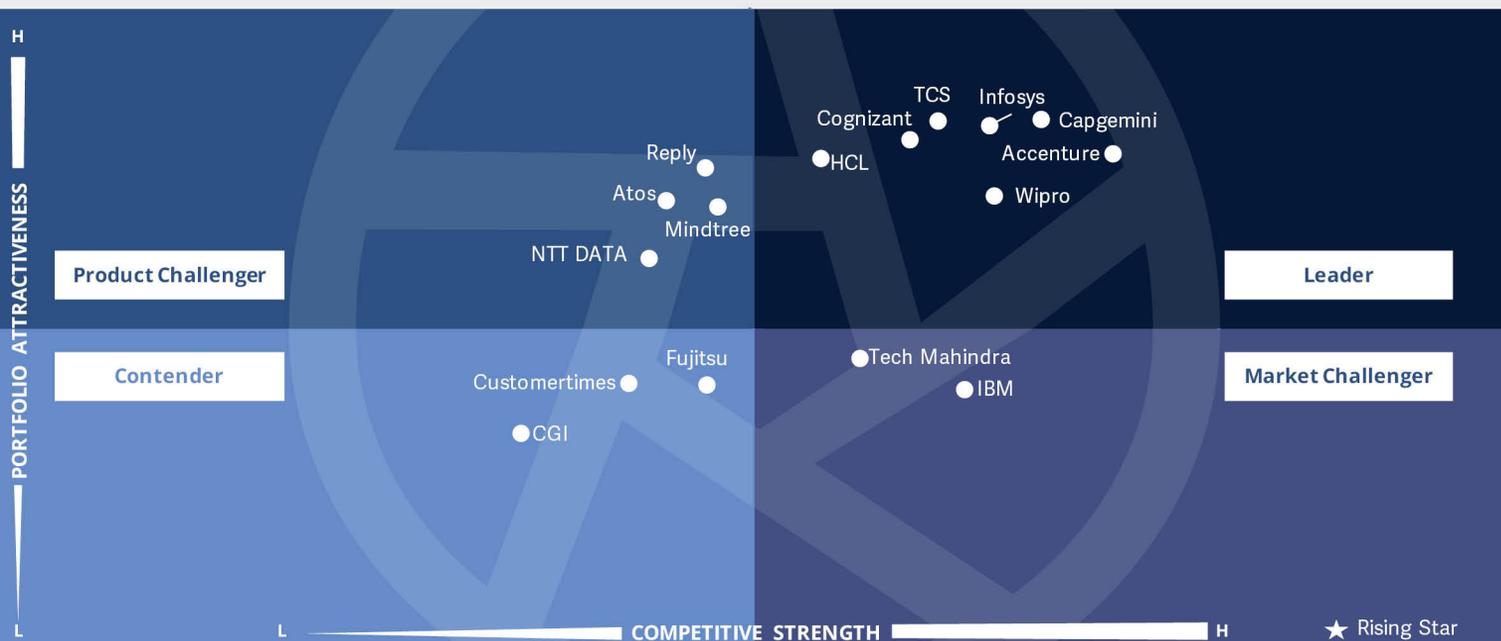


Sicherheits- und Datenexperten erhalten durch diesen Bericht Einblicke, um zu verstehen, wie Service Provider die Anforderungen der Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen in Deutschland für ihre Salesforce Managed Application Servicepraktiken erfüllen und wie diese Anbieter im Vergleich zueinander stehen.



Beschaffungsexperten erfahren aus diesem Bericht, wie sich die Anbieter in ihrem Ansatz für Salesforce Managed Application Services in Deutschland unterscheiden. Der Bericht befasst sich mit der unterschiedlichen Erfahrung der Anbieter in Bezug auf Salesforce-Anwendungen, die Art des Kundenstamms und die Beziehungen zur Branche.





Im Rahmen dieses Quadranten werden Dienstleister untersucht, die **Managed Services** für Salesforce-Applikationen im Rahmen der **komplexen Applikationslandschaften von Großunternehmen** anbieten.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Dienstleister untersucht, die Managed Services für Wartungs- und Supportaufgaben anbieten, unter anderem Monitoring, Remote Support, zentralisiertes Management von Salesforce-Applikationen, Datenqualitätsmanagement, Datensicherheit und Compliance-Aspekte. Bei Großunternehmen gehört dazu normalerweise auch die globale Serviceerbringung und die Abdeckung komplexer Applikationslandschaften mit allen möglichen Lösungen von verschiedenen Softwareanbietern.

Zulassungskriterien

1. Nachgewiesene Erfahrung mit 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

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

Accenture

Accenture bietet neben einem globalen Liefermodell mit ausgewogener Kostenstruktur leistungsfähige vorkonfigurierte Lösungen für das Application Management und kann auf eine starke Stellung im Markt für Großkunden in Deutschland verweisen.

Capgemini

Das Angebot von **Capgemini** beinhaltet eine umfassende Methodik für den Betrieb von Anwendungen, einschließlich zugehöriger Toolunterstützung, sowie eine leistungsfähige Automatisierungsplattform.

Cognizant

Cognizant verfügt über ein ausgewogenes Liefermodell mit hoher Skalierbarkeit bei gleichzeitiger Kostenoptimierung und legt einen Schwerpunkt auf die Datenqualität als Mittel zur Effizienzsteigerung und Sicherung der Servicestabilität.

HCL

Neben überzeugender Toolunterstützung durch ein leistungsfähiges eigenentwickeltes Framework setzt **HCL** auf die Kombination aus Post-Deployment-Support und kontinuierlicher Weiterentwicklung.

Infosys

Infosys setzt eine Reihe von selbstentwickelten Werkzeugen zur nachhaltigen Effizienzsteigerung in der

Leistungserbringung ein und erreicht stabile Prozesse durch den Schwerpunkt auf Automatisierung.

TCS

Das Portfolio von **TCS** zeichnet sich durch eine Vielzahl von Werkzeugen aus, welche den Betrieb von Salesforce-Anwendungen effektiv unterstützen. Ein überzeugendes globales Lieferkonzept sorgt für eine günstige Kostenstruktur.

Wipro

Neben umfassender Toolunterstützung für das Anwendungsmanagement bietet **Wipro** ein modulares Supportkonzept, welches speziell für die Optimierung des Betriebs cloudbasierter Lösungen entwickelt wurde.





Managed Application Services for Midmarket

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

Dieser Quadrant ist für kleine und mittelständische Unternehmen jeglicher Branchen in Deutschland relevant, um Anbieter von Salesforce Managed Application Services zu 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 Anwendungsüberwachung. Diese Studie betrachtet Anbieter, die zusätzliche Dienstleistungen anbieten, darunter administrative Unterstützung, Beschleuniger für die Entwicklung und Nutzung, Entwicklungsdienstleistungen, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.

Für die kompetente Verwaltung ihrer Salesforce-Umgebungen wünschen Unternehmen sich Dienstleister, die die IT-Kosten optimieren und die Plattform effizient warten können. Wie ISG festgestellt hat, helfen Dienstleister ihren Kunden mit Angeboten wie

der Übernahme des Kostenmanagements für die Anwendung, der Planung von Upgrades, regelmäßigen Schulungen und der verstärkten Nutzung von Salesforce innerhalb des jeweiligen Unternehmens.

Mittelständler in Deutschland können mit mittelständischen Anbietern zusammenarbeiten, da sich entsprechende Verhandlungen einfacher gestalten und diese Provider aufgrund ihrer Preise und der Nähe zum Standort des Kunden eine beträchtliche Anzahl von Kunden aus diesem Segment gewinnen. Kunden, die Onshore Managed Services suchen, haben die Möglichkeit, die Dienste eines beliebigen qualifizierten mittelständischen Dienstleisters in Anspruch zu nehmen. Alle Dienstleister müssen eine hohe Benutzerzufriedenheit anstreben, um den Einsatz von Salesforce-Anwendungen weiterhin beizubehalten bzw. zu fördern und Investitionen in Salesforce Managed Application Services rechtfertigen zu können.



Marketing-, Vertriebs- und Außendienstleiter

sollten diesen Bericht lesen, um die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Partnern zu verstehen, die ihnen helfen können, Salesforce Managed Application Services effektiv zu implementieren. Der Bericht hebt auch die fortschrittlichen Managed-Application-Serviceleistungen der Service Provider hervor, darunter Unterstützung bei der Administration, Entwicklung und Nutzung von Beschleunigern, Salesforce Lightning Services, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.



IT- und Technologie-Verantwortliche gewinnen durch diesen Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und der Fähigkeiten von Anbietern von Managed Application Services. Der Bericht vergleicht die Anbieter auch in Bezug auf ihre technischen Fähigkeiten in Bereichen wie Fern- und Vor-Ort-Überwachung, Technologiebeschleuniger, Reaktion auf Vorfälle, Automatisierung und Entwicklungsmethoden.



Sicherheits- und Datenexperten erhalten durch diesen Bericht Einblicke, um zu verstehen, wie Service Provider die Anforderungen der Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen in Deutschland für ihre Salesforce Managed Application Servicepraktiken erfüllen und wie diese Anbieter im Vergleich zueinander dastehen.



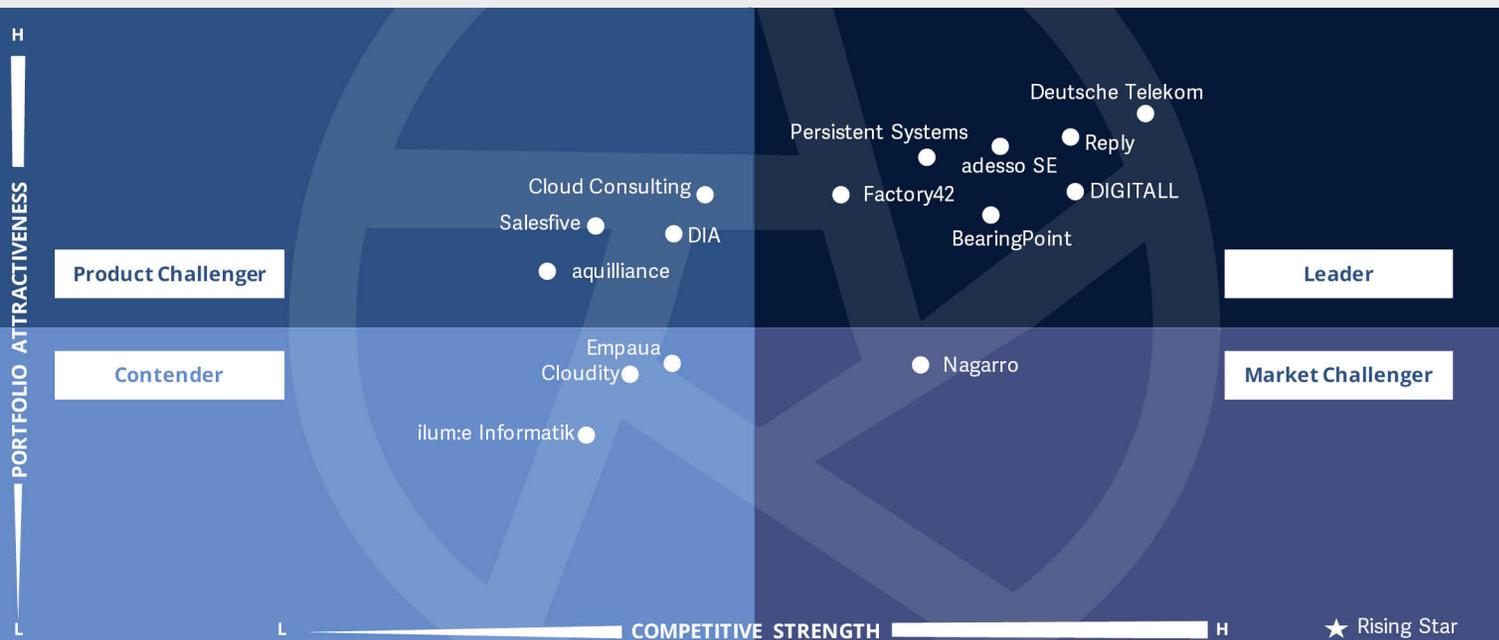
Beschaffungsexperten erfahren aus diesem Bericht, wie sich die Anbieter in ihrem Ansatz für Salesforce Managed Application Services in Deutschland unterscheiden. Der Bericht befasst sich auch mit der unterschiedlichen Erfahrung der Anbieter in Bezug auf Salesforce-Anwendungen, die Art des Kundenstamms und die Beziehungen zur Branche.



ISG Provider Lens™
 Salesforce Ecosystem Partners 2022
 Managed Application Services for Midmarket

Source: ISG RESEARCH

Germany 2022



Im Rahmen dieses Quadranten werden Dienstleister untersucht, die **Managed Services** für Salesforce-Applikationen von **Kunden aus dem Mittelstand** anbieten, die zumeist weniger Integrationsbedarf aufweisen und vielfach eher regional aufgestellt sind.

Rainer Suletzki



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Dienstleister untersucht, die Managed Services für Wartungs- und Supportaufgaben anbieten, unter anderem Monitoring, Remote Support, zentralisiertes Management von Salesforce-Applikationen, Datenqualitätsmanagement, Datensicherheit und Compliance-Aspekte. Kunden aus dem Mittelstand haben in der Regel weniger Integrationsbedarf; in vielen Fällen sind sie eher regional aufgestellt.

Zulassungskriterien

1. Nachgewiesene Erfahrung mit 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



Beobachtungen

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

adesso

adesso operiert mit einem Supportmodell, welches auf Kundennähe und Qualität durch weitgehende Onshore-Leistungserbringung setzt. Diese spezifische Positionierung der Application Services ermöglicht eine hohe Kundebindung.

BearingPoint

Auf Basis eines ausgereiften Preis- und Kontraktmodells offeriert das Portfolio von **BearingPoint** ein umfassendes Angebot zur Betriebsunterstützung, welches das komplette Spektrum an Supportleistungen abdeckt.

Deutsche Telekom

Die **Deutsche Telekom** verfügt über ein flexibles und für die Kostenoptimierung besonders geeignetes Supportmodell und überzeugt im Application Management durch die Unterstützung von End-to-End-Prozessketten.

DIGITALL

Das Angebot von **DIGITALL** basiert auf einem überzeugenden modularen Servicekatalog für den Applikations-Support. Das Unternehmen verfügt über ein attraktives Liefermodell mit einem hohen Anteil an Nearshore-Kapazitäten.

Factory42

Factory42 bietet ein gut strukturiertes Angebot für den Applikations-Support sowie einen Healthcheck

mit standardisierten Paketen für die kontinuierliche Optimierung laufender Salesforce-Anwendungen.

Persistent Systems

Die Managed Application Services von **Persistent Systems** umfassen alle relevanten Servicekomponenten; das Unternehmen erreicht hohe Effizienz durch den konsequenten Einsatz von Automatisierung.

Reply

Reply offeriert dem Kunden maßgeschneiderte Servicemodelle mit individueller Ausgestaltung der einzelnen Komponenten. Ein dediziertes Governance Model für gemeinsames Application Management mit dem Kunden komplettiert das überzeugende Portfolio.



adesso



“Adesso ist ein leistungsfähiger Anbieter von Application Services für Salesforce mit klarem Fokus auf hohe Servicequalität.”

Rainer Suletzki

Overview

Adesso ist ein Anbieter von IT-Beratung, Systemintegration und -betrieb sowie Softwareentwicklung. Das Unternehmen wurde 1997 gegründet, hat seinen Hauptsitz in Dortmund und betreibt 41 weitere Standorte mit insgesamt 5.600 Mitarbeitenden im deutschsprachigen Raum. Adesso verfügt über ca. 230 Consultants mit Salesforce-Erfahrung, von denen etwa 100 eine Zertifizierung seitens Salesforce erworben haben.

Strengths

Supportmodell mit Fokus auf Kundennähe und Qualität: Adesso verfolgt mit seinen Managed Application Services den Ansatz, die Qualität der Services durch den Einsatz von projekterfahrenen Ressourcen zu erhöhen. Dies bezieht sich sowohl auf die Analysefähigkeiten als auch die Problemlösungsfähigkeiten der eingesetzten Ressourcen. Konsequenterweise werden die Services aus einem innerdeutschen Standort erbracht.

Hohe Kundenbindung: Die spezifische Positionierung der Application Services hinsichtlich Kundennähe und

Qualität hat zur Folge, dass viele der Projektkunden auch die nachfolgenden Application Services von Adesso beziehen. Adesso kann daher auf zahlreiche Referenzen verweisen. Zudem besteht so die Möglichkeit, den reibungslosen Übergang in den Betrieb bereits in der Projektphase umfassend vorzubereiten.

Anwendungsübergreifende Kompetenz: Da Adesso auch über breite Expertise für verschiedene an Salesforce angrenzende Anwendungen wie SAP und Microsoft verfügt, ist das Unternehmen in der Lage, Application Services für übergreifende Prozessketten kompetent abzudecken.

Caution

Adesso sollte die Einbeziehung von deutschsprachigen Nearshore-Ressourcen prüfen, um die Kostenposition bei gleichzeitiger Sicherung der Servicequalität verbessern zu können.

Die angebotenen Services sollten in einem strukturierten Servicekatalog beschrieben werden, der öffentlich zugänglich gemacht werden kann.





Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce

Wer sollte diesen Quadranten lesen?

Dieser Bericht ist für Unternehmen aller Branchen in Deutschland relevant, um Anbieter von Implementierungsleistungen für Analytics-Lösungen auf Salesforce bewerten.

Im Rahmen dieses Quadranten definiert ISG die aktuelle Marktpositionierung dieser Provider in Deutschland und zeigt auf, wie die wichtigsten Herausforderungen für Unternehmen im Land angegangen werden.

Kunden sind für die Implementierung von leistungsfähigen cloudbasierten Analytik-Lösungen auf der Suche nach Dienstleistern, die einen datenorientierten Ansatz für das Design und die Wartung ihrer Anwendungsarchitekturen verfolgen; das Ziel dabei ist die nahtlose Integration in die Anwendungslandschaft des jeweiligen Unternehmens.

Darüber hinaus wenden sie sich an Anbieter, die Salesforce Tableau- und KI-basierten Salesforce Einstein-Produktsupport anbieten, um die zunehmenden Interaktionen über

mehrere Kanäle hinweg zu verwalten, da die Unternehmen voll funktionsfähige Omnichannel-Lösungen für ihre Kunden implementieren möchten. Die Dienstleister entwickeln zunehmend ihre eigenen Standardprodukte bzw. branchenspezifischen Modelle auf Basis der Erfahrungen ihrer regionalen und globalen Kunden und unter Nutzung von Best Practices für bestimmte Anwendungsfälle; davon profitieren insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen.

ISG beobachtet bei Unternehmen einen wachsenden Bedarf an Analytics-Lösungen zur Gewinnung von Echtzeitdaten und Kundeneinblicken für die Entwicklung von Go-to-Market-Strategien, personalisierten Kundenerfahrungsprogrammen für Unternehmen und eines ganzheitlichen Kundenbindungsprogramms.



Marketing-Experten gewinnen durch diesen Bericht ein besseres Verständnis der relativen Positionierung und Fähigkeiten von Servicepartnern, die ihnen bei der effektiven Implementierung von Salesforce Analytics-Lösungen helfen können; der Bericht hebt auch die fortschrittlichen Managed-Service-Leistungen der Provider hervor, unter anderem Punkte wie die Unterstützung bei der Administration, die Entwicklung und Nutzung von Beschleunigern, Salesforce Lightning Services, proaktive Überwachung und Beratungsdienste.



IT- und Technologie-Verantwortliche gewinnen durch diesen Bericht ein klares Verständnis der relativen Positionierung und der Fähigkeiten von Analytics-Lösungsanbietern im Kontext von Salesforce. Der Bericht vergleicht die Anbieter auch in Bezug auf ihre technischen Fähigkeiten in Bereichen wie Fern- und Vor-Ort-Überwachung, Technologiebeschleuniger, Reaktion auf Vorfälle, Automatisierung und Entwicklungsmethoden



Sicherheits- und Datenexperten sollten diesen Bericht lesen, um zu verstehen, wie die Anbieter den Datenschutz im jeweiligen Land im Rahmen ihrer Salesforce Analytics-Lösungen einhalten, beispielsweise die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und Sicherheitsanforderungen.

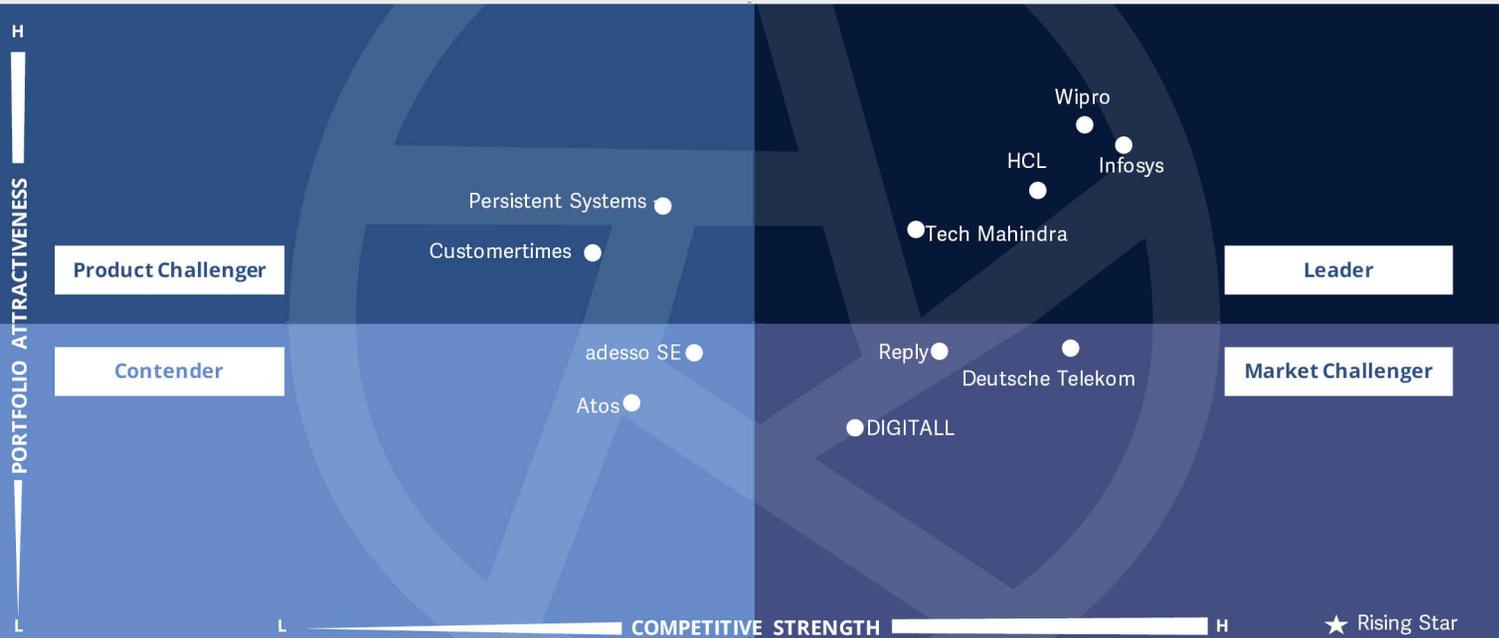


Beschaffungsexperten erfahren aus diesem Bericht, wie sich die Anbieter in ihrem Ansatz für Salesforce Analytics-Lösungen Services in Deutschland unterscheiden. Der Bericht befasst sich zudem mit der unterschiedlichen Erfahrung der Anbieter in Bezug auf den Support für Salesforce-Applikationen, die Art des Kundenstamms und die Beziehungen zur Branche.



Salesforce Ecosystem Partners 2022
Implementation Services for Analytics Solutions on Salesforce

Germany 2022



Dieser Quadrant befasst sich mit Anbietern von Implementierungsservices für Analytics-Lösungen im Kontext von Salesforce. Diese Lösungen können auch **Daten von Drittanbietern** wie Marktforschungsdaten oder geografische Daten nutzen.

Rainer Suletzki



Definition

Dieser Quadrant befasst sich mit Anbietern von Implementierungsservices für Analytics-Lösungen im Kontext von Salesforce. Zusätzlich zu den in den Salesforce-Instanzen verfügbaren Daten können diese Lösungen auch Daten von Drittanbietern wie Marktforschungsdaten oder geografische Daten nutzen. Die entsprechenden Dienstleistungen umfassen die Beratung, die Entwicklung von Datendefinitionen, die Konfiguration des Datenmanagements sowie die Implementierung von Berichten und entsprechenden Visualisierungen. Mobiler Zugriff ist oft eine wichtige Anforderung.

Zulassungskriterien

1. Starke Implementierungsfähigkeiten (Beratung, Konfiguration, Berichtsentwicklung und Inbetriebnahme) für Analyselösungen auf Grundlage von Salesforce-Daten, hauptsächlich unter Verwendung der Tableau-Plattform
2. Fundierte Kenntnisse der Salesforce-Datenarchitektur
3. Verfügbarkeit einer soliden Methodik und umfassende Tool-Unterstützung mit hohem Automatisierungsgrad
4. Verfügbarkeit von vordefinierten Lösungen und Beschleunigern für erweiterte Analysefunktionen, vorzugsweise mit branchenspezifischen Angeboten
5. Überzeugende Liste von Anwendungsfällen und Referenzen



Beobachtungen

Die folgenden Anbieter konnten sich als Leader in diesem Quadranten qualifizieren:

HCL

HCL bietet ein Beratungspaket, welches den Kunden in den Architekturphasen für die Analytik-Anwendungen kompetent unterstützt. Die Sicherung der Datenqualität als Voraussetzung für leistungsfähige Analytik hat im Portfolio von HCL Priorität.

Infosys

Infosys bietet zahlreiche vorkonfigurierte Lösungen sowie Dashboards für die Analysefunktionen in Vertrieb, Service und dem B2B-Marketing. Das Unternehmen verfügt über hohe Kompetenz für mobile Anwendungen im Analytics-Kontext.

Tech Mahindra

Tech Mahindra setzt auf ein konsequent datenorientiertes Vorgehen zur Realisierung funktional überzeugender Analytik-Lösungen und verfügt über beachtliche Kompetenzen für mobile Anwendungen.

Wipro

Das Portfolio von **Wipro** beinhaltet eine datenorientierte Strategieberatung für die frühen Phasen der Entwicklung und eine überzeugende Methodik für die Migration von BI-Anwendungen.





Blinddarm

Die Marktforschungsstudie „ISG Provider Lens™ 2022 – 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.

Lead Author:

Rainer Suletzki

Editors:

Maria Müller-de Haen

Research Analysts:

Keanu Ghrab

Data Analyst:

Rajesh Chillappagari

Quality & Consistency Advisors:

Aasheesh Mittal

Jenn Stein

Yadu Singh

Project Manager:

Phani. KR

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 Juli 2021. 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



Lead Author



Rainer Suletzki
Senior Advisor

Herr Suletzki kann auf ein tiefes Verständnis der Kern-Geschäftsprozesse verweisen und verfügt darüber hinaus über ein weitreichendes Know How in IT Management. Er hat mehr als 30 Jahre Erfahrung als Senior IT Manager, Senior Project Manager und - zu Beginn seiner Karriere - als IT-Berater. Seine wesentlichen Kompetenzbereiche sind IT Application Management, IT-Architektur, Datenmodellierung sowie Definition der IT Sourcing Strategy und Umsetzung des IT Sourcing.

Herr Suletzki ist als unabhängiger Berater mit Fokus auf Application

Management für SAP-Lösungen und dabei insbesondere für SAP HANA tätig. Im Auftrag von ISG führt er Studien im Rahmen von ISG Provider Lens durch und übernimmt Kundenprojekte mit Definition von IT-Strategie sowie den resultierenden Sourcing-Entscheidungen.

Vor seiner heutigen Tätigkeit als unabhängiger Berater war Herr Suletzki mehr als 30 Jahre in der IT bei einem globalen deutschen Lifescience-Konzern (DAX-Unternehmen) tätig.

Herr Suletzki hat Diplom-Abschlüsse in Informatik und Volkswirtschaftslehre.

Research Analyst



Keanu Ghrab
Research Analyst

Keanu Ghrab ist Research Analyst bei ISG und verantwortlich für die Unterstützung und Co-Autorisierung von Provider Lens™-Studien zu Salesforce, ServiceNow, SAP, ADM und Future of Work. Sein Fachgebiet umfasst Markt-, Unternehmens- und Wettbewerbsanalysen. Während seiner Amtszeit hat er Inhalte aus Unternehmensperspektive entwickelt und den globalen zusammenfassenden Bericht verfasst.





IPL Product Owner

Jan Erik Aase
Partner and Global Head - ISG Provider Lens

Jan Erik Aase ist Director und Principal Analyst bei ISG. Er verfügt über mehr als 35 Jahre kollektive Erfahrung als Unternehmenskunde, Dienstleister, ISG-Berater und Analyst. Jan Erik trägt die Gesamtverantwortung für die ISG Provider Lens™-Berichte, einschließlich der käuferorientierten Archetyp-Berichte und der Quadrant-Berichte, die sich auf die Stärken der Anbieter und die Attraktivität des Portfolios konzentrieren. Er legt die Forschungsagenda fest und stellt die Qualität und Konsistenz des Provider Lens™-Teams sicher.



*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 ISG-Beraterteam. 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.

Weitere Informationen zu den ISG Research™ Subskriptions-Services sind unter contact@isg-one.com, Tel.+49 (0) 561-50697524 oder auf unserer Website unter <https://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 800 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 digitalen Transformation, inklusive 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 1.300 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 www.isg-one.com.





MARCH 2022

REPORT : SALESFORCE ECOSYSTEM PARTNERS