

# Der Total Economic Impact™ von Slack für Vertriebsteams

Einsparungen und geschäftlicher Nutzen durch Slack

APRIL 2021

## Inhaltsverzeichnis

Beraterteam: Kris Peterson

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>1</b>
<b>Die Customer Journey von Slack für Vertriebsteams</b> .....	<b>6</b>
Zentrale Herausforderungen .....	6
Modellunternehmen.....	7
<b>Nutzenanalyse</b> .....	<b>8</b>
<b>Nutzen 1: Höherer Umsatz durch Schnellere Vertriebsgeschwindigkeit</b> .....	<b>8</b>
Nutzen 2: Höhere Produktivität des Vertriebsteams .....	10
Nutzen 3: Höhere Umsatzerlöse durch größere Aufträge.....	11
Nicht quantifizierter Nutzen .....	12
Flexibilität .....	14
<b>Kostenanalyse</b> .....	<b>16</b>
Kostenfaktor Nr. 1: Slack-Lizenzkosten .....	16
Kostenfaktor Nr. 2: Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung.....	17
<b>Finanzielle Eckdaten</b> .....	<b>19</b>
<b>Anhang A: Total Economic Impact</b> .....	<b>20</b>
<b>Anhang B: Demografie der Interviews und Befragungen</b> .....	<b>21</b>
<b>Anhang C: Ergebnisse der Befragung</b> .....	<b>23</b>
<b>Anhang D: Anmerkungen</b> .....	<b>26</b>

Die Analyse wurde ursprünglich in US-Dollar durchgeführt und anschließend in Euro umgerechnet. Dabei wurde ein Kurs von 0,8233 Euro je US-Dollar zugrunde gelegt.

### INFORMATIONEN ZU FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting bietet unabhängige und objektive, auf Forschungsergebnisse gestützte Beratungsdienstleistungen und hilft Führungskräften dabei, ihre Unternehmen zum Erfolg zu führen. Weitere Informationen finden Sie unter [forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting).

© Forrester Research, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Jede unbefugte Vervielfältigung ist strengstens untersagt. Die Informationen basieren auf den besten verfügbaren Quellen. Die hier dargelegten Meinungen sind Momentaufnahmen und können sich ändern. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar und Total Economic Impact sind Marken von Forrester Research, Inc. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

## Zusammenfassung

„[Das Vertriebsteam] kann wirklich schnell und reibungslos mit Kollegen in verschiedenen Abteilungen im gesamten Unternehmen zusammenarbeiten und sich bei der Kundenbetreuung unterstützen lassen. Marketing, Vertrieb, Support und alle anderen müssen bei diesen Kundenbeziehungen an einem Strang ziehen, auch wenn nicht jeder an jedem Meeting teilnehmen kann.“

*Chief Revenue Officer, Technologiebranche*

Slack beauftragte Forrester Consulting mit der Durchführung einer Total Economic Impact™ (TEI)-Studie sowie mit der Untersuchung der potenziellen Kapitalrendite (ROI), die Unternehmen durch den Einsatz von [Slack](#) in ihren Vertriebsteams erzielen können.<sup>1</sup> Diese Studie soll den Leserinnen und Lesern helfen, die potenziellen finanziellen Vorteile von Slack für Vertriebsteams in ihrem Unternehmen zu evaluieren.

Forrester hat vier Vertriebsleiter interviewt und 550 Vertriebsmitarbeiter mit Erfahrungen beim Einsatz von Slack in Vertriebsteams befragt, um Nutzen, Kosten und Risiken in Verbindung mit der Investition in Slack besser zu verstehen. Für diese Studie hat Forrester die Erfahrungen der befragten Nutzer gesammelt und auf Grundlage der Ergebnisse ein [Modellunternehmen](#) konstruiert.

Vor dem Einsatz von Slack haben Vertriebsteams eine große Bandbreite isolierter Vertriebstools, E-Mails und andere Kommunikationsmittel verwendet. Die Interviewpartner gaben an, für funktionsübergreifende Aufgaben in der Vergangenheit auf persönliche Meetings gesetzt zu haben. Innerhalb eines Unternehmens konnten isolierte Gruppen auf eigene Faust nicht genehmigte Anwendungen installieren und so die Sicherheit des ganzen Unternehmens gefährden.

Die befragten Nutzer interessierten sich für eine Lösung, die bessere Kommunikation, mehr

### GRUNDLEGENDE STATISTISCHE ANGABEN



Kapitalrendite (ROI)

**296 %**



Kapitalwert (KW)

**2,31 Mio. €**

Mitarbeiterengagement, Produktivität und Kosteneffizienz sowie eine bessere Kultur bietet. Herkömmliche Tools boten jedoch keine universelle, asynchrone Plattform zur Vernetzung von Vertriebsteams mit funktionsübergreifenden Teams oder Kunden. Andere Anwendungen konnten nicht angemessen integriert werden, und die bisher genutzten Tools eigneten sich nicht als zentrale Ablage für Wissen und Informationen eines Unternehmens.

Nach der Anschaffung von Slack nutzten die Anwender die umfassende Plattform zur Integration anderer Anwendungen, zur Automatisierung von Aufgaben und zur Zeitersparnis im Tagesgeschäft. Hierdurch konnte die Vertriebsgeschwindigkeit erhöht werden, denn die Anwender konnten mehr und größere Geschäftsabschlüsse erzielen.

Slack dient Unternehmen als „Single Source of Truth“, also als zentrale Informationsquelle. So

können die Anwender wichtige Informationen und Kontext im Rahmen der Geschäftsanbahnung schnell auffinden und verlieren weniger Zeit mit dem Fragen nach bekannten Informationen, dem Durchsuchen isolierter, traditioneller Vertriebstools, dem Lesen und Beantworten von E-Mails und anderen Dokumentationen sowie der Teilnahme an Meetings. Die durch Slack herbeigeführten Produktivitätssteigerungen führten dazu, dass Anwender aus dem Vertriebsteam weniger Zeit mit Verwaltungsaufgaben und mehr Zeit mit Geschäftsabschlüssen und dem Ausbau von Geschäftsbeziehungen verbringen konnten.

### WESENTLICHE ERKENNTNISSE

**Quantifizierter Nutzen.** Der quantifizierte Nutzen des risikobereinigten Barwerts (BW) umfasst:

- **13 % mehr Geschäftsabschlüsse.** Durch Slack konnten Vertriebsteams den bisherigen Verlauf der Kundenbeziehung und andere relevante Informationen und Ressourcen zu potenziellen Kunden gezielt auffinden. Das Unternehmen kann so schneller reagieren und in Echtzeit in Gruppen an bestimmten Deals arbeiten. So entstehen mehr Geschäftschancen, die Erfolgsrate bei Abschlüssen verbessert sich und der Vertriebszyklus verkürzt sich. Die höhere Absatzgeschwindigkeit entspricht für das Modellunternehmen in einem Dreijahreszeitraum einem Gegenwert von 2.100.473 €.

Höhere Umsatz durch schnellere Vertriebsgeschwindigkeit

2.100.473 €

- **Über 31 Minuten Zeitersparnis bei Alltagsaufgaben pro Nutzer und Tag.** Durch die geringere Menge E-Mail und Meetings, weniger Hin- und Herspringen zwischen Anwendungen und weniger Rechercheaufwand werden Vertriebsteams produktiver. Dieser

Nutzen hat über einen Dreijahreszeitraum einen Wert von 783.032 €.

- **Geschäftsabschlüsse mit Bestandskunden steigen im Wert um über 2.470 €.** Die Slack-Leistungsmerkmale, die zur Verbesserung der Vertriebsgeschwindigkeit und der höheren Zahl an Geschäftsabschlüssen führen, bringen außerdem mehr Geschäftsabschlüsse bei Bestandskunden. Nach Angaben der Befragten hat der Einsatz von Slack im Vertriebsteam zu einer durchschnittlichen Steigerung des Auftragsvolumens um 2.602 € je Auftrag geführt. Dieser Nutzen hat über einen Dreijahreszeitraum einen Wert von 204.504 € für das Modellunternehmen.

**Nicht quantifizierter Nutzen.** Der für diese Studie nicht quantifizierte Nutzen umfasst Folgendes:

- **Verbesserter Personalbeschaffungsprozess.** Die Befragten berichteten, dass die Zeit bis zur Einstellung qualifizierter Vertriebsmitarbeiter durch Slack im Durchschnitt um 5,9 Wochen verkürzt werden konnte.
- **Verbesserter Einarbeitungsprozess.** Nach Angaben der Befragten verringert Slack den Zeitbedarf zur Einarbeitung und Schulung neuer Mitarbeiter um 13 % und die entsprechenden Kosten um 39 %.
- **Bessere Interaktion bei Coaching und Mentoring.** Mehr als die Hälfte (57 %) der Befragten setzten Slack auch für Aktivitäten in den Bereichen Coaching und Mentoring ein. Eine Interviewpartnerin erklärte, die Leichtigkeit, mit der man in Slack Daten und Informationen zu Geschäftsabschlüssen abrufen kann, sei ihr bei Coaching- und Mentoring-Aktivitäten und beim Echtzeit-Feedback für das Vertriebsteam eine große Hilfe.
- **Verbesserte Arbeitsmoral.** Die Möglichkeit, sich für Arbeits- und Gemeinschaftsaktivitäten mit Kollegen zu vernetzen, fördert ein positives

Betriebsklima. Während der Coronapandemie, in der viele auf Homeoffice umstellen mussten, war dies ein entscheidender Faktor.

- **Verbesserte Sicherheit.** Der Einsatz eines genehmigten Kollaborationstools wie Slack führt dazu, dass Teams weniger nicht genehmigte Anwendungen nutzen. Das reduziert Schatten-IT, mögliche Sicherheitsrisiken und die Ausschleusung von Daten.



Slack-  
Lizenzkosten  

---

**141.458 €**

- **Höhere Mitarbeiterproduktivität auch außerhalb des Vertriebsbereichs.** Nach Angaben der Befragten ergab sich bei Mitarbeitern außerhalb des Vertriebsbereichs, die ebenfalls Slack einsetzen, eine Zeitersparnis von 26,8 Minuten pro Nutzer und Tag durch weniger E-Mails, weniger Meetings, weniger Hin- und Herspringen zwischen Anwendungen und weniger Rechercheaufwand.

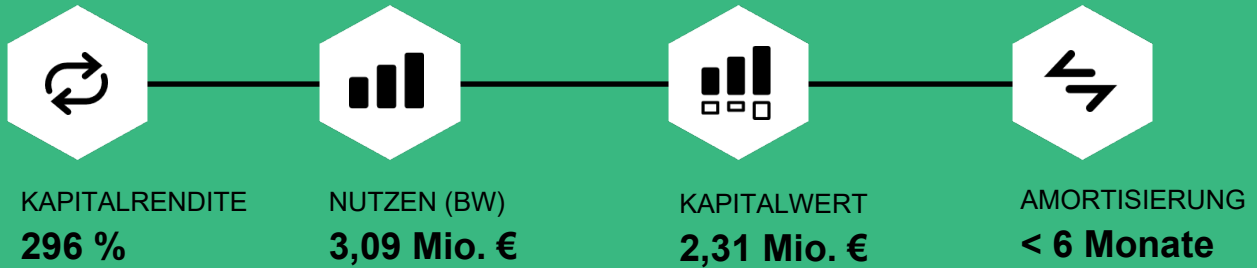
**Kosten.** Der risikobereinigte Kostenbarwert umfasst:

- **Slack-Lizenzkosten.** Slack-Lizenzen kosten umgerechnet 123 € pro Nutzer und Jahr. Für das Modellunternehmen entstehen über den Dreijahreszeitraum Kosten von 141.458 € für Slack-Lizenzen.
- **Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung.** Der Implementierungsaufwand für interne Mitarbeiter ist bei Slack minimal. Nach der Erstimplementierung entsteht laufender interner Aufwand für Aufbau, Support und Wartung von Slack-Integrationen und Kanälen im Unternehmen. Dadurch entstehen im Dreijahreszeitraum Kosten von 637.582 € für das Modellunternehmen.

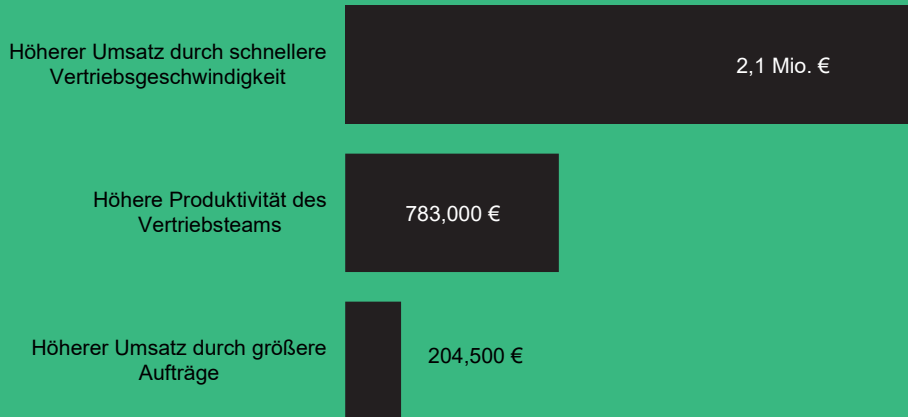
Aus der Finanzanalyse auf der Grundlage der Kundeninterviews und der Befragung ergaben sich für eine Modellorganisation über drei Jahre ein Nutzen von 3.088.008 € und Kosten in Höhe von 779.039 €. Das entspricht einem Kapitalwert von 2.308.969 € und einer Kapitalrendite von 296 %.

„[Slack] eignet sich ausgezeichnet dafür, ... Menschen, Fragen, Probleme und Antworten zusammenzuführen ... Es passt so gut zu unserer Arbeitsweise ... Es hilft dir einfach automatisch bei dem, was du gerade tun möchtest.“

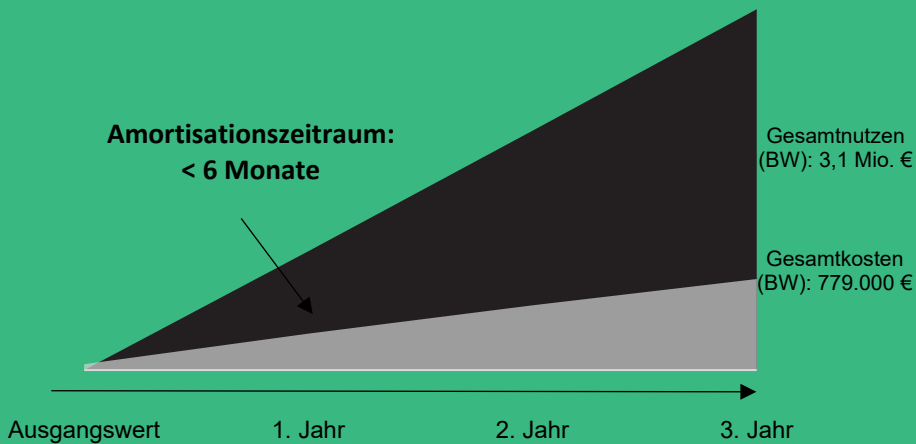
– Global Vice President, Technologiebranche



### Nutzen (über drei Jahre)



### Finanzielle Eckdaten



## ANSATZ UND METHODIK DES TOTAL ECONOMIC IMPACT (TEI)

Aus den in den Interviews und Befragungen erfassten Daten hat Forrester für Unternehmen, die eine Investition in Slack für ihre Vertriebsteams in Erwägung ziehen, eine Rahmenstruktur zum Total Economic Impact™ erstellt.

Zweck dieser Rahmenstruktur ist es, Kosten, Nutzen, Flexibilität und Risikofaktoren zu ermitteln, die die Investitionsentscheidung beeinflussen. Forrester hat die Auswirkungen, die Slack auf die Vertriebsteams eines Unternehmens haben kann, in einem mehrstufigen Verfahren bewertet.

### OFFENLEGUNGEN

Folgendes ist zu beachten:

Diese Studie ist von Slack in Auftrag gegeben und von Forrester Consulting durchgeführt worden. Sie ist nicht als Wettbewerbsanalyse aufzufassen.

Forrester stellt keine Vermutungen bezüglich potenzieller Kapitalrenditen an, die andere Unternehmen erzielen. Forrester empfiehlt den Leserinnen und Lesern dringend, mithilfe der in der Studie dargelegten Rahmenstruktur eigene Prognosen zu erstellen, um die Angemessenheit einer Investition in Slack zu ermitteln.

Zwar hat Slack die Studie überprüft und Forrester Feedback gesendet, Forrester behält sich jedoch die redaktionelle Kontrolle über die Studie und ihre Ergebnisse vor und genehmigt keine Änderungen, die den Erkenntnissen von Forrester widersprechen oder die Bedeutung der Studie verfälschen würden.

Slack hat für die Befragungen entsprechende Kundennamen bereitgestellt, an den Befragungen jedoch nicht teilgenommen.

Forrester führte die Doppelblindstudie mit einem externen Befragungspartner durch.



### SORGFALTPFLICHT

Befragung von Slack-Stakeholdern sowie Forrester-Analystinnen und -Analysten zur Erhebung von Daten zu Slack für Vertriebsteams.



### KUNDENINTERVIEWS UND BEFRAGUNG

Befragung von 550 Teilnehmern und Interviews mit vier Entscheidungsträgern bei Unternehmen, die Slack in ihren Vertriebsteams einsetzen, um Daten zu Kosten, Nutzen und Risiken zu erheben.



### MODELLUNTERNEHMEN

Konzeption eines Modellunternehmens basierend auf den Eigenschaften der interviewten und befragten Unternehmen.



### RAHMENSTRUKTUR DES FINANZMODELLS

Erstellung eines für die Interviews und Befragung repräsentativen Finanzmodells anhand der TEI-Methodik sowie einer Risikogewichtung des Finanzmodells basierend auf Problemen und Bedenken der befragten Unternehmen.



### FALLSTUDIE

Vier fundamentale Elemente von TEI bilden die Grundlage für die Modellierung der Investitionsauswirkungen: Nutzen, Kosten, Flexibilität und Risiken. Dank der zunehmend ausgereiften Lösungen für ROI-Analysen in Bezug auf IT-Investitionen, über die Unternehmen heute verfügen, liefert die Methodik des Total Economic Impact von Forrester ein umfassendes Bild der finanziellen Gesamtauswirkung von Kaufentscheidungen. Weitere Informationen zur Methodik des Total Economic Impact finden Sie in Anhang A.

# Die Customer Journey von Slack für Vertriebsteams

## Treibende Kräfte bei der Investition in Slack für Vertriebsteams

### ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN

Forrester interviewte vier Slack-Anwender und befragte weitere 550 Nutzer mit Erfahrungen beim Einsatz von Slack in ihren Vertriebsteams. Unter diesen Slack-Nutzern waren Befragte aus Nordamerika, Europa, Asien und Australien. Weitere Einzelheiten zu den an dieser Studie Befragten finden Sie in [Anhang B](#).

Vor der Einführung von Slack nutzten die Unternehmen E-Mails und eine große Bandbreite von Messaging- und Kommunikationstools zur Vernetzung von Mitarbeitern sowie statische Informationsarchive als Wissensspeicher. Die Herausforderungen, mit denen alle Unternehmen zu kämpfen hatten, waren ähnlich:

- **E-Mails, Meetings und andere Kommunikationsmethoden hemmten die Produktivität stark.** Die Interviewpartner sprachen von höherem Vernetzungsbedarf zwischen Vertriebsteams und dem restlichen Unternehmen. Die vorhandenen Vertriebstools, E-Mails und herkömmliche Meetings – ob virtuell oder persönlich – empfanden sie allgemein als unproduktiv.

Eine Global Vice President erklärte: „Ich halte E-Mails einfach für eine archaische Art zu kommunizieren, Ideen auszutauschen und Standpunkte auszudrücken. Dafür wurde sie nicht erfunden, und letztlich wird sie zur falschen Plattform, bei der viel Schlechtes passiert.“ Sie ergänzte: „Wir müssen sehen, wie wir den Anteil von Meetings reduzieren können, ... damit alle ihre eigentliche Arbeit machen können.“

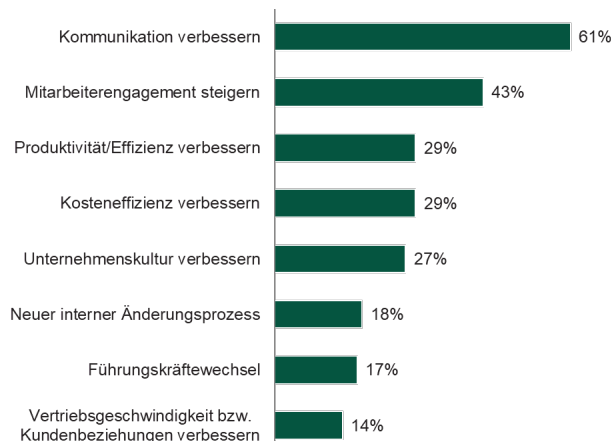
Ein CRO fügte hinzu: „In der Welt, in der wir heute leben ..., gehen alle davon aus, dass freie Termine im Kalender uneingeschränkt verfügbar sind ... Aber der Kalender ist gerade im Müll

gelandet, ... Die Arbeit darf nicht von Kalendern abhängen. Sie muss immer weitergehen.“

- **Messaging und andere ähnliche Anwendungen stellten keine durchgehende, hilfreiche Lösung dar, die Menschen mit Informationen vernetzt.** Die Global Vice President sagte: „Es gab Deals, bei denen wir nicht genug Informationen beschaffen und nicht genug Entscheidendes mit dem Kunden bearbeiten konnten.“

Ein Director of Sales setzte hinzu: „Ich halte die meisten Meeting-Tools für nicht besonders intuitiv. Wenn man sechs- oder achtmal klicken muss, um sich von Oberfläche zu Oberfläche zu hangeln, dann raubt das einem den letzten Nerv.“

### „Gab es einen bestimmten Auslöser für die Einführung von Slack in Ihrer Gruppe?“



Befragte: 146 Personen weltweit, die Slack implementiert haben  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021



## MODELLUNTERNEHMEN

Basierend auf den Interviews und Befragungen hat Forrester eine Rahmenstruktur für Total Economic Impact entwickelt, ein Modellunternehmen konstruiert und eine Analyse des ROI erstellt, die die Bereiche veranschaulicht, in denen mit finanziellen Auswirkungen zu rechnen ist. Das Modellunternehmen ist repräsentativ für die vier von Forrester interviewten Slack-Anwender sowie die 550 befragten Nutzer und dient zur Vorstellung der zusammengefassten finanziellen Analyse im nächsten Abschnitt. Das Modellunternehmen verfügt über folgende Eigenschaften:

**Beschreibung des Modellunternehmens.** In dem mittelständischen, globalen Technologieunternehmen sind 2.000 Mitarbeiter beschäftigt, 400 davon im Vertriebsteam. Das Vertriebsteam erzielt pro Monat 50 Geschäftsabschlüsse mit einem Durchschnittsumsatz von 123.495 € je Auftrag. Die jährliche Wachstumsrate des Unternehmens von 10 % wird bei der Anzahl der Aufträge pro Jahr und der Mitarbeiterzahl berücksichtigt.

**Eigenschaften der Implementierung.** Das Unternehmen setzt Slack im Vertriebsteam und bei Mitarbeitern außerhalb des Vertriebs ein, die in funktionsübergreifenden Teams wie Marketing, Finanzen, Forschung und Entwicklung, Kundenservice sowie der Rechtsabteilung wichtige Aufgaben erfüllen.

### Grundannahmen

- **Mittelständisches Technologieunternehmen mit 10 % Jahreswachstum**
- **Insgesamt 2.000 Mitarbeiter, 400 technische Außendienstmitarbeiter**
- **50 Geschäftsabschlüsse pro Monat**
- **Durchschnittliche Auftragsgröße: 123.495 €**

# Nutzenanalyse

■ Daten zum quantifizierten Nutzen, angewendet auf das Modellunternehmen

Gesamtnutzen						
Ref.	Nutzen	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	Gesamt	Barwert
Atr	Höherer Umsatz durch schnellere Vertriebsgeschwindigkeit	771.000 €	850.000 €	929.000 €	2.549.000 €	2.100.473 €
Btr	Höhere Produktivität des Vertriebsteams	273.071 €	315.521 €	364.725 €	953.317 €	783.032 €
Ctr	Höherer Umsatz durch größere Aufträge	74.989 €	82.511 €	90.696 €	248.196 €	204.504 €
	Gesamtnutzen (risikobereinigt)	1.118.670 €	1.247.677 €	1.384.103 €	3.750.450 €	3.088.008 €

## NUTZEN 1: HÖHERER UMSATZ DURCH SCHNELLERE VERTRIEBSGESCHWINDIGKEIT

**Evidenz und Daten.** Interviewpartner und Befragte berichteten von Verbesserungen bei mehreren Faktoren, die sich auf die Vertriebsgeschwindigkeit auswirken. Slack verbessert ihre Fähigkeit, das Wissen von Vertriebsmitarbeitern und funktionsübergreifenden Teams zu nutzen; der Vertrieb kann jetzt viel effizienter gemeinsam an Aufträgen arbeiten und so gewährleisten, dass das Unternehmen Wünsche und Bedürfnisse von Kunden erfüllt.

- Die Befragten erzielten folgende Durchschnittswerte:
  - Verkürzung des Vertriebszyklus um 14,6 %
  - Erhöhung der Erfolgsrate bei der Neukundengewinnung um 7,5 %
  - Erhöhung der Verlängerungsrate bei Bestandskunden um 2,1 %
  - Steigerung der Anzahl neuer Geschäftsabschlüsse um 13 %
- Der Director of Sales erklärte: „Ich glaube, Slack hilft uns dabei, mehr Aufträge abzuwickeln.“ Er ergänzte: „[Slack] verleiht dir die Fähigkeit,

funktionsübergreifende Ressourcen zu organisieren und mit einem SLA [Service-Level Agreement] auszustatten, in dem die Reaktionszeiten des Vertriebsteams festgelegt sind. So kann das Vertriebsteam viel effektiver arbeiten.“

- Weiterhin führte der Director of Sales aus: „Was Slack[-Kanäle] leisten, ist eine Vernetzung mit Kollegen, die deine Fragen beantworten können oder dich mit denjenigen Kollegen vernetzen, die es können. So kannst du Themenbereiche aufbauen, die man aufsuchen kann, wenn man Hilfe braucht, das kann ein Bot oder ein Mensch sein, der den Kanal beobachtet und aushilft. Diese Art der Unterstützung hilft dir dabei, Aufträge dingfest zu machen, die du sonst nicht bekommst, weil in so einer Situation einfach nicht die richtige Person greifbar ist, wenn du so einen Kanal nicht hast.“

**Modellierung und Annahmen.** Um den Wert dieses Nutzens zu berechnen, geht Forrester bei dem Modellunternehmen von folgenden Annahmen aus:

- Im Jahr vor der Einführung von Slack gab es 600 Geschäftsabschlüsse.

„Selbst während des Meetings [für dieses Interview konnte] ich gleichzeitig in einem Slack-Channel, in dem es um einen Auftrag ging, mitdiskutieren, sodass man durch Termine nicht den Geschäftsabschluss ausbremst. Wir können die Dinge in Bewegung halten, es hilft uns also dabei, Vertriebsprozesse zu beschleunigen bzw. nicht zu verzögern, weil wir in Echtzeit zusammenarbeiten können.“

CRO, Technologiebranche

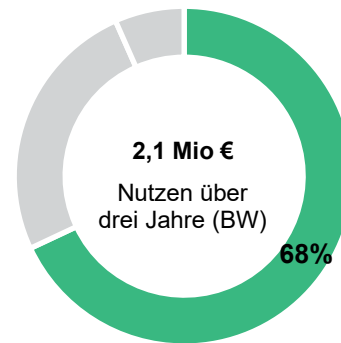
- Höhere Vertriebsgeschwindigkeit führt dazu, dass 13 % mehr Aufträge abgewickelt werden können.
- Das Unternehmen wächst pro Jahr um 10 %. Dies wird durch eine höhere Anzahl von Geschäftsabschlüssen ohne Slack in den Jahren 2 und 3 reflektiert.
- Der Umsatz pro Auftrag beträgt durchschnittlich 123.495 € und die Gewinnmarge 10 %.

**Risiken.** Die Fähigkeit, durch die Einführung von Slack die Vertriebsgeschwindigkeit zu erhöhen, ist bei verschiedenen Unternehmen unterschiedlich

stark ausgeprägt. Dafür sind folgende individuelle Faktoren verantwortlich:

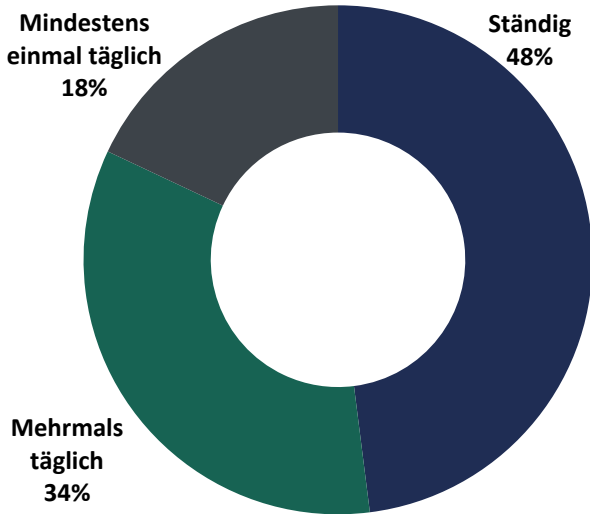
- Dauer des Vertriebszyklus und Erfolgsrate
- Häufigkeit von Verlängerungen/Folgeaufträgen bei Bestandskunden
- Die Häufigkeit von Neukunden auf dem Markt
- Auswirkungen funktionsübergreifender Unterstützung bei möglichen Aufträgen

Zur Berücksichtigung dieser Risiken hat Forrester diesen Nutzen um 20 % nach unten bereinigt, was über drei Jahre einen risikobereinigten (mit 10 % diskontierten) Gesamtbarwert von 2,1 Mio. € ergibt.



Nutzen 1: Höherer Umsatz durch schnellere Vertriebsgeschwindigkeit					
Ref.	Kennzahl	Quelle	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
A1	Anzahl von Geschäftsabschlüssen ohne Slack	Befragung	600	660	726
A2	Steigerung von Geschäftsabschlüssen mit Slack	Befragung	13 %	13 %	13 %
A3	Inkrementelle Geschäftsabschlüsse durch höhere Vertriebsgeschwindigkeit (gerundet)	A1·A2	78	86	94
A4	Durchschnittlicher Umsatz pro Auftrag	Modellunternehmen	123.495 €	123.495 €	123.495 €
A5	Gewinnspanne	Modellunternehmen	10 %	10 %	10 %
At	Höherer Umsatz durch schnellere Vertriebsgeschwindigkeit	A3·A4·A5	963.261 €	1.062.057 €	1.160.853 €
	Risikobereinigung	↓20 %			
Atr	Höherer Umsatz durch schnellere Vertriebsgeschwindigkeit (risikobereinigt)		770.609 €	849.646 €	928.682 €
<b>Gesamtwert über drei Jahre: 2.548.937 €</b>			<b>Barwert über drei Jahre: 2.100.473 €</b>		

„Wie oft nutzen Sie Slack in Ihrem Unternehmen für Vertriebsaktivitäten?“



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**NUTZEN 2: HÖHERE PRODUKTIVITÄT DES VERTRIEBSTEAMS**

**Evidenz und Daten.** Die Interviewpartner und Befragten nannten eine Reihe von Anwendungsfällen, in denen Slack die Produktivität des Vertriebsteams steigern kann.

- Die durchschnittliche Zeitersparnis betrug nach Angaben der Befragten 31,9 Minuten täglich.
- Auf die Frage, wie viel Zeit mit Slack eingespart wird, erklärte der CRO: „Ein bis drei Stunden in der Woche erledigen wir Aufgaben in Slack, für die zuvor vielleicht ein Meeting hätte angesetzt werden müssen ... Alle Mitglieder des Teams, egal wo in der Hierarchie ... sparen durch die Verlässlichkeit und die Kommunikation eine Menge Meetings ein.“
- Der Director of Sales erklärte: „Ich bin einfach begeistert von der Integration [der virtuellen Meeting-App] und der Möglichkeit, [mit einem Kurzbefehl] einfach so ein [Meeting] zu starten. Gerade in der Corona-Zeit ... gab es Fälle, in denen ich mich in einer sensiblen Angelegenheit

schnell mit einem Manager abstimmen musste – irgendein Problem, auf das wir schnell reagieren mussten ... Der Einladungsvorgang [für ein Video-Meeting] raubt einem den letzten Nerv ... Das sind sage und schreibe 15 Arbeitsschritte. [Mit dem virtuellen Meeting-Kurzbefehl] dagegen geht es in Slack sofort los ... In weniger als 5 Sekunden sehen wir einen gemeinsamen Bildschirm. Das ist wirklich stark.“

- Der Director of Sales erläuterte, wie das Vertriebsteam mit Slack-Bots Zeit sparen kann: „Normalerweise brauchen sie etwa eine Stunde, um nach Partnern zu suchen oder ... Channel Account Manager zu erreichen, die mit unseren Partnern zusammenarbeiten, sich dort zu einem bestimmten Partner durchzufragen. Bis man sich durchgefragt hat, kann es eine halbe oder ganze Stunde dauern. ... Ein Partnerfindungs-Bot legt sofort los. Er verteilt die Lasten gleichmäßig und liefert dir einen Partner, der das erledigen kann, was du brauchst. Der Mehrwert ist also groß.“

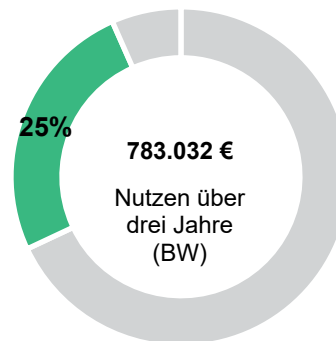
**Modellierung und Annahmen.** Um den Wert dieses Nutzens zu berechnen, geht Forrester bei dem Modellunternehmen von folgenden Annahmen aus:

- In Jahr 1 sind es 400 Vertriebsmitarbeiter. Dieser Wert wächst mit dem Unternehmen jährlich um 10 %.
- Die Nutzer im Vertriebsteam sparen in Jahr 1 täglich 31,9 Minuten. Diese tägliche Zeitersparnis wächst jährlich um 5 %, weil die Nutzer mit den Slack-Funktionen immer besser vertraut werden und das Modellunternehmen weitere Anwendungen in Slack integriert.
- Ein Viertel der eingesparten Zeit kommt anderen produktiven und wertschöpfenden Tätigkeiten zugute.

**Risiken.** Die Fähigkeit von Unternehmen, durch die Einführung von Slack Produktivitätsgewinne zu erzielen, kann je nach Akzeptanz und Nutzung von

Slack durch die Vertriebsteams zwischen den verschiedenen Unternehmen und Branchen variieren.

Um dieses Risiko zu berücksichtigen, hat Forrester diesen Nutzen um 10 % nach unten bereinigt, was über drei Jahre einen risikobereinigten Gesamtbarwert (BW) von 783.031 € ergibt.



## Nutzen 2: Höhere Produktivität des Vertriebsteams

Ref.	Kennzahl	Quelle	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
B1	Mitarbeiter im Vertriebsteam	Modellunternehmen	400	440	484
B2	Durch Slack täglich im Schnitt gesparte Minuten (jährlich um 5 % ansteigend)	Befragung	31,9	33,5	35,2
B3	Durch Slack jährlich eingesparte Stunden (gerundet)	B2·250/60	132,9	139,6	146,7
B4	Produktivitätsrückgewinnung	Modellunternehmen	25 %	25 %	25 %
B5	Stundensatz eines technischen Außendienstmitarbeiters in der Mitte seiner Laufbahn inkl. Nebenkosten	Annahme	22,83 €	22,83 €	22,83 €
Bt	Höhere Produktivität des Vertriebsteams	B1·B3·B4·B5	303.412 €	350.579 €	405.250 €
	Risikobereinigung	↓10 %			
Btr	Höhere Produktivität des Vertriebsteams (risikobereinigt)		273.071 €	315.521 €	364.725 €
<b>Gesamtwert über drei Jahre: 953.317 €</b>			<b>Barwert über drei Jahre: 783.032 €</b>		

## NUTZEN 3: HÖHERE UMSATZERLÖSE DURCH GRÖßERE AUFTRÄGE

**Evidenz und Daten.** Die durch Slack ermöglichten organisatorischen Verbesserungen, die zu mehr Geschäftsabschlüssen des Vertriebsteams führen, wirken sich auch auf die Auftragsgröße aus. Slack versetzt den Vertrieb und funktionsübergreifende Teams in die Lage, Kundenbedürfnisse besser zu erkennen und auf sie einzugehen, was zu größeren Aufträgen führt. Die Befragten berichteten, dass die Bestandskunden im Durchschnitt 2.602 € mehr ausgaben.

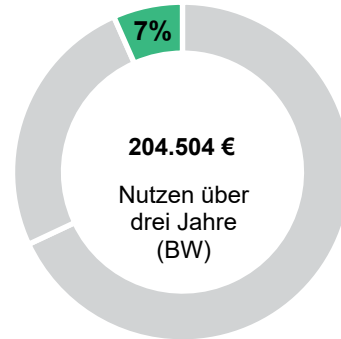
**Modellierung und Annahmen.** Um den Wert dieses Nutzens zu berechnen, geht Forrester bei dem Modellunternehmen von folgenden Annahmen aus:

- Die Hälfte der Geschäftsabschlüsse mit Slack entfallen auf Bestandskunden.
- Slack ist ein Mehrumsatz in Höhe von 2.602 € je Auftrag eines Bestandskunden zuzuschreiben.

**Risiken.** Dieser Nutzen kann je nach Vertriebsteam abhängig von folgenden Faktoren variieren:

- Häufigkeit von Verlängerungen/Folgaufträgen bei Bestandskunden
- Fähigkeit eines Unternehmens, bei Aufträgen mit Bestandskunden zusätzliche Leistungsmerkmale bzw. Aspekte zu verkaufen
- Auswirkungen funktionsübergreifender Unterstützung bei möglichen Aufträgen

Um diesen Risiken Rechnung zu tragen, korrigierte Forrester diesen Nutzen um 15 % nach unten, was zu einem risikobereinigten BW von 204.504 € für einen Zeitraum von drei Jahren führte.



**Nutzen 3: Höherer Umsatz durch größere Aufträge**

Ref.	Kennzahl	Quelle	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
C1	Anzahl von Geschäftsabschlüssen	Befragung	678	746	820
C2	Anteil der Geschäftsabschlüsse mit Bestandskunden	Modellunternehmen	50 %	50 %	50 %
C3	Anzahl von Aufträgen von Bestandskunden	C1·C2	339	373	410
C4	Höherer Auftragswert bei Bestandskunden, der Slack zugeschrieben wird	Befragung	2.602 €	2.602 €	2.602 €
C5	Gewinnspanne	Modellunternehmen	10 %	10 %	10 %
Ct	Höherer Umsatz durch größere Aufträge	C1·C2·C4·C5	88.223 €	97.071 €	106.701 €
	Risikobereinigung	↓ 15 %			
Ctr	Höherer Umsatz durch größere Aufträge (risikobereinigt)		74.989 €	82.511 €	90.696 €
<b>Gesamtwert über drei Jahre: 248.196 €</b>			<b>Barwert über drei Jahre: 204.504 €</b>		

**NICHT QUANTIFIZIERTER NUTZEN**

Die Anwender erkannten den folgenden zusätzlichen Nutzen, den sie jedoch nicht quantifizieren konnten:

- **Verbesserter Personalbeschaffungsprozess.** Nach Angaben der Befragten dauerte die Einstellung qualifizierter Vertriebsmitarbeiter vor der Einführung von Slack im Durchschnitt 13,1 Wochen. Mit Slack ist dieser Wert auf 7,2 Wochen gesunken, was einer Verbesserung

um 5,9 Wochen entspricht. Slack beschleunigt den Rekrutierungs- und Einstellungsvorgang für einen Bewerber aufgrund der gleichen asynchronen Vorteile, die auch zu den bereits beschriebenen Produktivitätsgewinnen führen. Der CRO ergänzte: „Wir sind jetzt an einem Punkt angelangt, an dem es einem merkwürdig vorkäme, wenn in einem Softwareunternehmen Slack nicht eingesetzt würde.“

- **Verbesserter Einarbeitungsprozess.** Nach Angaben der Befragten vereinfacht Slack die Einarbeitung neuer Kollegen. Im Durchschnitt ergibt sich demnach eine Verkürzung der Einarbeitungs- und Schulungsdauer neuer Mitarbeiter um 13 % und Kosteneinsparungen von 39 %.

Die Interviewpartner erläuterten, dass für neue Mitarbeiter in ihren Unternehmen eine ausgewählte Liste von Slack-Channels freigeschaltet wird. Eigene Channels für neue Mitarbeiter und Gruppen sowie regionale Channels und Channels für weitere Subteams unterstützen die Eingliederung neuer Mitarbeiter in ihre neuen Teams. Der Director of Sales berichtete: „Ein neuer Mitarbeiter bekommt eine ausgewählte Liste [und wir sagen ihm]: Hier sind 15 Slack-Channels, an denen du dich zum Einstieg beteiligen solltest ... Es ist wirklich hilfreich, sie in so einen Slack-Channel für Neulinge zu stecken, wo sie sich gegenseitig Fragen stellen können, denn neue Kollegen fühlen sich oft nicht so wohl dabei, die alten Hasen zu fragen.“

- **Bessere Interaktion für Coaching und Mentoring.** Die Vice President nutzt Slack für bessere Coaching- und Mentoring-Interaktionen. Sie erklärte: „Ich kann damit bestimmte Arbeitsweisen verstärken, auf die wir Wert legen, denn ich führe sie direkt vor, wenn sie anstehen, und nicht erst nachträglich. Es ist wie ein Echtzeitindikator, auf den ich direkt reagieren kann.“

Sie ergänzte: „Wir halten alle Informationen über den gewonnenen Auftrag [in Slack] fest. Für mich war das wirklich toll, als ich mir in diesem Tool am Quartalsende alle Informationen zu den Erfolgen holen und sie entsprechend anerkennen konnte.“

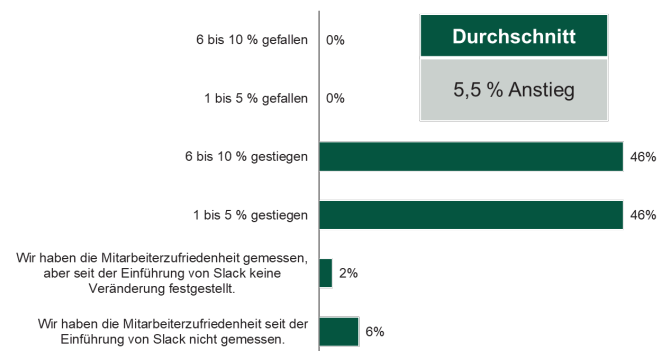
**„[Slack] ist wie eine virtuelle Möglichkeit, sich in den Türrahmen zu stellen oder seinen Stuhl umzudrehen und schnell etwas zu fragen.“**

*Vice President, Technologiebranche*

- **Arbeitsmoral.** Die Interviewpartner und Befragten lobten die Wirkung von Slack auf die Arbeitsmoral. Der CRO erklärte: „Slack hat ein stark nutzerorientiertes, regelrecht unterhaltsames Design ... Das gehört auch zur Kultur. Oft feiern wir so den Erfolg von Kollegen und klopfen uns gegenseitig auf die Schulter. [Wegen] Corona sitzen jetzt alle zu Hause und nicht mehr zusammen im Büro. Tools wie Slack helfen den Leuten wirklich sehr bei dieser ganz menschlichen, lustigen Kommunikation, und es wird stark genutzt.“

Fast alle Befragten (92 %) meldeten eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit (im Durchschnitt 5,5 % höher). Von den übrigen Befragten sahen 2 % keine Veränderung und 6 % hatten die Mitarbeiterzufriedenheit nicht gemessen.

„Wie hat sich die Mitarbeiterzufriedenheit seit der Einführung von Slack verändert?“



Befragte: 336 Slack-Nutzer weltweit im Vertrieb, die mit Implementierung und Administration befasst sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

- **Verbesserte Sicherheit.** Der Chief Revenue Officer nannte nicht genehmigte Messaging-Anwendungen als Sicherheitsrisiko, das mit

Slack entschärft werden kann. Er erläuterte: „Die Leute brauchen diese menschliche Verbindung, und sie wünschen sich diese Kommunikationskanäle. Wenn man also so etwas wie Slack nicht hat, dann fangen die Leute an, [nicht genehmigte Apps] zu benutzen. Ich kenne das. Teams suchen sich ihre Kommunikationswege. Und in diesen Zeiten benutzen sie dafür keine E-Mails. Bei deinen

jüngeren Kollegen siehst du nicht mehr diese endlosen Ketten von E-Mails ... Das Schöne an Slack ist, dass es die gewünschte Benutzerfreundlichkeit und den Kommunikationsstil mitbringt, aber wir haben auch noch Governance dabei und können es geschäftlich nutzen ... und es hält die Leute von den besagten anderen Umgebungen fern.“

**„In welcher Weise hat Slack die Fähigkeit Ihres Unternehmens verbessert, im Homeoffice den Normalbetrieb aufrechterhalten zu können?“**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

- **Höhere unternehmensweite Produktivität.** Durch die unternehmensweite Einführung von Slack können Mitarbeiter im ganzen Unternehmen durch bessere Kommunikation und Kollaboration mehr Produktivität erleben (z. B. durch weniger E-Mails und Status-Meetings, Zugriff auf Fachleute und Nutzung formeller und informeller Netzwerke im Unternehmen).

**FLEXIBILITÄT**

Jeder Kunde wertschätzt Flexibilität individuell. Es sind mehrere Szenarien denkbar, in denen ein Kunde sich für die Implementierung von Slack entscheidet und zusätzliche Anwendungen und Geschäftsmöglichkeiten erst später erkennt, z. B.:

- **Optimierung von Lizenzausgaben für andere Anwendungen.** Die Befragten berichteten, dass sie vor der Einführung von Slack 1.480 € für

traditionelle Lösungen ausgegeben hatten. Die Interviewpartner erklärten, ihre Unternehmen hätten noch keine traditionellen Lösungen ausgemustert, aber Slack biete ihnen die notwendige Flexibilität dafür. Der CRO stellte fest: „Diese Leute müssen nicht mehr ein- oder zweimal im Monat auf [andere Lösungen] zurückgreifen. Man braucht keine Lizenz, die einen Tausender pro Jahr kostet, ich glaube also schon, dass es hier Möglichkeiten gibt.“

- **Anpassung von Slack-Channels und Anwendungsintegrationen an die Bedürfnisse der Mitarbeiter.** Die Interviewpartner sprachen von den vielen Integrationen, Channels und anderen Leistungsmerkmalen, die sie in Slack nutzen. Die umfassenden Anpassungen, die Unternehmen in Slack vornehmen können,



verschaffen ihnen die erforderliche Flexibilität für konkrete Anwendungsfälle. Dazu gehören auch Teamwettbewerbe, Hobby- und andere soziale Channels, mit denen Mitarbeiter.

Geselligkeit und Betriebsklima pflegen können. Flexibilität lässt sich auch quantifizieren, wenn sie als Teil eines konkreten Projekts beurteilt wird (weitere Informationen finden Sie in [Anhang A](#)).

**„Informationen und Daten finde ich mühelos ... Schwierig dagegen ist es, den richtigen Ansprechpartner zu ermitteln, der bestimmte inhaltliche Fragen beantworten oder Gesichtspunkte und Erfahrungen ... lebendig darstellen kann ... Das ist schwierig, [und] Slack leistet das.“**

– Global Vice President, Technologiebranche

# Kostenanalyse

Quantifizierte Kostendaten, angewendet auf das Modellunternehmen

Gesamtkosten							
Ref.	Kosten	Ausgangswert	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	Gesamt	Barwert
Dtr	Slack-Lizenzkosten	0 €	51.868 €	57.055 €	62.760 €	171.683 €	141.458 €
Etr	Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung	49.889 €	236.320 €	236.320 €	236.320 €	758.849 €	637.582 €
	Gesamtkosten (risikobereinigt)	49.889 €	288.188 €	293.375 €	299.080 €	930.532 €	779.039 €

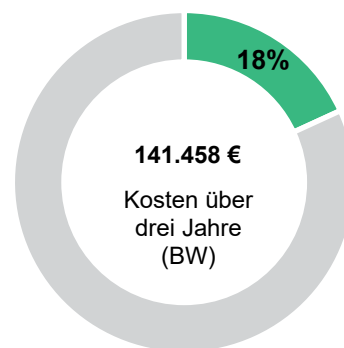
## KOSTENFAKTOR NR. 1: SLACK-LIZENZKOSTEN

**Evidenz und Daten.** Unternehmen zahlen für den Einsatz von Slack eine Abonnementgebühr von umgerechnet 123 € pro Nutzer und Jahr.

**Modellierung und Annahmen.** Zur Ermittlung der Slack-Lizenzkosten ist Forrester davon ausgegangen, dass das Modellunternehmen Slack beim Vertriebsteam einführt und die Anzahl der Slack-Anwender mit dem Unternehmen jährlich um 10 % wächst.

**Risiken.** Um die Möglichkeit von Änderungen am Slack-Abonnementmodell zu berücksichtigen, hat Forrester diese Kosten um 5 % nach oben bereinigt,

was über drei Jahre einen risikobereinigten Gesamtbarwert (diskontiert mit 10 %) von 141.458 € ergibt.



Kostenfaktor Nr. 1: Slack-Lizenzkosten						
Ref.	Kennzahl	Quelle	Ausgangswert	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
D1	Anzahl der Mitarbeiter, die Slack nutzen	Modellunternehmen	0 €	400	440	484
D2	Slack-Lizenzkosten pro Nutzer und Jahr	Modellunternehmen	0 €	123 €	123 €	123 €
Dt	Slack-Lizenzkosten	D1·D2	0 €	49.398 €	54.338 €	59.772 €
	Risikobereinigung	↑5 %	.			
Dtr	Slack-Lizenzkosten (risikobereinigt)		0 €	51.868 €	57.055 €	62.760 €
<b>Gesamtwert über drei Jahre: 171.683 €</b>				<b>Barwert über drei Jahre: 141.458 €</b>		

## KOSTENFAKTOR NR. 2: INTERNER ARBEITSAUFWAND FÜR IMPLEMENTIERUNG UND WARTUNG

**Evidenz und Daten.** Die Interviewpartner und Befragten nannten im Zusammenhang mit dem Umstieg auf Slack den Implementierungsaufwand – darunter Planungen für Best Practices wie etwa Anzahl der Channels, Namenskonventionen, Archivierungsprozess, Zugriffsrechte für Nutzer und Datenmigration – sowie Änderungsverwaltung und Messaging.

Der laufende Wartungsaufwand für Slack ist minimal und umfasst nur die regelmäßige Wartung und den Support für Channels sowie die Entwicklung und Unterstützung neuer Integrationen in Slack.

**Modellierung und Annahmen.** Zur Kostenermittlung für Implementierung und Wartung trifft Forrester folgende Annahmen über das Modellunternehmen:

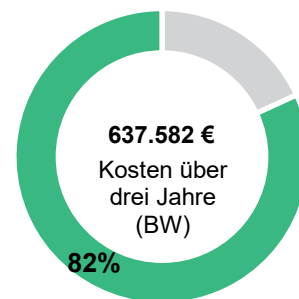
- Eine VZÄ in der IT arbeitet zwei Monate lang an der Implementierung.
- Fünf Mitarbeiter wenden zwei Monate lang 20 % ihrer Zeit für die Planung auf.
- Jeder Slack-Nutzer erhält 1 Stunde Einführungsschulung, um die Funktionen und von dem Unternehmen vorgegebenen bewährten Methoden kennenzulernen.

- Ein VZÄ (Vollzeitäquivalent) wird im gesamten Unternehmen für die Entwicklung und Unterstützung der Integrationen eingesetzt.
- Ein VZÄ wird im gesamten Unternehmen für die Wartung und Unterstützung von Channels eingesetzt

**Risiken.** Die nachstehenden Kosten können aufgrund der Unsicherheit bei folgenden Faktoren variieren:

- Dauer von und Aufwand für Implementierung
- Kontinuierlicher Wartungsaufwand

Damit all diese Risiken berücksichtigt werden, hat Forrester diese Kosten um 15 % nach oben korrigiert, was über drei Jahre einen risikobereinigten Gesamtbarwert von 637.582 € ergibt.



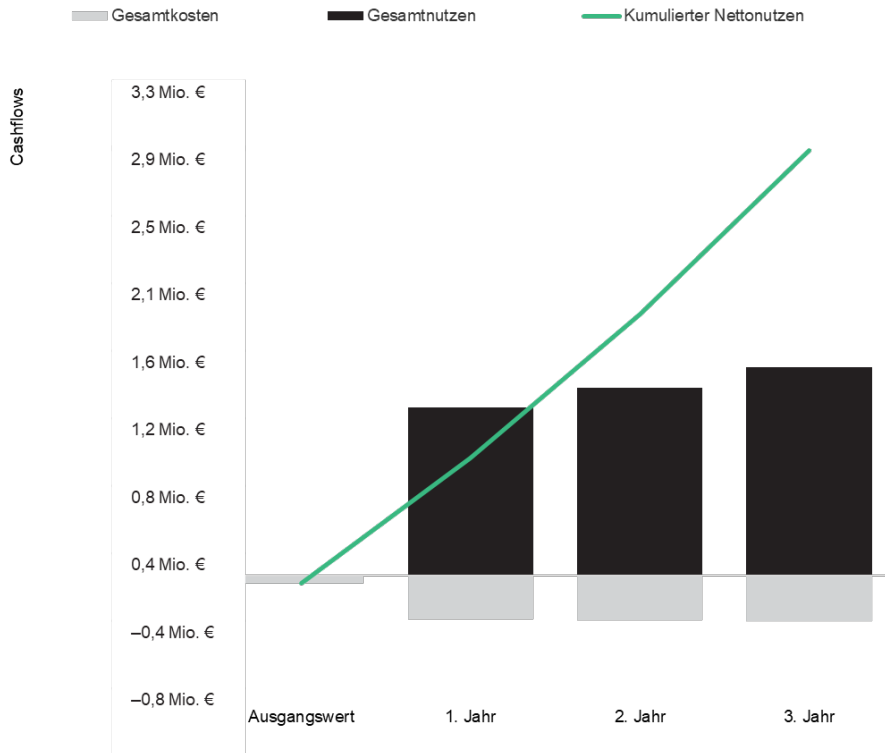
### Kostenfaktor Nr. 2: Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung

Ref.	Kennzahl	Quelle	Ausgangswert	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
E1	Monate für Implementierung	Modellunternehmen	2			
E2	Interne IT-VZÄs	Modellunternehmen	1			
E3	Interne Mitarbeiter für die Planung	Modellunternehmen	5			
E4	Anteil der von Mitarbeitern für die Planung aufgewandten Arbeitszeit	Modellunternehmen	20 %			
E5	Anzahl der Mitarbeiter, die Slack nutzen	Modellunternehmen	400			
E6	Stundensatz eines technischen Außendienstmitarbeiters in der Mitte seiner Laufbahn inkl. Nebenkosten	Annahme	22,83 €			
E7	Anzahl von Schulungsstunden pro Mitarbeiter für die Arbeit mit Slack	Modellunternehmen	1			
E8	Interne VZÄs, die an Entwicklung und Support von Slack-Integrationen mitwirken	Modellunternehmen		1	1	1
E9	Interne VZÄs, die an Wartung und Support für Channels mitwirken	Modellunternehmen		1	1	1
E10	Jahresgehalt inkl. Nebenkosten (Entwickler und IT-Techniker)	Annahme	102.748 €	102.748 €	102.748 €	102.748 €
Et	Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung	$E1 \cdot 12 \cdot (E2 + E3 \cdot E4) \cdot E10 + E5 \cdot E6 \cdot E7 + (E8 + E9) \cdot E10$	43.382 €	205.496 €	205.496 €	205.496 €
	Risikobereinigung	↑15 %	.			
Etr	Interner Arbeitsaufwand für Implementierung und Wartung (risikobereinigt)		49.889 €	236.320 €	236.320 €	236.320 €
<b>Gesamtwert über drei Jahre: 758.849 €</b>			<b>Barwert über drei Jahre: 637.582 €</b>			

# Finanzielle Eckdaten

## KONSOLIDIERTE RISIKOBEREINIGTE KENNZAHLEN ÜBER DREI JAHRE

Cashflow-Tabelle (risikobereinigt)



Die in den Abschnitten „Nutzen“ und „Kosten“ berechneten Finanzergebnisse können zur Bestimmung der Kapitalrendite, des Kapitalwerts und eines Amortisierungszeitraums für die Investition des Modellunternehmens verwendet werden. Forrester hat dieser Analyse einen jährlichen Diskontsatz von 10 % zugrunde gelegt.

**Diese risikobereinigten Werte für Kapitalrendite, Kapitalwert und Amortisierungszeitraum werden durch die Anwendung von Risikoanpassungsfaktoren auf die nicht angepassten Ergebnisse der einzelnen Nutzen- und Kostenabschnitte ermittelt.**

### Cashflow-Analyse (risikobereinigte Schätzungen)

	Ausgangswert	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	Gesamt	Barwert
Gesamtkosten	(49.889 €)	(288.188 €)	(293.375 €)	(299.080 €)	(930.532 €)	(779.039 €)
Gesamtnutzen	0 €	1.118.670 €	1.247.677 €	1.384.103 €	3.750.450 €	3.088.008 €
Nettonutzen	(49.889 €)	830.482 €	954.303 €	1.085.023 €	2.819.919 €	2.308.969 €
Kapitalrendite						296 %
Amortisierungszeitraum						< 6 Monate

## Anhang A: Total Economic Impact

Total Economic Impact ist eine von Forrester Research entwickelte Methodik, die die Entscheidungsfindungsprozesse eines Unternehmens zu technologischen Fragen optimiert und Anbieter bei der Kommunikation des Leistungsversprechens ihrer Produkte und Dienstleistungen gegenüber Kunden unterstützt. Die Total Economic Impact-Methodik unterstützt Unternehmen darin, den messbaren Wert von IT-Initiativen gegenüber der oberen Führungsebene und anderen wichtigen geschäftlichen Interessenvertretern darzulegen, zu rechtfertigen und zu veranschaulichen.

### TOTAL ECONOMIC IMPACT – ANSATZ

**Nutzen** ist der Wert, der dem Unternehmen durch das Produkt entsteht. Die Total Economic Impact-Methodik gewichtet die Ermittlung des Nutzens und die Messung der Kosten gleichermaßen. Somit wird eine umfassende Untersuchung der Auswirkungen der Technologie auf das gesamte Unternehmen ermöglicht.

**Kosten** berücksichtigen alle Ausgaben, die zur Schaffung des beabsichtigten Mehrwerts oder Nutzens des Produkts erforderlich sind. Die Kostenkategorie innerhalb der Total Economic Impact Methodik erfasst die über die gegenwärtige Umgebung hinausgehenden Mehrkosten für die mit der Lösung verbundenen laufenden Kosten.

**Flexibilität** ist dabei der strategische Wert, der bei zukünftigen Investitionen erzielt werden kann, sofern diese auf bereits getätigten Investitionen aufbauen. Die Möglichkeit, diesen Nutzen zu realisieren, stellt bereits einen Barwert dar, der prognostiziert werden kann.

**Die Risiken** messen die Unsicherheit der erhaltenen Nutzen- und Kostenprognosen: 1) die Wahrscheinlichkeit, dass die Prognosen den ursprünglichen Voraussagen entsprechen, und 2) die Wahrscheinlichkeit, dass die Prognosen über einen gewissen Zeitraum hinweg verfolgt werden. Risikofaktoren der Total Economic Impact Methodik basieren auf einer „Dreiecksverteilung“.

Die Spalte für die anfängliche Investition enthält Kosten, die zum „Zeitpunkt 0“ oder zu Beginn von Jahr 1 entstanden sind. Diese werden nicht reduziert. Alle anderen Cashflows werden unter Verwendung eines Rabatts am Ende des Jahres reduziert. Barwert(BW)-Berechnungen werden für jede Gesamtkosten- und Nutzenschätzung vorgenommen. Kapitalwert(KW)-Berechnungen in den Übersichtstabellen entsprechen der Summe der anfänglichen Investition und der diskontierten Cashflows für die einzelnen Jahre. Die Summen und Barwertberechnungen in den Tabellen für Gesamtnutzen, Gesamtkosten und Cashflow ergeben eventuell nicht den exakten Gesamtwert, da einige Beträge eventuell gerundet sind.



### BARWERT

Der Barwert der (abgezinsten) Kosten- und Nutzenprognosen zu einem gegebenen Zinsniveau (dem Diskontsatz). Der Barwert für Kosten und Nutzen fließt in den Gesamtkapitalwert von Cashflows ein.



### KAPITALWERT

Der Barwert oder aktuelle Wert von (diskontierten) zukünftigen Netto-Cashflows zu einem gegebenen Zinssatz (dem Diskontsatz). Ein positiver Projektkapitalwert bedeutet normalerweise, dass die Investition vorgenommen werden sollte, sofern nicht andere Projekte höhere Kapitalwerte aufweisen.



### KAPITALRENDITE (ROI)

Die erwartete Rendite eines Projekts, angegeben als Prozentwert. Zur Berechnung des ROI wird der Nettonutzen (Nutzen abzgl. Kosten) durch die Kosten geteilt.



### DISKONTSATZ

Das in der Cashflow-Analyse verwendete Zinsniveau, mit dem der Zeitwert von Geld einbezogen wird. Unternehmen verwenden in der Regel Diskontsätze zwischen 8 und 16 Prozent.



### AMORTISIERUNGSZEITRAUM

Die Gewinnschwelle einer Investition. Dies ist der Zeitpunkt, an dem der Nettonutzen (Nutzen abzgl. Kosten) gleich der Anfangsinvestition bzw. den Eingangskosten ist.

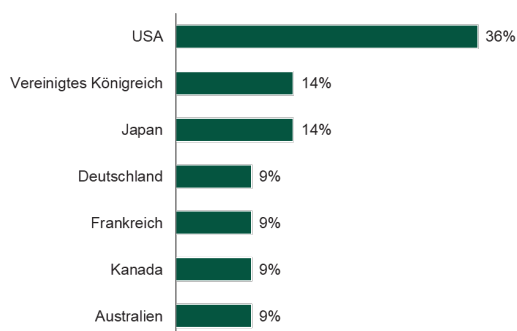
# Anhang B: Demografie der Interviews und Befragungen

## Befragte Unternehmen

Branche	Region	Interviewpartner	Jahresumsatz	Gesamtzahl der Mitarbeiter	Vertriebsteam
Technologie	Global, mit Sitz in Nordamerika	Chief Revenue Officer	752 Mio. €	2.500	500
Technologie	Global, mit Sitz in Nordamerika	Director of Sales	1.945 Mio. €	3.400	80
Technologie	Global, mit Sitz in Nordamerika	Global Vice President	6.998 Mio. €	6.000	1.000
Technologie	Global, mit Sitz in Nordamerika	Vice President	63 Mio. €	600	600

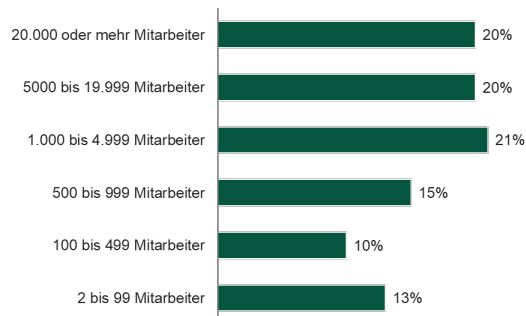
## Demografie der Befragung

### „In welchem Land sind Sie ansässig?“



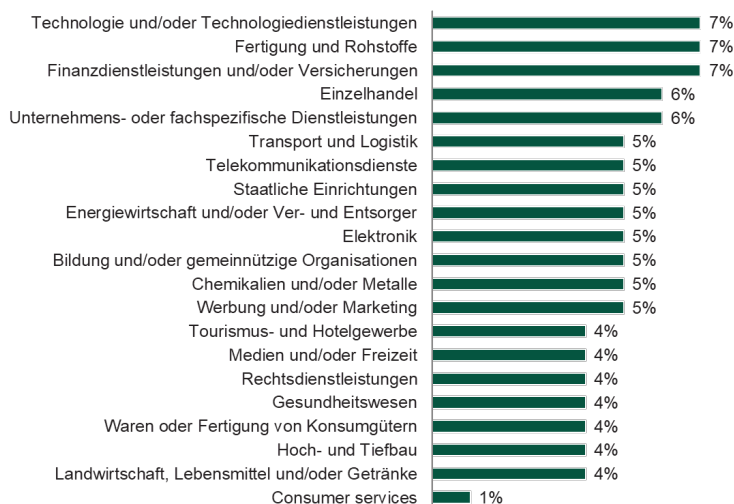
Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

### „Wie viele Mitarbeiter sind Ihrer Einschätzung nach weltweit für Ihr Unternehmen tätig?“



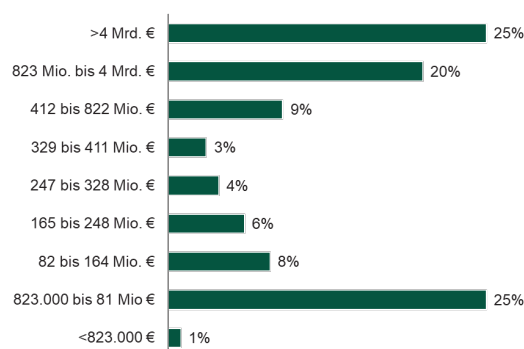
Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Hinweis: Die Prozentwerte ergeben aufgrund von Rundungen nicht 100%.  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

### „Welcher der folgenden Branchen würden Sie Ihr Unternehmen am ehesten zuordnen?“



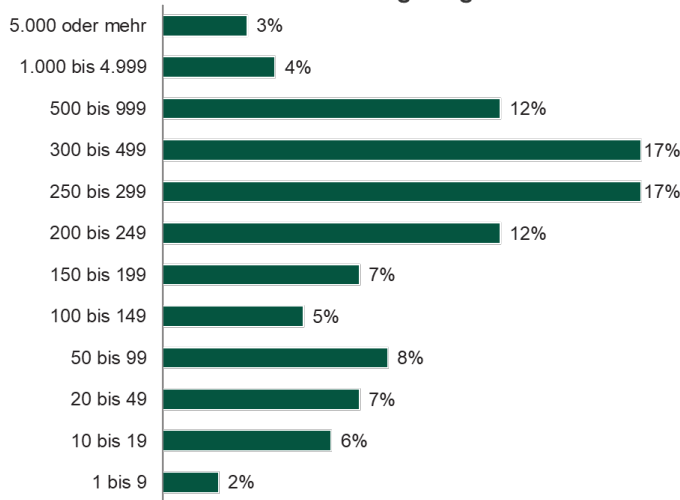
Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Hinweis: Die Prozentwerte ergeben aufgrund von Rundungen nicht 100%.  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

### „Wie hoch ist nach Ihrer bestmöglichen Einschätzung der Jahresumsatz Ihres Unternehmens?“



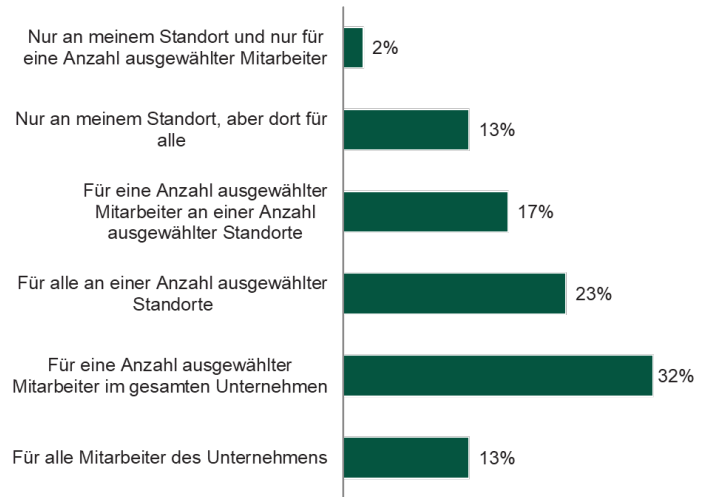
Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Hinweis: Die Prozentwerte ergeben aufgrund von Rundungen nicht 100%.  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**„Wie viele Mitarbeiter sind Ihrer Einschätzung nach weltweit für Ihre Vertriebsabteilung tätig?“**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**„Wie hoch ist die Verfügbarkeit von Slack für die Mitarbeiter Ihres Unternehmens?“**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**„Für welchen der folgenden Anwendungsfälle setzt Ihr Unternehmen Slack ein?“**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021



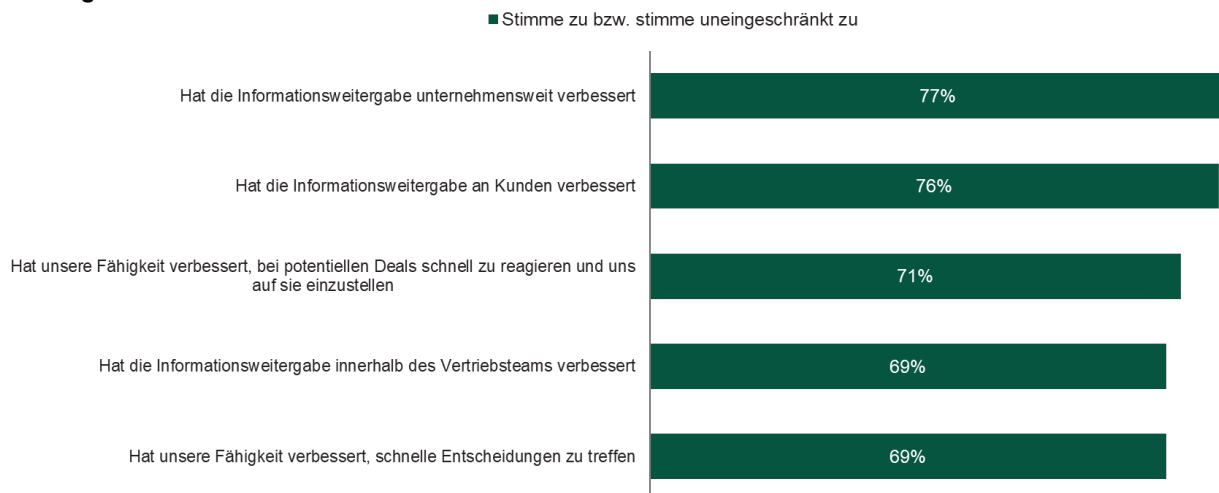
## Anhang C: Ergebnisse der Befragung

„Denken Sie an die Auswirkungen von Slack auf Ihr Unternehmen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?“



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

„Denken Sie an die Auswirkungen von Slack auf Ihre Vertriebsabteilung. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?“



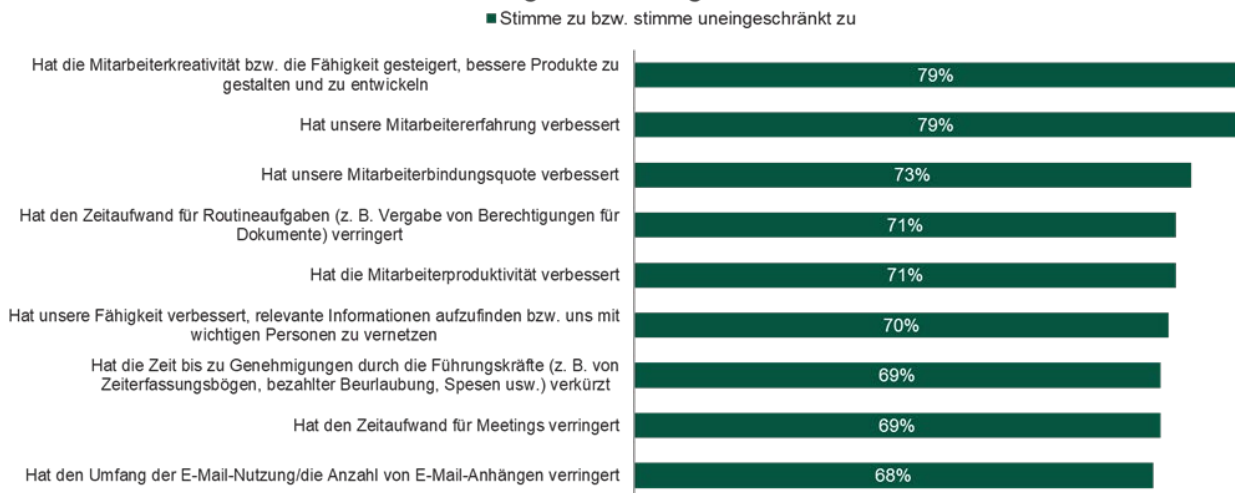
Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**„Denken Sie an die Auswirkungen von Slack auf Ihre Vertriebsabteilung. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?“**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

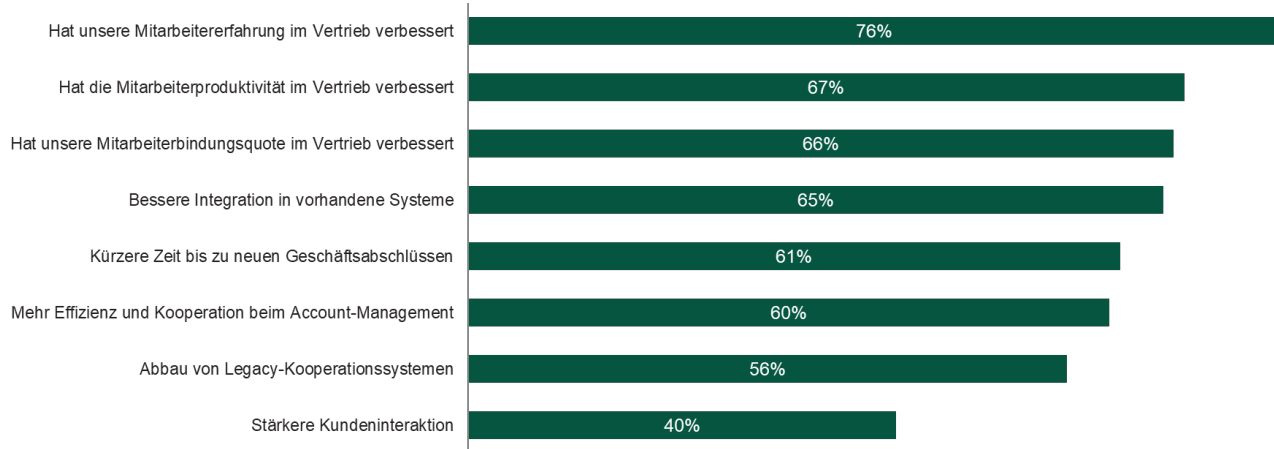
**Denken Sie an die allgemeinen Auswirkungen von Slack auf die Mitarbeitererfahrung und Produktivität in Ihrem Unternehmen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?**



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
 Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

**„Denken Sie an die vertrieblichen Auswirkungen von Slack auf die Mitarbeitererfahrung und Produktivität in Ihrem Unternehmen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?“**

■ Stimme zu bzw. stimme uneingeschränkt zu



Befragte: 550 Slack-Nutzer weltweit, die im Vertrieb tätig sind  
Quelle: Eine von Forrester Consulting im Auftrag von Slack durchgeführte Studie, Februar 2021

## Anhang D: Anmerkungen

<sup>1</sup> Total Economic Impact ist eine von Forrester Research entwickelte Methodik, die die Entscheidungsfindungsprozesse eines Unternehmens zu technologischen Fragen optimiert und Anbieter bei der Kommunikation des Leistungsversprechens ihrer Produkte und Dienstleistungen gegenüber Kunden unterstützt. Die Total Economic Impact-Methodik unterstützt Unternehmen darin, den messbaren Wert von IT-Prozessen gegenüber der oberen Führungsebene und anderen wichtigen geschäftlichen Interessenvertretern darzulegen, zu rechtfertigen und zu veranschaulichen.

FORRESTER®