

Cloud Business Solutions

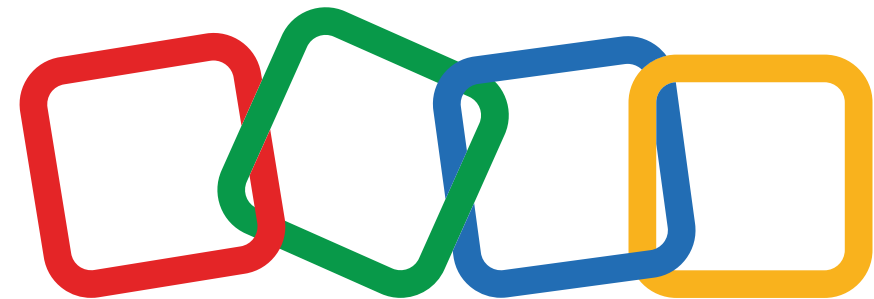
# VENDOR INSIGHTS

Cloud Customer  
Relationship Management



- 1 Unternehmenssteckbrief
- 2 Gesamtpositionierung
- 3 Company Rating & Stellungnahme des Anbieters
- 4 Solution Rating & Stellungnahme des Anbieters
- 5 Testimonials
- 6 Analystenstatement
- 7 Technology Research Hub
- 8 Kontakt techconsult
- 9 Kontakt Zoho Corporation

# VENDOR INSIGHTS



Z O H O

## Vendor Insights

Mit den Vendor Insights bieten wir IT-Entscheiderinnen und -Entscheidern, die sich aktuell im Auswahlprozess einer Software befinden, die Möglichkeit, tiefgreifende Einblicke in die Arbeitsweisen, Strategien, Ausrichtungen und Prinzipien der Anbieter zu erhalten. Auf diese Weise wird die Interpretation der jeweiligen Diamant-Platzierung eines Unternehmens erleichtert. Solche exklusiven Zusatzinformationen reichern den Entscheidungsprozess an und unterstützen bei der Auswahl eines passenden Anbieters.

## Steckbrief: Zoho Corporation

- Umfangreiches Portfolio an integrierten Geschäftsanwendungen, die darauf abzielen, Effizienz und Flexibilität über alle Unternehmensbereiche und Branchen hinweg zu steigern
- Ganzheitlicher Ansatz zur Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen
- Kernmarkt: KMU und Enterprise
- Privatbesitz
- Mehr als 15.000 Beschäftigte
- Hauptsitz: Chennai, Indien
- Weitere Standorte: Essen, Deutschland; Lille, Frankreich; Milton Keynes, Vereinigtes Königreich

### *Methodik, Zielgruppe und Verwendungsmöglichkeiten*

*Die vorliegenden Vendor Insights basieren auf den Ergebnissen der durchgeführten Anwenderbefragung „PUR – Cloud Business Solutions“ im Lösungsbereich „Cloud CRM“. Im Rahmen der Befragung wurden über 3.000 Anwendungsexpertinnen und -experten zu acht Lösungsbereichen für SaaS-Anwendungen befragt. Die Bewertung der Anbieter innerhalb der Lösungsbereiche erfolgte in den Dimensionen CompanyRating (Anbieterbewertung) und Technology/Solution Rating (Lösungsbewertung) mit ca. 60 Kriterien in 14 Unterkategorien. Aus der Gruppe der relevanten Anbieter für den jeweiligen Lösungsbereich werden die Anbieter mit den besten Bewertungen der Nutzer und mit einer ausreichend hohen Interviewanzahl in den „PUR-Diamanten“ aufgenommen und dargestellt. Die zusammengefassten Ergebnisse richten sich vornehmlich an Anwender, Partnerunternehmen und unabhängige IT-Dienstleister, die Produkte des Anbieters einsetzen oder nutzen wollen. Die Beauftragung der Vendor Insights durch den Anbieter erfolgte nach Abschluss der Studie. Der Anbieter hat daran insofern mitgewirkt, dass weitere Informationen zur Verfügung gestellt wurden.*

# Vendor Insights: Zoho Corporation

## Gesamtpositionierung

Zoho wurde im diesjährigen Professional User Rating – Cloud Business Solutions (PUR CBS) im Lösungsbereich „Cloud CRM“ von techconsult als Champion ausgezeichnet. Die Anwenderinnen und Anwender des Zoho CRMs betonten diverse Besonderheiten der Lösung sowie des Anbieters, die im Verlauf dieser Vendor Insights beleuchtet werden.

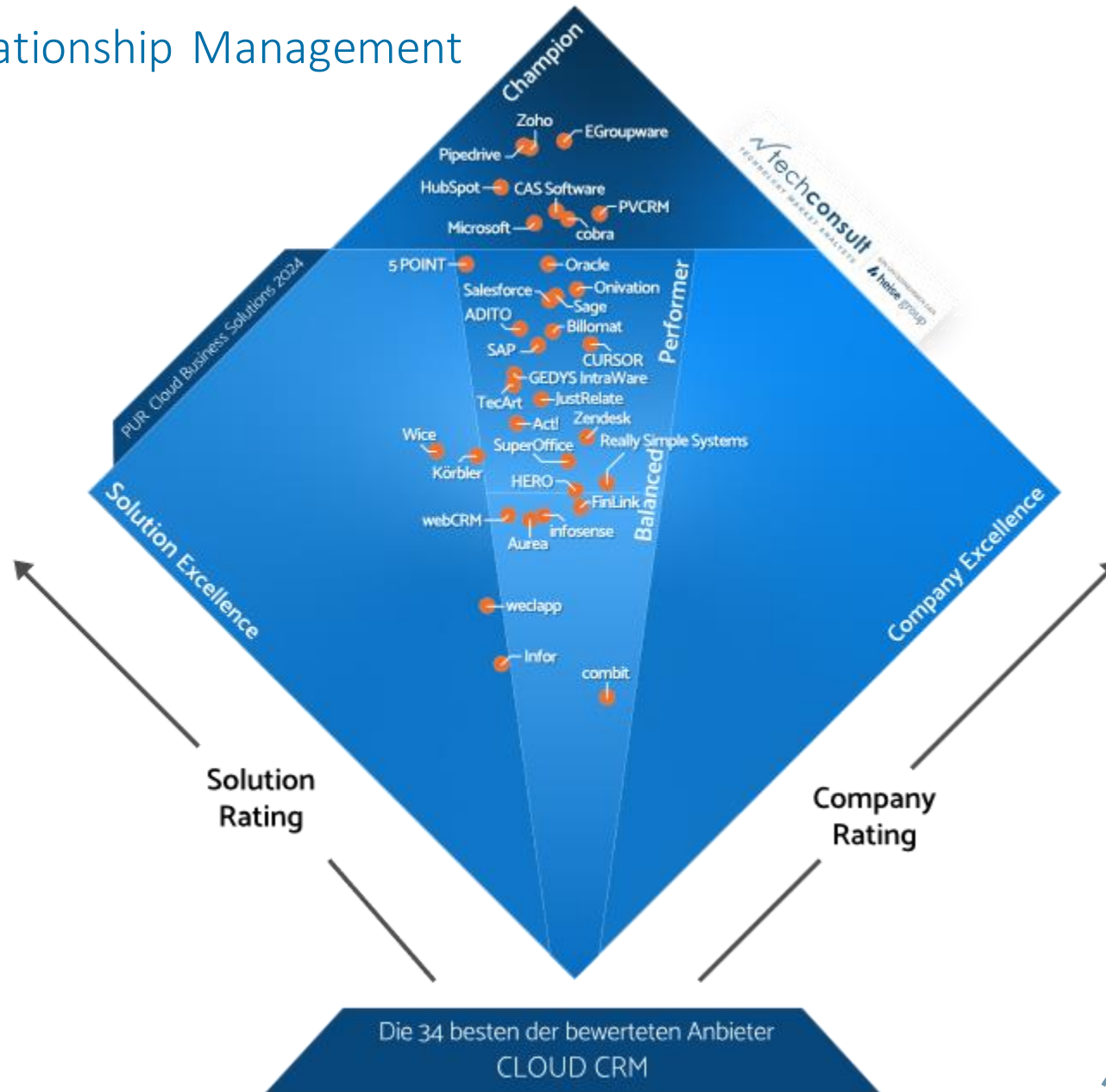
Die dargestellten Gesamtergebnisse ergeben sich durch die Zusammenführung der zahlreichen Einzelbewertungen in den beiden Dimensionen „Company Rating“ und „Solution Rating“, in denen jeweils die Services des Anbieters und die Lösung bewertet wurden. Durch die Evaluierung dieser für die Kundschaft besonders relevanten Aspekte wird eine ganzheitliche Ergebnisdarstellung ermöglicht.

Im Bereich „Cloud CRM“ konnten sich dieses Jahr 34 marktrelevante Anbieter eine Position im Ergebnisdiamanten sichern. Aufgrund der hervorragenden Bewertungen der Anwendungsexpertinnen & -experten, sowohl auf Lösungsebene als auch auf Ebene des Unternehmens, setzt sich Zoho deutlich vom Durchschnitt ab und nimmt einen der Spitzenplätze im Diamanten ein.



# Cloud Customer Relationship Management

Diamant



## SOLUTION RATING

- **Allgemeine Basisfunktionen (zutreffend für alle Lösungsbereiche)**  
(u. a. Schnittstellen, Skalierbarkeit, Compliance, Bedienfreundlichkeit, Individualisierbarkeit, Zuverlässigkeit und Stabilität, Zugang auf mobilen Endgeräten und Desktop)
- **Lösungsspezifische Funktionen**  
Verfügbarkeit und Qualität lösungsspezifischer Features der einzelnen Lösungsbereiche
- **Lösungsnutzen**  
Bewertung der Erfüllung beabsichtigter Zwecke
- **Produktloyalität und Kaufempfehlung**  
Evaluierung der zukünftigen Markentreue
- **Zufriedenheit mit der Lösung**

## COMPANY RATING

- **Innovation**
- **Gesamtproduktportfolio**  
Variabilität und Ganzheitlichkeit des Softwareangebots
- **Service und Support**  
Qualität der Hilfestellungen durch den Anbieter
- **Vertrieb**  
Kompetenzen der Vertriebsberatung
- **Onlineauftritt**  
Bewertung der Anbieterwebsite
- **Preis- und Bezugsmodelle**  
Variabilität in der Wahl des Bezugs
- **Nachhaltigkeit**  
Ökologisches und soziales Engagement des Anbieters
- **Information, Beratung und Weiterbildung**  
Verfügbarkeit und Qualität der Beratung

# Vendor Insights: Zoho Corporation

## Company Rating

Auf Ebene der Anbieterbewertung liegt Zoho deutlich über dem anbieterübergreifenden Durchschnitt von Cloud-CRM-Anbietern. Die Zoho Corporation kann hier mit einem der Top-Werte aufwarten und etabliert sich auch über alle Unterkriterien des Company Ratings hinweg als einer der Spitzenreiter.

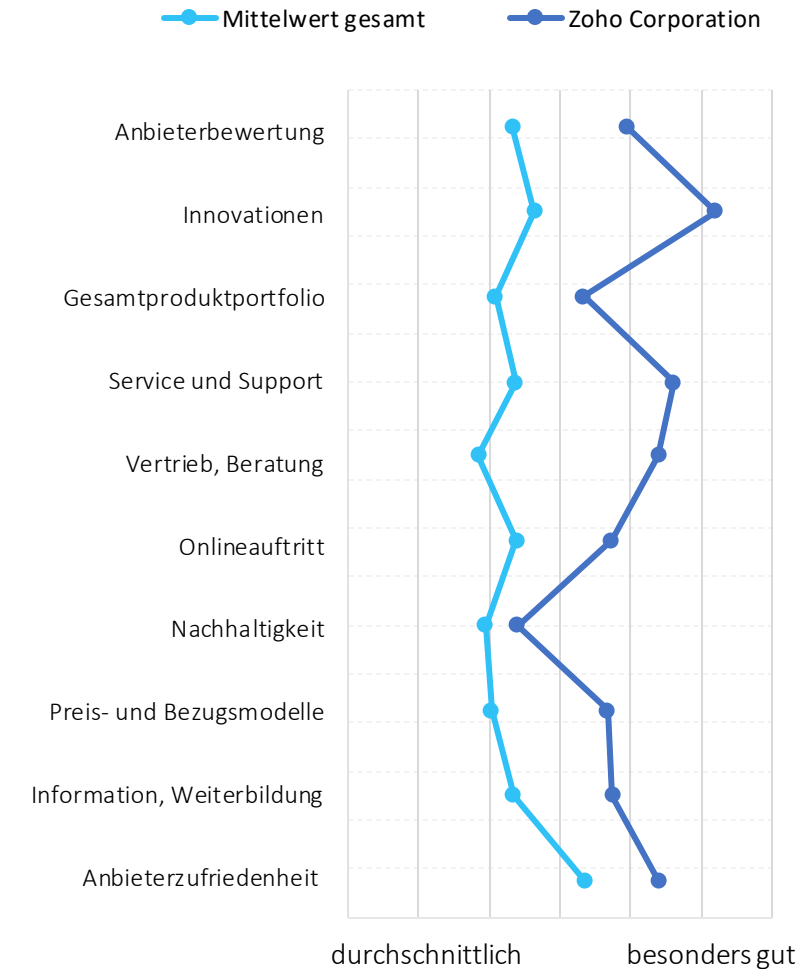
### Topwerte der Zoho Corporation

- Service & Support
- Innovation
- Preis- und Bezugsmodelle

Wie bereits im letzten Jahr, stellt Service und Support eines der Alleinstellungsmerkmale von Zoho dar. Die Kundschaft schätzt daher den engen und unterstützenden Kundenkontakt. Neben einer hohen Erreichbarkeit ist es vor allem die durchweg hohe Kompetenz der Serviceberatung, welche die Kundinnen und Kunden besonders loben. Konsistent kompetenter Kundenservice verhilft Zoho also erneut zu einer hervorragenden Positionierung.

Beim Thema Innovation glänzt die Zoho Corporation dieses Jahr besonders. Ihr ist es offensichtlich gelungen, dem Kundenstamm die fortlaufende Weiterentwicklung des Produktportfolios, etwa mit Zoho One in Symbiose mit Zoho CRM, aufzuzeigen. Letztes Jahr warb das Unternehmen mit umfangreichen Neuerungen, die sich aus Sicht der befragten Anwendungsexpertinnen und -experten offensichtlich lohnen.

Dieses Jahr kann sich Zoho auch sehr in Sachen Preis- und Bezugsmodelle vom Marktdurchschnitt abheben. Das liegt gleichermaßen an sehr guten Bewertungen hinsichtlich der Preisgestaltung, auch mit Blick auf die entsprechenden Leistungsumfang, sowie den zur bestehenden Bezugsmodellen. Nutzende bedanken sich für ein solches Preis-Leistungs-Verhältnis mit einer Spitzenposition im Diamanten.





# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statement von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Company Rating

## Anbieterbewertung allgemein

„Wir glauben daran, dass umfassende Schulungen zur Zufriedenheit und langfristigen Kundenbindung beitragen. Um diese bereitzustellen, verfügen wir über mehrere Kontaktpunkte, sowohl online als auch vor Ort mit Kunden.

Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns sowie der Organisation unserer internen Teams. Wir versetzen uns selbst in die Position unserer Kunden, da wir unsere eigenen Zoho Anwendungen vollständig selbst nutzen, um unser gesamtes Unternehmen zu betreiben. Das hilft uns dabei, die Anforderungen unserer Kunden zu verstehen und kontinuierlich die eigenen Produkte zu verbessern.

Darüber hinaus sind wir in ständigem Austausch mit unseren Kunden, erfassen Feedback und sind kontinuierlich bestrebt, das Erlebnis zu verbessern. Darüber hinaus stellen wir Funktionen bereit, die unseren Kunden dabei helfen, in ihren jeweiligen Märkten die Nase vorn zu behalten.“

## Zusammenfassung

- Kundenperspektive und Kundenorientierung
- Hersteller nutzt seine eigene Anwendung
- Konstanter Austausch mit der eigenen Kundschaft

# VENDOR INSIGHTS



**Z O H O**



# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statements von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Company Rating



## Innovationen

„Die Innovation von Zoho wird durch seine Positionierung in Forschung und Entwicklung (R&D) sowie die breite Kundenbasis vorangetrieben. Über 250.000 Unternehmen weltweit nutzen Zoho CRM, doch das ist nur eine von über 55 Anwendungen von Zoho.

Zoho besitzt und verwaltet die gesamte Technologiekette. Unsere Strategie sieht vor, weniger Gewinn in Marketing zu investieren und stattdessen erhebliche Mittel in R&D zu stecken.

Dies gibt uns die Möglichkeit, kostengünstige, benutzerfreundliche und hochgradig integrierbare Unternehmenssoftware zu entwickeln. Das verschafft uns den Vorteil, frühzeitig zu erkennen, wo Lücken für neue Innovationen und Möglichkeiten entstehen. Wir verfügen über die Mittel und Ressourcen, um Software zu entwickeln, damit unsere Kunden von diesen neuen Möglichkeiten und Innovationen profitieren können“

### Zusammenfassung

- Erfahrungen einer breiten Kundenbasis
- Strategischer Fokus auf Forschung und Entwicklung
- Frühzeitige Erkennung von Innovationslücken

## Gesamtproduktportfolio

„Neben CRM und dem Marketplace für Integrationen bieten wir ein ganzheitliches Portfolio an Unternehmenssoftware, das es Organisationen jeder Größe und aus allen Branchen ermöglicht, ihr Geschäft vollständig auf Zoho abzuwickeln. Das Portfolio von Zoho mit über 55 Anwendungen deckt hierfür nahezu alle Anwendungsfälle ab. Eines unserer Ziele ist es, jeden Berührungspunkt im Geschäftsbetrieb zu vereinfachen und zu automatisieren, einschließlich der Kundenakquise, Mitarbeitererfahrung, Mitarbeiterbindung und Betrieb.

Die Produkte von Zoho werden alle nativ ohne Akquisitionen entwickelt, wodurch die Einheitlichkeit bereits im Design verankert ist. Kunden erhalten die Flexibilität, das Paket zu wählen, das zu ihnen passt und damit skalierbar zu wachsen. Dies führt zu reibungslos vernetzten Abteilungen und erlaubt erhebliche Arbeitserleichterung durch Workflowautomatisierungen“

### Zusammenfassung

- 55 Anwendungen
- Ganzheitliches Portfolio, das Abwicklung aller Geschäftsprozesse vollständig über Zoho ermöglicht
- Einheitlichkeit und Prozessoptimierung durch native Entwicklung ohne Akquisitionen

## Service & Support

„Bei der Implementierung und Betreuung von Unternehmenssoftware ist der Support von kritischer Bedeutung. Wir bieten unseren Kunden verschiedene Supportpläne an, um diesen Anforderungen gerecht zu werden.

Darüber hinaus verfügen wir über ein sehr breites Netzwerk zertifizierter Partner auf der ganzen Welt, die unseren Kunden nicht nur bei Supportfragen, sondern auch bei Implementierungen helfen. Wir bieten zudem Schulungs- und Zertifizierungsprogramme für unsere Kunden an, um die ideale Nutzung der Anwendungen zu unterstützen.

Die große Auswahl an Selbsthilfedokumenten hilft Kunden bei bekannten und bereits gelösten Herausforderungen. Wir haben diverse Kanäle für den Kundensupport, darunter Chat, E-Mail und Telefonunterstützung. Dies bietet unseren Kunden die Flexibilität und die Sicherheit, Zoho rund um die Uhr zu erreichen“

### Zusammenfassung

- Anforderungsspezifische Supportpläne
- Umfangreiches Netzwerk zertifizierter Partner
- Breites Spektrum an Selbsthilfedokumenten, Kontaktmöglichkeiten, Schulungen und Zertifizierungen

# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statements von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Company Rating



## Vertrieb

„Kunden sind heute gut informiert und testen oft mehrere Anbieter gleichzeitig. Bei der Vielzahl an Anbietern ist es jedoch nicht einfach, die passende Lösung zu finden. Es kommt hierbei nicht nur auf das Preis-Leistungs-Verhältnis an, sondern vor allem auch auf Machbarkeitsnachweise und eine ehrliche Verkaufsberatung.

Zoho und das zertifizierte Partnernetzwerk von Zoho sind gut qualifiziert, um einen beratenden Ansatz bei der Auswahl der richtigen Lösung zu bieten. Unsere Kultur und die Tatsache, dass wir eine private Organisation sind (die sich nicht an den Aktienkursen orientiert), tragen wesentlich dazu bei, dass wir nicht auf Verkäufe drängen. Mit Zoho wollen wir einen sehr einzelhandelsähnlichen Vertriebsansatz bieten, bei dem wir Kunden nicht durch mehrjährige Verträge binden, sondern ihnen die Freiheit geben, zu wählen und den Betrieb schrittweise auszubauen“

### Zusammenfassung

- In Privatbesitz, also unabhängig von Aktienkursen
- Einzelhandelsähnlicher Vertriebsansatz
- Beraten und Freiheiten geben anstatt auf Verkäufe drängen

## Onlineauftritt

„Seit unserer Gründung setzen wir auf digitalen Inbound-Vertrieb. Unsere Website steht dabei im Zentrum unserer Philosophie, gegenüber Kunden transparent zu sein. Neben detaillierten Funktionsinformationen bieten alle Produkte auf unserer Website klare Preisangaben, verschiedene Referenzen, Hilfsdokumente und Foren, in denen Kunden offene Fragen stellen können.

Dieser Ansatz schafft Vertrauen bei den Kunden. Wir erhalten weltweit enormen Traffic und monatlich fast 700.000 Anmeldungen auf unserer Website quer durch unser Produktportfolio. Dieses Volumen wäre nicht möglich, ohne unseren Besuchern einen einfachen Zugriff auf die Informationen zu bieten, die Sie suchen und benötigen.

Wir haben unsere Websites und Anwendungen für viele verschiedene Länder lokalisiert und die Bereitstellung von Informationen in verständlicher Sprache wird für uns weiterhin eine wesentliche Rolle spielen“

### Zusammenfassung

- Website im Zentrum einer Transparenz-Philosophie
- Klare Preisangaben, Referenzen, Hilfsdokumente und Foren für offene Fragen
- Einfacher Zugriff auf Informationen in vielen Sprachen

## Nachhaltigkeit

„Eine große Säule ist, dass wir Millionen Menschen Homeoffice ermöglichen und so unzählige Emissionen einsparen. Zoho betreibt außerdem ein eigenes 5-Megawatt-Solarkraftwerk für den Energiebedarf der Server. Aber wir engagieren uns auch proaktiv im Energiemarkt und versuchen, Unternehmen für erneuerbare Energien zu gewinnen, um ihre Aktivitäten mit Zoho zu skalieren.

Ein Beispiel hierfür ist das österreichische Start-up Krone Sonne, das innerhalb von nur 1,5 Jahren rund 3.000 Photovoltaik-Anlagen installieren und einen zweistelligen Millionen-Euro-Umsatz erwirtschaften konnte.

Wir beteiligen uns auch an vielen sozialen Initiativen auf der ganzen Welt – von ländlichen Bildungsprogrammen bis hin zur Stärkung der weiblichen Arbeitskräfte, nach der Mutterschaftsphase wieder in den Beruf zurückzukehren. Als Unternehmen glauben wir an eine ganzheitliche Entwicklung der Gesellschaft“

### Zusammenfassung

- Eigenes 5-Megawatt-Solarkraftwerk für den Betrieb der Server
- Proaktives Engagement für erneuerbare Energien
- Soziale Initiativen – von Bildungsprogrammen bis zur Stärkung weiblicher Beschäftigten

# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statements von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Solution Rating



## Preis- und Bezugsmodelle

„Unser Ziel ist es, Unternehmen in die Lage zu versetzen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Fast alle unsere Produkte bieten eine kostenlose Version und eine kostenlose Testversion der kostenpflichtigen Tarife.

Außerdem verfügen wir über ein sehr differenziertes und erschwingliches Preismodell, das je nach Bedarf skalierbar ist. Zoho bietet diverse Editionen und Pakete seiner Produkte an, aus denen Unternehmen flexibel wählen können. Da alle unsere Produkte von uns selbst entwickelt und nicht angekauft werden, profitieren unsere Kunden von einer einheitlichen Benutzeroberfläche, wenn sie anwendungs- und abteilungsübergreifend mit Zoho arbeiten.

Das Angebot ist also sowohl vertikal (Features für jedes Produkt, in den verschiedenen Tarifen) als auch horizontal (Bundles mit mehreren Produkten, die ganze Abteilungen mit Software versorgen) verfügbar, wie z. B. bei unserer CX-Suite“

## Zusammenfassung

- Kostenlose Versionen und Testversionen
- Skalierbares, differenziertes und erschwingliches Preis- und Paketmodell
- Angebot horizontal in der Breite (Bundles) und vertikal in der Tiefe (Features) verfügbar

## Informations-, Beratungs- und Weiterbildungsleistungen

„Das ist ein wichtiger Bereich für uns. Wir bieten unseren Kunden viel Unterstützung dabei, sich mit unseren Produkten und neuen Entwicklungen und den Best Practices vertraut zu machen.

Wir verfügen über umfangreiche Dokumentationen mit vielen Erklärvideos, wir bieten eine Online-Community für unsere Kunden, und wir veranstalten persönliche Events auf der ganzen Welt. Allein in Europa veranstalten wir jedes Jahr über 50 Meet-ups.

Wir bieten Schulungen, Workshops und Zertifizierungen und zu all dem veranstalten wir auch in über 30 Ländern unsere jährliche große Userkonferenz, die Zoholics. Unser Ziel ist es sicherzustellen, dass wir vor Ort ausreichend mit Kunden interagieren und eine Umgebung schaffen, in der sie sich frei vernetzen, Fragen stellen und ihre Investitionen in die Produkte von Zoho voll ausschöpfen können“

## Zusammenfassung

- Umfangreiche Dokumentationen und Erklärvideos
- Schulungen, Workshops und Zertifizierungen
- Online-Community und persönliche Events weltweit (z. B. die jährliche Zoholics Userkonferenz in über 30 Jahren)

# Vendor Insights: Zoho Corporation

## Solution Rating

Die Anbieterbewertung allein gibt uns nicht genug Einblick, um von techconsult als Champion ausgezeichnet zu werden. Deshalb ist es für uns unausweichlich, ebenfalls die Lösungsebene zu betrachten. Auch hier kann die Zoho Corporation sich von der Konkurrenz loslösen.

Ein besonders ausgeglichenes Verhältnis zwischen allgemeinen Basiseigenschaften (Benutzerfreundlichkeit, Zugang auf mobilen Geräten und Desktops sowie Zuverlässigkeit, Stabilität usw.) und lösungsspezifischen Funktionen wie etwa Kampagnenmanagement, Kontakt- und Adressverwaltung oder Marketingintegrationen verhalf Zoho zu einer weit überdurchschnittlichen Bewertung der Nutzenden.

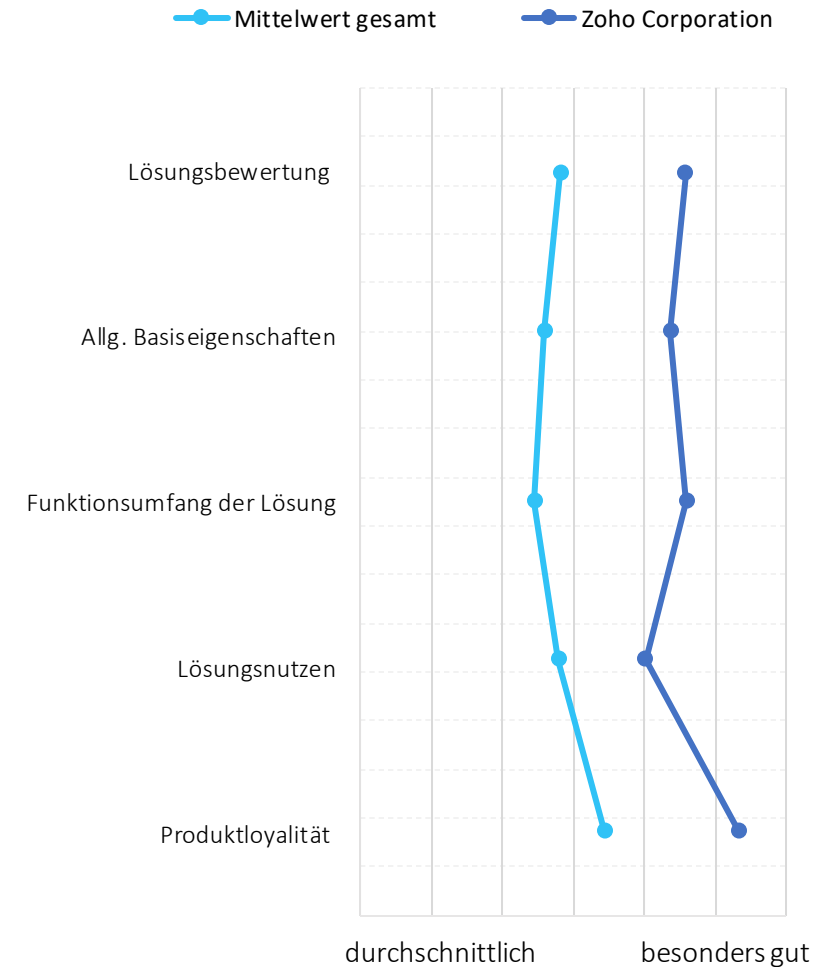
### Topwerte des Unternehmens

- Weit überdurchschnittliche Bewertungen über die volle Breite des Funktionsumfangs hinweg
- Produktloyalität

Die hohe Lösungszufriedenheit mit Zoho CRM schlägt sich selbstverständlich auch bei Produktloyalität und Kaufempfehlung nieder. Der Bestwert hinsichtlich Produktloyalität spricht für sich. Eine zufriedene Kundschaft sieht keinen Grund, zukünftig andere Lösungen in Betracht zu ziehen.

Eine vorbildliche Kundenorientierung zieht sich, wie bereits letztes Jahr, auch in 2024 wieder sowohl durch die kundennahen als auch technischen Prozesse der Zoho Corporation: Von engem und kompetentem Support bis hin zu einer Lösung, die auf die Bedürfnisse ihrer Kundschaft zugeschnitten ist.

Lediglich der Lösungsnutzen trübt etwas die Euphorie. Zoho kann sich zwar auch hier durch sehr gute Bewertungen unter den Top fünf aller gelisteten CRMs platzieren, dennoch wirkt dies angesichts sonst ausschließlicher Top-Platzierungen wie ein kleiner Wehrmutstropfen.



# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statement von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Solution Rating

## Lösungsbewertung allgemein

„Wir glauben daran, unseren Kunden die Freiheit zu geben, Ihre Software so zu konfigurieren, dass sie perfekt zu ihrem Unternehmen passt. Die Geschäftslandschaft verändert sich schnell. Software sollte sich entsprechend dynamisch sein und sich an neue Bedürfnisse anpassen.

In den letzten Jahren hat sich unsere CX-Plattform unserer Ansicht nach zu einer der umfassendsten und flexibelsten Plattformen auf dem Markt entwickelt. Nehmen Sie z. B. unser Designstudio Canvas. Der Kunde kann die CRM-Benutzeroberfläche ohne Programmieraufwand nach seinen Wünschen gestalten.

Unsere APIs helfen zudem dabei, unsere Produkte anderen Systemen zu verbinden. Und schließlich erweitert unsere Low-Code-Plattform Zoho Creator die Zoho Funktionalitäten mit der Möglichkeit, schnell und einfach maßgeschneiderte Anwendungen für spezielle Ansprüche zu gestalten“

## Zusammenfassung

- Individualisierung in der Konfiguration hat hohen Stellenwert
- CX-Plattform als Grundlage einer umfangreich anpassbaren Benutzeroberfläche
- API-Offenheit in Kombination mit Low-Code-Plattform Zoho Creator als Schlüssel zur Vervollständigung eines individualisierten Nutzungserlebnisses

# VENDOR INSIGHTS



**Z O H O**

# Vendor Insights: Zoho Corporation

Statements von Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho, zum Solution Rating



## Allgemeine Basiseigenschaften

„Wir glauben daran, Software zu demokratisieren und sie für alle zugänglich zu machen, was sich in unserem Produktdesign widerspiegelt.

Die Benutzererfahrung (UX) und Geschwindigkeit spielen hier die entscheidenden Rollen, damit Benutzer effektiv arbeiten können. Wir entwerfen unsere Produkte mit diesem Gedanken. Bei SaaS ist es leicht, schnell von vielen Funktionen besessen zu sein. Doch nicht jede zusätzliche, glänzende Funktion ist hilfreich für den Kunden.

Rücksicht auf eine breite Akzeptanz und Benutzerfreundlichkeit sind hier der Schlüssel zum Erfolg. Wir bemühen uns kontinuierlich, unsere Apps zu modernisieren, indem wir mehr Optionen und Flexibilität zur Anpassung über alle Geräte hinweg hinzufügen. Wir glauben daran, dass Gestaltungsfreiheit zusammen mit einem einheitlichen Look-and-Feel in der Benutzeroberfläche den Nutzern die Arbeit erheblich erleichtert“

### Zusammenfassung

- Benutzererfahrung und Geschwindigkeit im Fokus
- Benutzerfreundlichkeit und breite Akzeptanz der Funktionen sind hierbei besonders relevant
- Gestaltungsfreiheit als grundlegendes Prinzip

## Lösungsspezifische Funktionen

„Wir bieten keine starre und abgeschlossene Plattform an. Das gesamte System von Zoho ist darauf ausgelegt, in Harmonie mit modernen Plattformen auf dem Markt zu funktionieren. Wir entwickeln API-Programme, die die Automatisierung vereinfachen, die Datenerfassung und -analyse erleichtern und den Zugriff auf Informationen über verschiedenste Geräte ermöglichen.

Wir verfügen über ein robustes Mobile-Programm und arbeiten mit beliebten Anbietern der ganzen Welt zusammen, um ein reibungsloses Zusammenspiel zwischen unseren Apps, mobiler Hardware und neuen OS-Versionen zu gewährleisten.

Dennoch, all diese Funktionalitäten würden ohne ein solides Einführungs- und Unterstützungsprogramm für unsere Kunden scheitern. Unsere regionalen Partner und auch Zoho selbst bietet Onboarding Programme und fortlaufende Unterstützung, damit unsere Kunden sämtliche Potenziale voll ausschöpfen können“

### Zusammenfassung

- API-Offenheit für harmonische Zusammenarbeit mit anderen Plattformen
- Geräteunabhängige Nutzung reibungslos über verschiedene Betriebssysteme hinweg gewährleisten
- Einführungs- und Unterstützungsprogramme, um das Beste aus den Lösungen herauszuholen

## Lösungsnutzen

„Unser Ziel ist eine nachhaltige und enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden, während wir gleichzeitig hochflexible Produkte bereitstellen. Diese Kombination ermöglicht größtmögliche Wertschöpfung auf beiden Seiten.

Wir legen daher großen Wert auf Austausch und stetige Produktverbesserungen. Es sollte nicht darum gehen, ständig die Plattform zu wechseln, nur um das neueste Technik-Feature zu haben. Funktionen wie Canvas oder die Möglichkeit Apps wie WhatsApp zu integrieren, zeigen, welchen Nutzen flexible Systeme bieten.

Auch Datenschutz und Sicherheit spielen bei Zoho eine große Rolle. Wir betreiben und testen unsere Plattformen nach höchsten Datenschutz- und Sicherheitsstandards. Das ist ein zentraler Bestandteil unserer Erfolgsstrategie. Auch über unser KI-Programm stellen wir über verschiedene Maßnahmen sicher, dass unsere Kunden gute und informierte Entscheidungen treffen können“

### Zusammenfassung

- Nachhaltige und enge Zusammenarbeit mit der Kundschaft für stetige Weiterentwicklung
- Höchste Datenschutz- und Sicherheitsstandards
- KI-unterstützte Informationsbeschaffung

# Vendor Insights: Blick in die Zukunft

Suvish Viswanathan, Head of Marketing Europa bei Zoho

**Zoho** überzeugt Kundinnen und Kunden auf ganzer Linie. Damit das auch in Zukunft so bleibt, plant Zoho ihre Produkte und Leistungen weiter zu optimieren. Was ist unter anderem für die Zukunft geplant?

*„1: Wir werden unser KI-Programm weiter ausbauen und für den effektivsten Einsatz in Unternehmen optimieren, um kontextgebundene, relevante Daten zu liefern. Unsere leistungsstarke hauseigene KI Zia befindet sich schon seit über 12 Jahren in Entwicklung und ist heute in vielen unserer Lösungen integriert*

*2: Vertikalisierung – Während SaaS häufig in traditionellen Branchen reift, werden wir unseren Funktionsumfang weiter ausbauen, damit Zoho auch in Zukunft in den verschiedenste Branchen einsetzen eingesetzt werden kann.*

*3: Noch bessere Verbindung zu Kunden vor Ort: Wir werden unsere Präsenzveranstaltungen ausbauen und die Verbindungen zu unseren Kunden weiter zu festigen. Wir werden kontinuierlich Feedback bei unseren Kunden sammeln, und die Entwicklungen auf dem Markt beobachten, sodass wir kontinuierlich das liefern, was die Unternehmen unserer Kunden zum Erfolg führt“*

## Unsere Top-Themen auf der Roadmap sind:

- Ausbau der KI Zia
- Vertikalisierung des Funktionsumfangs
- Feedback & Kundenbindung vor Ort





# Vendor Insights: Zoho Corporation

## Testimonials



### Krone Sonne GmbH

„Als dynamisch wachsendes Unternehmen müssen wir in der Lage sein, dynamisch und agil auf sich verändernde Marktverhältnisse zu reagieren. Mit Zoho haben wir hier ein Ökosystem, mit dem uns das sehr gut gelingt“

Dr. Christian Lebelhuber - Geschäftsführer

[Videorezension: https://youtu.be/ii1Wdm9UvWk](https://youtu.be/ii1Wdm9UvWk)

### ProPerform Online-Marketing GmbH

„Am besten gefällt mir an Zoho, dass man viele Funktionen in einem System hat. Es gibt verschiedene Apps, mit denen man verschiedene Unternehmensbereiche abdecken kann und mein persönlicher Favorit ist auf jeden Fall Zoho CRM, weil wir damit unseren Vertrieb steuern und da natürlich extrem viele Daten verwalten müssen, was durch das CRM wirklich hervorragend funktioniert“

Florian Krekel - Geschäftsführer

[Videorezension: https://youtu.be/hbgo5jbSTIQ](https://youtu.be/hbgo5jbSTIQ)

### Soravia Equity GmbH

„Der Kundensupport von Zoho ist großartig“

Karoline Capek-Meissnitzer - IT Application Manager

[Videorezension: https://youtu.be/jq8Bhco0yS0](https://youtu.be/jq8Bhco0yS0)



ProPerform

# SORAVIA

# Analystenstatement – Pascal Brunnert, Analyst bei techconsult

*Vendor Insights: Zoho Corporation*

Die Zoho Corporation kann sich dank hervorragender Bewertungen der Anwenderinnen und Anwender eine absolute Top-Position im Cloud-CRM-Diamanten des Professional User Ratings – Cloud Business Solutions sichern. Besonders die gelebte Kundenorientierung – von der Entwicklung bis zum Support – sowie die auf jeden Anwendungsfall anpassbare Lösung führten Zoho nach Einschätzung der Anwendungsexpertinnen und -Experten zu einem Spitzenplatz.

Bei Betrachtung der Bewertungen im Kontext der Selbstwahrnehmung des Unternehmens zeigt sich schnell, dass der individuell zugeschnittene Lösungsumfang bei äußerst positiv bewerteten Preis- und Bezugsmodellen als Kernaspekt des Zoho CRMs von den Anwenderinnen und Anwendern belohnt wird.

Wie bereits im letzten Jahr, ist es auch dieses Mal vor allem die außerordentliche Kundenorientierung, die sich neben der Lösungsbewertung auch aus der Anbieterbewertung herauslesen lässt.

Anwenderinnen und Anwender bedanken sich für eine so starke Kundenorientierung (sowohl hinsichtlich allgemeiner Eigenschaften des Unternehmens als auch bezüglich der Lösung) mit einer weit überdurchschnittlichen Produktloyalität. Kundinnen und Kunden schätzen also die positiven Erfahrungen und bleiben Zoho trotz eines kompetitiven Marktes auch langfristig treu.

Bei der Berücksichtigung eines Anbieters sollten zusätzlich die individuellen Anforderungen des Unternehmens reflektiert und mit den Eigenschaften des Anbieters abgeglichen werden.

## Drei Gründe für die hohe Kundenzufriedenheit von Zoho

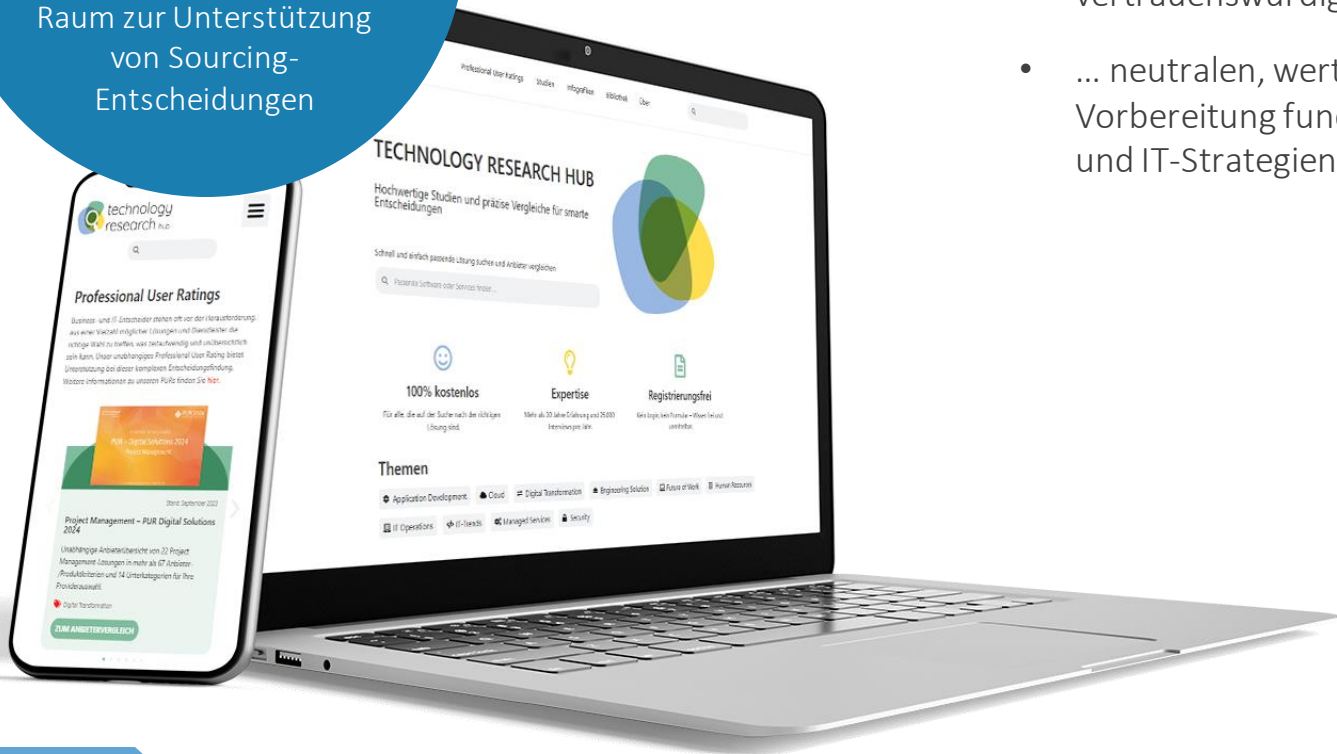
- Eigene Entwickler:innen sind zugleich Nutzende
- Freiheiten und umfangreiche Individualisierungsmöglichkeiten
- Enger Austausch mit Anwenderinnen und Anwendern als Basis für Weiterentwicklungen und Verbesserungen



Derzeit über  
**70 Marktstudien**  
und unabhängige  
**Anbietervergleiche**  
für den deutschsprachigen  
Raum zur Unterstützung  
von Sourcing-  
Entscheidungen

## Zentrale Wissens- und Ressourcenplattform für IT- und Business- Entscheiderinnen sowie -Entscheider, die ...

- ... aktuell auf der Suche nach faktenbasierten, objektiven & vertrauenswürdigen Anbietervergleichen sind
- ... neutralen, werthaltigen Content zur Orientierung sowie zur Vorbereitung fundierter Entscheidungen über Technologieinvestitionen und IT-Strategien benötigen



Tiefe Einblicke in die Ergebnisse der Studie erhalten Sie zusätzlich im **Vendor Benchmark PUR CBS 2024** für Cloud CRM.

**Komplett kostenlos und ohne Anmeldung!**

**Pascal Brunnert**

Analyst

 +49 561 8109 176

 [Nachricht senden](#)

**Oliver Germershausen**

Sales Director

 +49 561 8109 134

 [Nachricht senden](#)



 [info@techconsult.de](mailto:info@techconsult.de)

techconsult GmbH  
Technology Market Analysts  
Baunsbergstr. 37  
34131 Kassel

 +49 561 8109 0

## Über techconsult GmbH

Seit über 30 Jahren ist techconsult - als Research- und Analystenhaus – ein verlässlicher Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services.

Mehr als 35.000 Interviews/Jahr mit Entscheidern, auf der Business- und Technologie-Ebene, Lösungsanwendern sowie Technologie- und Serviceanbietern, bilden die neutrale Grundlage unserer Beratungs- und Projektaktivitäten.

So werden Nachfrager in ihrer digitalen Standortbestimmung und strategischen Planung ebenso unterstützt, wie in konkreten Sourcing-Prozessen, um fundierte Entscheidungen auf Basis datengestützter Fakten zu treffen.

In der Entwicklung und Umsetzung individueller Go-To-Market-Strategien, profitieren Anbieter sowohl strategisch als auch taktisch von der marktorientierten Unterstützung unserer Analysten und des tc-Partnernetzwerks.

# Kontakt Zoho Corporation

**Manuel Engel**

Sales Development Representative

 +49 21117607304

 [Nachricht senden](#)



Zoho Corporation GmbH  
II. Hagen 7  
45127 Essen

 [Zoho.Deutschland@eu.zohocorp.com](mailto:Zoho.Deutschland@eu.zohocorp.com)  +49 8000 22 99 66

## Über Zoho Corporation GmbH

Mit mehr als 55 Applikationen in fast allen wichtigen Geschäftskategorien, einschließlich Vertrieb, Marketing, Kundensupport, Buchhaltung sowie Back Office, und einer Reihe von Produktivitäts- und Kollaborationstools gehört die Zoho Corporation weltweit zu den Softwareunternehmen mit dem größten Lösungsportfolio.

Zoho ist in Privatbesitz und mit mehr als 15.000 Mitarbeitern profitabel. Der Hauptsitz von Zoho befindet sich in Chennai, Indien, und der europäische Hauptsitz im niederländischen Utrecht. Weitere Büros betreibt Zoho in den Vereinigten Staaten, Indien, Japan, China, Singapur, Mexiko, Australien und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Zoho respektiert die Privatsphäre der Nutzer und verfügt in keinem Teil seines Geschäfts, einschließlich seiner kostenlosen Produkte, über ein Werbeertragsmodell. Weitere Informationen über Zohos Datenschutzverpflichtung sind nachzulesen unter [www.zoho.com/privacy.html](http://www.zoho.com/privacy.html). Zoho betreibt weltweit eigene Rechenzentren, darunter zwei in Europa. Mehr als 50 Millionen Nutzer auf der ganzen Welt, verteilt auf Hunderttausende von Unternehmen, setzen täglich auf Zoho, um ihre Geschäfte zu betreiben. Weitere Informationen unter [www.zoho.com/de](http://www.zoho.com/de).