

3 2 4 4 4 4 2 4 5 3 0 4 3 5 4



Rola i zadania systemów CRM w e-biznesie

Marcin Krzyżanowski

Co to jest CRM

- CRM - to skrót pochodzący od angielskiego terminu Customer Relationship Management. Po polsku tłumaczy się go zazwyczaj jako: Zarządzanie Kontaktami z Klientami
- CRM rozumiane jest dwojako:
 - Z jednej strony jest to **pewna organizacja działań**, realizowana przez jednostki organizacyjne przedsiębiorstwa oraz środki techniczne i oprogramowanie,
 - Z drugiej strony jest to pewien **sposób budowania strategii marketingowych** w oparciu o badania zadowolenia, zaufania i lojalności klientów wobec marek.

32444245304354

Koncepcja CRM

- CRM wymaga zmiany filozofii działania firmy - trzeba zaangażować wszystkich pracowników do procesu marketingu, sprzedaży i kontaktów z klientami
- Nie wystarczy kupić oprogramowanie klasy CRM by faktycznie zwiększyć jakość obsługi klienta i móc powiedzieć, że wdrożyło się CRM.
- CRM-u nie uda się wprowadzić bez zastosowania komputerów, oprogramowania klasy CRM i Internetu.

3 2 4 4 4 2 4 5 3 0 4 3 5 4

Koncepcja CRM

Koncepcja CRM zakłada:

- budowę długotrwałych związków z klientami zastępując wymianę handlową współpracą.
- koncentrację nie na pojedynczym akcie sprzedaży lecz na całość związku z klientem.

Długotrwałe związki z klientem powodują lepsze poznanie jego potrzeb i przeniesienie platformy współpracy z oficjalnej na opartą na wspólnych wartościach – najczęściej przyjaźni, zaufania i współpracy.

Takie podejście powoduje, że dostawca może przekroczyć oczekiwania nabywcy, tym samym czyniąc go klientem usatysfakcjonowanym.

Koncepcja CRM

- Koncepcja zakłada dostęp do informacji o kliencie dla wszystkich pracowników firmy, w celu umożliwienia udzielenia kompletnej odpowiedzi na każde pytanie klienta
- **nawet gdy rotacja wśród pracowników jest duża.**
- Zgromadzenie możliwie najpełniejszej wiedzy o kliencie oraz natychmiastowy dostęp do zgromadzonych informacji

32444245304354

Wiedza o klientach

Wiedza o klientach to przede wszystkim:

- Przewaga nad konkurencją
- Redukcja kosztów
- Zwiększenie zysków

32444245304354

Wiedza o klientach

Należy zdać sobie sprawę, że wartość dla firmy pochodzi nie od pojedynczej transakcji, a od całości interakcji z klientem, czyli już od chwili nawiązania pierwszego kontaktu, poprzez akcje marketingowe, zakupy poszczególnych produktów, itd.

W takim kompleksowym pojmowaniu klienta pomaga CRM.

32444245304354

Zadania CRM

- Sprzedać
- Zapewnić satysfakcjonującą obsługę
- Pozyskać klienta na zawsze

32444245304354

Korzyści z zastosowania CRM

- Minimalizacja kosztów **zdobywania nowych klientów** poprzez:
 - wysoką jakość usług i dbałość o klientów prowadzącą do pozyskania i utrzymania klientów
 - określenie grup klientów, które chce się pozyskać. Dzięki wiedzy o grupach klientów "wartych zachodu,, nie ma sensu zajmować się klientami, którzy nigdy nie przyniosą firmie zysków. Wiedza ta sprawia, że prowadzone działania na wyselekcjonowanej grupie są bardziej skuteczne.
 - wsparcie kampanii marketingowych

3 2 4 4 4 2 4 5 3 0 4 3 5 4

Korzyści z zastosowania CRM

- Właściwa **obsługa przed-sprzedażna**:
 - poznanie wymagań i preferencji klientów
 - zwiększenie sprzedaży za pomocą szerokiej oferty produktów towarzyszących i uzupełniających
 - określenie, które kombinacje produktów i usług będą atrakcyjne dla czołowych klientów.

32444245304354

Korzyści z zastosowania CRM

- Właściwa obsługa **po-sprzedazna**:
 - serwis gwarancyjny i pogwarancyjny rozbudowany dzięki dostępowi do bazy wiedzy.

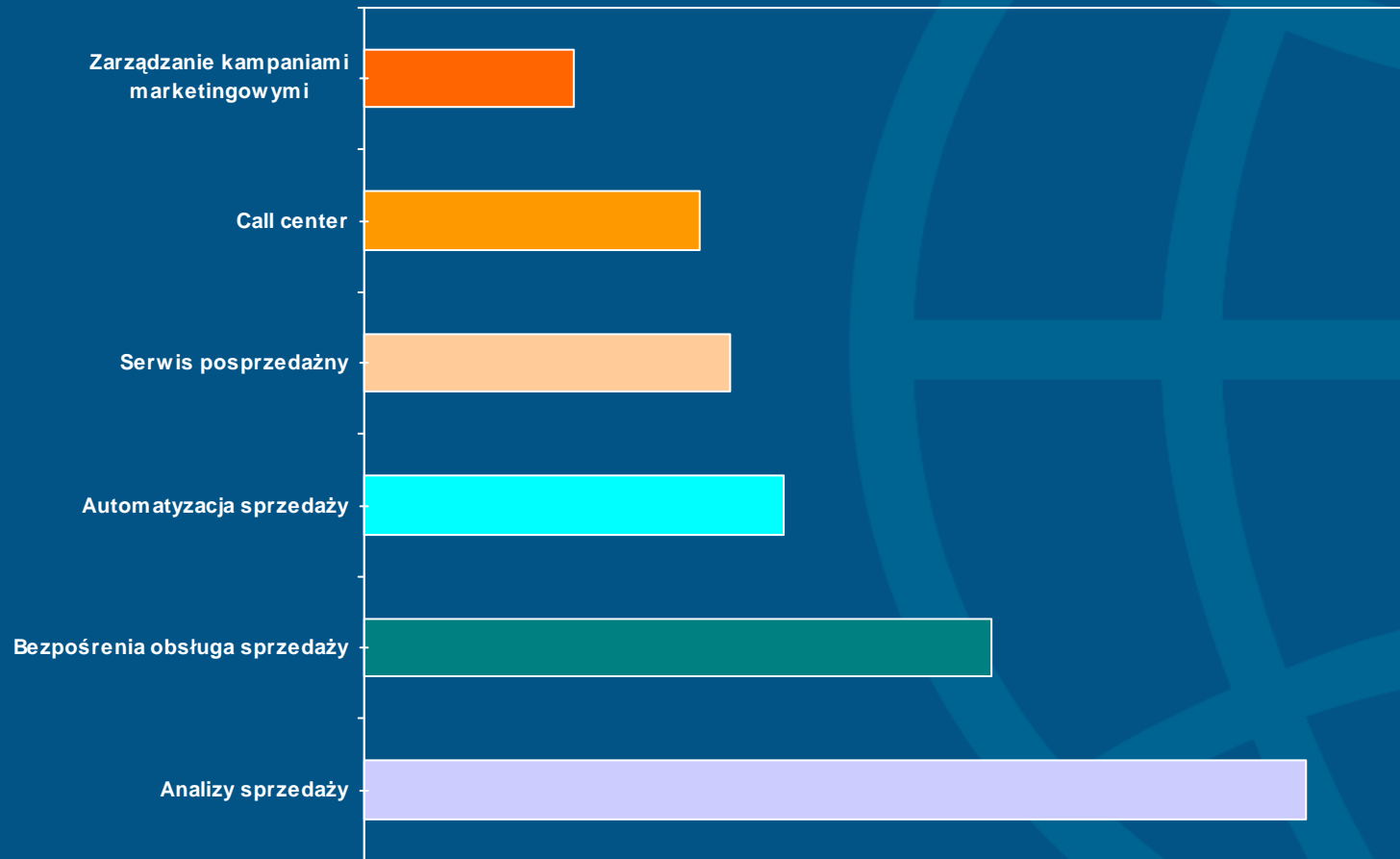
32444245304354

Korzyści z zastosowania CRM

- Wdrożenie koncepcji CRM daje korzyści na dwóch poziomach:
 - **strategicznym**
 - większą satysfakcję klientów, mniej skarg, większą lojalność klientów a w konsekwencji większą sprzedaż.
 - **operacyjnym**
 - zwiększenie efektywności handlowców.
 - zwiększenie efektywności kampanii promocyjnych poprzez wyeliminowanie działań nie przynoszących efektów.
 - uporządkowanie informacji wewnątrz firmy: jej zbierania i udostępniania.
 - natychmiastowy dostęp do wszystkich potrzebnych informacji w celu lepszej obsługi klientów.

32444245304354

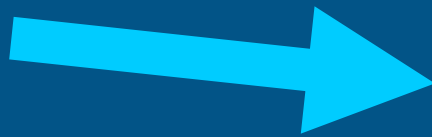
Wykorzystanie elementów CRM



32444245304354

Obszary funkcjonalne CRM

- **operacyjny** - obejmuje rozwiązania umożliwiające rejestrowanie zamówień, prowadzenie baz danych, zarządzanie procesem sprzedaży



Obszary funkcjonalne CRM

- **analityczny** - obejmują strefę hurtowni danych i aplikacji analizujących dane pochodzące z systemów ERP

32444245304354



ABC CORP 1/28/2004		COMPUTER RECYCLING CERTIFICATE # 10443 EXHIBIT A				QTY	REUSE	VALUE	AUDIT
MFG	MODEL	TYPE	SN	COND				FEE	
IBM	6560	IBM CPU	224WFTT	R			\$0.00	\$1.50	
IBM	6587	PENT I CPU	234W213	U			\$0.00	\$1.50	
IBM	6587	PENT I CPU	2372W08	U			\$0.00	\$1.50	
IBM	6581	PENT I CPU	234KN00	U			\$0.00	\$1.50	
IBM	6586	PENT I CPU	2371TK7	U			\$0.00	\$1.50	
IBM	6586	PENT I CPU	2371TK7	U			\$0.00	\$1.50	
NCR	TRACER	PENT I CPU	36-33073138	R			\$0.00	\$1.50	
NCR	TRACER	PENT I CPU	36-33073094	R			\$0.00	\$1.50	
DELL	DCM	PII 456M/CPU	84E90	U			\$10.00	\$1.50	
COMPAQ	2003VA	PENT CPU	674919A00200	U			\$0.00	\$1.50	
HP	D407AA	PENT CPU	U571602372	U			\$0.00	\$1.50	
HP	D9697B	PENT CPU	U503460208	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	500	PENT CPU	9143001405044008B4M	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	500	PENT CPU	9143001405044008B4M	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	500	PENT CPU	914300154184200202M	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	365	PENT CPU	24606781828	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	E61000	PENT CPU	24606781366	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	E61000	PENT CPU	30606781825	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	E61000	PENT CPU	30606781095	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	300E	PENT CPU	87560712455	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	300E	PENT CPU	9143A0189581700054M	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	300C	PENT CPU	75000000M	U			\$0.00	\$1.50	
ACER	300C	PENT CPU	9143A018958170041FM	U			\$0.00	\$1.50	
HITACHI	MAX1677MAX	PENT CPU	X20020706511	R			\$0.00	\$1.50	
COMPAQ	PP2000	CEL 300MHZ CPU	3ANCCV4MDFX	INCAMP	U		\$0.00	\$1.50	
EO	FTC170C	17" MONITOR	874565E13702311	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
EO	FTC170C	17" MONITOR	MCEE0W050290	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
COMPAQ	FE1155	17" MONITOR	2186P4A6A643	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
OPTIQUEST	VC07S21346	17" MONITOR	8081386560	GOOD	U		\$5.00	\$1.50	
CTX	VLT00	17" MONITOR	1054241018	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
LOGISYS	LQKT10	14" MONITOR	NONE	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
OPTIQUEST	VC07S21384	14" MONITOR	6481301422	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
OPTIQUEST	VC07S21384	14" MONITOR	6481306212	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
OPTIQUEST	VC07S21384	14" MONITOR	6481302177	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
OPTIQUEST	VC07S21382	14" MONITOR	79100304184	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
COMPTON	VS148	14" MONITOR	CE591543	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
MOTTO	1450S	14" MONITOR	M84-4500560	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
CTX	XL510	15" MONITOR	1E8-21003358	U			\$0.00	\$1.50	
CTX	XL510	15" MONITOR	1E8-1318511	U			\$0.00	\$1.50	
HANDEL	1105SM	15" MONITOR	015464500989	BAD	R		-\$10.00	\$1.50	
APC	BLPS 250	LPS	060076170133	R			-\$5.00	\$1.50	
APC	BK300C	LPS	PR01613089	R			-\$5.00	\$1.50	
APC	BK200T	LPS	P8884220257	R			-\$5.00	\$1.50	
							\$10.00	\$64.50	
							TRANSPORTATION COST	\$200.00	
							TOTAL PROJECT COST	\$284.50	

Obszary funkcjonalne CRM

- **komunikacyjny** - obejmuje rozwiązania umożliwiające kontaktowanie się z klientem w ramach połączeń głosowych, faksowych, osobistych oraz poczty elektronicznej.



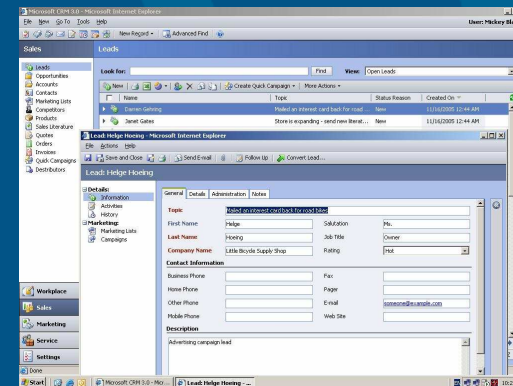
Oczekiwania z wdrożenia CRM

- wzrost efektywności handlowców,
- zmniejszenie strat z powodu fluktuacji kadr i czasowych absencji,
- wzrost jakości komunikacji pomiędzy działami firmy,
- obniżenie kosztów marketingowych,
- wzrost standardów (metodyki sprzedaży, obsługi klienta)

32444245304354

Zakup Systemu informatycznego

Zakup systemu informatycznego wspierającego działania CRM jest podyktowany chęcią polepszenia obiegu informacji w firmie. Aby jednak było co polepszać, wewnątrz organizacji musi już funkcjonować obieg informacji zapisany w postaci jawnej (np. w dziennikach, formularzach)



System Informatyczny

- Wspiera filozofię CRM
- Przechowuje informacje
- Integruje się z innymi systemami np. ERP
- Posiada aktualne informacje

32444245304354

CRM dla dużych

- PeopleSoft
- Producenci ERP - SAP, Oracle, IFS, Baan...

32444245304354

CRM dla średnich

- Siebel MidMarket Edition
- Microsoft CRM
- TETA CRM
- CRM9000 (Logotec Engineering)
- Aurum (ComArch)
- Clientele (Epicor)

32444245304354

CRM dla małych

- moduły w SIZ, np. CRM Optima
- ACT!2005
- RecentCRM, CRMMadar...

32444245304354

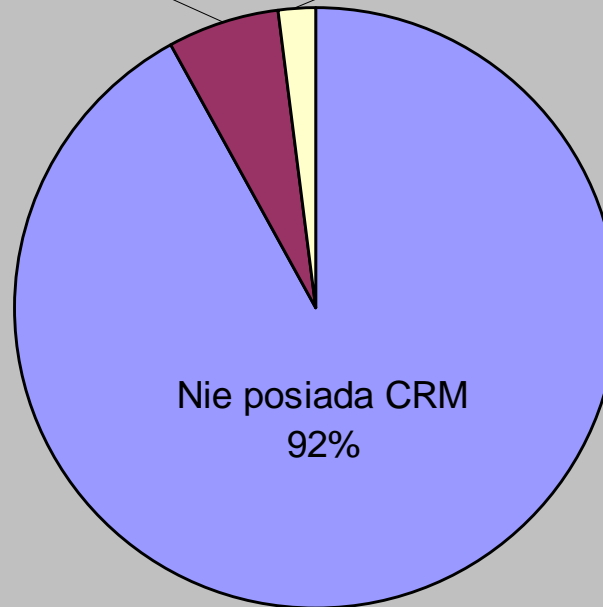
Rynek CRM

32444245304354

Rynek CRM w Polsce

Posiada CRM
6%

Wdraża CRM
2%



Nie posiada CRM
92%

Źródło: PMR Research, za CW 37/2004

Funkcje systemu informatycznego CRM

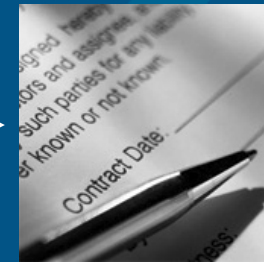
- Baza kontaktów, grupowanie, filtrowanie, historia
- Terminarz, planowanie zadań
- Integracja z e-mail
- Analizy sprzedaży, raportowanie

32444245304354

Przykład zastosowania systemu



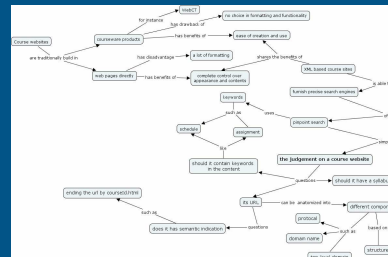
zamówienie



Wprowadzenie informacji



Analiza historii



Propozycja

3 2 4 4 4 2 4 5 3 0 4 3 5 4

Przykład: CRM Optima, Od oferty handlowej do wydania towaru

1. Dzwoni klient. Jest zainteresowany naszymi produktami.
Rejestrujemy kontakt: tytuł Oferta na towar X. Wprowadzamy nowy kontakt z klientem, gdzie zapisujemy przebieg rozmowy

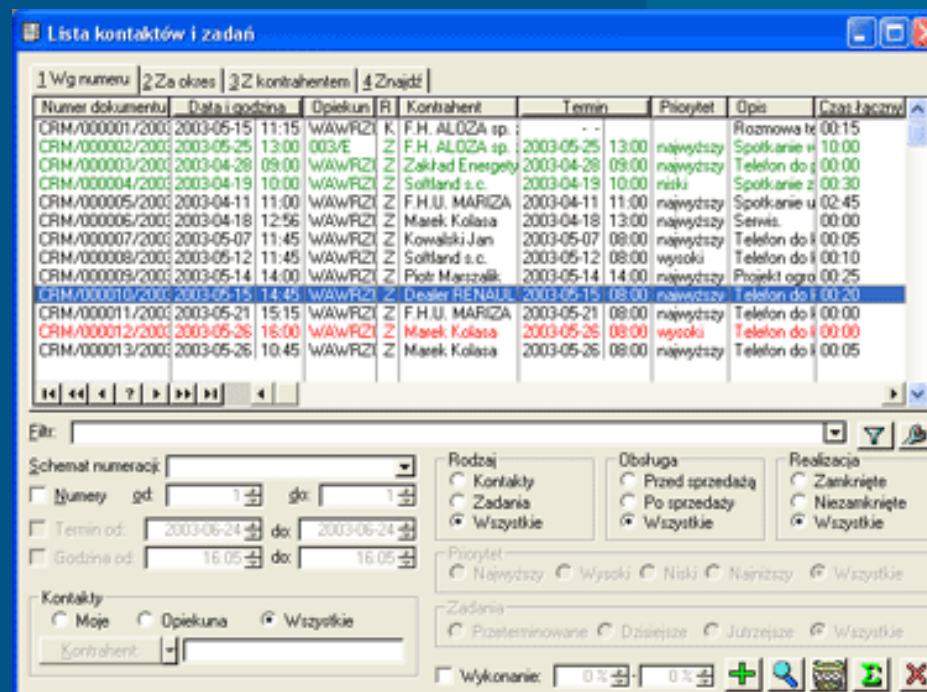
The screenshot shows a software window titled "Kontakt" with a tabbed interface. The "Ogólne" tab is active. The window contains the following fields and controls:

- Document:** CRM, Numer: CRM, 2, 2003
- Contract:** ALOZA, F.H. ALOZA sp. z o.o.
- Employee:** 003/E, Babiriska
- Service:** Przed sprzedażą, Po sprzedaży
- Task:** Zadanie, Priorytet: najwyższy
- Termin od:** 2003-05-25 13:00
- Termin do:** 2003-05-25 14:30
- Data rozpoczęcia:** 2003-05-25
- Godzina rozpoczęcia:** 13:00
- Czas kontaktu:** 00:00:00
- Procent realizacji:** 0%
- Opis:** Spotkanie w sprawie sprzedaży sprzętu (nożyce elektryczne). Przygotować warianty oferty handlowej, warunki zapłaty (10 szt. co 2 miesiące), warunki serwisowania.
- Wprow.:** WAWRZON, 2003-04-25
- Zmod.:** WAWRZON, 2003-04-25

Przykład: CRM Optima, Od oferty handlowej do wydania towaru

2. Musimy przygotować teraz ofertę handlową dla klienta.

Wprowadzamy zadanie: tytuł Oferta na towar X –
przygotowanie oferty handlowej. Rejestrujemy tam kolejne
czynności związane z przygotowaniem oferty. Kiedy oferta
jest gotowa wysyłamy ją klientowi.



The screenshot shows a window titled "Lista kontaktów i zadań" (List of contacts and tasks). It contains a table with columns: Numer dokumentu, Data i godzina, Dpiekun, R, Kontrahent, Termin, Priorytet, Opis, and Czas łączny. Below the table are various filters and controls for searching and filtering the data.

Numer dokumentu	Data i godzina	Dpiekun	R	Kontrahent	Termin	Priorytet	Opis	Czas łączny
CRM/000001/2003	2003-05-15 11:15	WAWRZ	K	F.H. ALOZA sp.	--	--	Rozmowa te	00:15
CRM/000002/2003	2003-05-25 13:00	003/E	Z	F.H. ALOZA sp.	2003-05-25 13:00	najwyższy	Spotkanie w	10:00
CRM/000003/2003	2003-04-28 09:00	WAWRZ	Z	Zakład Energety	2003-04-28 09:00	najwyższy	Telefon do z	00:00
CRM/000004/2003	2003-04-19 10:00	WAWRZ	Z	Softland s.c.	2003-04-19 10:00	niski	Spotkanie z	00:30
CRM/000005/2003	2003-04-11 11:00	WAWRZ	Z	F.H.U. MARIZA	2003-04-11 11:00	najwyższy	Spotkanie u	02:45
CRM/000006/2003	2003-04-18 12:56	WAWRZ	Z	Marek Kolas	2003-04-18 13:00	najwyższy	Servis.	00:00
CRM/000007/2003	2003-05-07 11:45	WAWRZ	Z	Kowalski Jan	2003-05-07 09:00	najwyższy	Telefon do i	00:05
CRM/000008/2003	2003-05-12 11:45	WAWRZ	Z	Softland s.c.	2003-05-12 08:00	wysoki	Telefon do i	00:10
CRM/000009/2003	2003-05-14 14:00	WAWRZ	Z	Piotr Marszałk	2003-05-14 14:00	najwyższy	Projekt ogro	00:25
CRM/000010/2003	2003-05-15 14:45	WAWRZ	Z	Desler REN&L	2003-05-15 08:00	najwyższy	Telefon do i	00:20
CRM/000011/2003	2003-05-21 15:15	WAWRZ	Z	F.H.U. MARIZA	2003-05-21 09:00	najwyższy	Telefon do i	00:00
CRM/000012/2003	2003-05-26 16:00	WAWRZ	Z	Marek Kolas	2003-05-26 08:00	wysoki	Telefon do i	00:00
CRM/000013/2003	2003-05-26 10:45	WAWRZ	Z	Marek Kolas	2003-05-26 08:00	najwyższy	Telefon do i	00:05

Przykład:
CRM Optima, Od oferty handlowej do wydania towaru

3. Musimy za kilka dni zadzwonić do klienta z pytaniem czy jest zainteresowany naszą ofertą.

Wprowadzamy zadanie: tytuł Oferta na towar X – telefon do klienta. Kiedy za kilka dni zadzwonimy wpisujemy czy klient planuje zakup towaru (przebieg rozmowy)

4. Klient zdecyduje się na zakup towaru. Umawiamy się z nim w naszej firmie.

Wprowadzamy zadanie: tytuł Oferta na towar X – spotkanie handlowe. Kiedy klient dokona zakupu – zamykamy zadanie.

5. Jeśli dodatkowo firma oferuje dowóz towaru – możemy wpisać zadanie dotyczące np. kontroli, czy towar został w odpowiednim czasie wydany z magazynu i dowieziony do klienta.

Wprowadzamy zadanie: tytuł Oferta na towar X – dowóz towaru. W czasie, kiedy klient miał otrzymać towar dzwoniemy np. do magazynu, żeby dowiedzieć się, czy towar został dowieziony. Jeśli tak, zamykamy zadanie.

32444245304354

Wnioski

- CRM czyli Zarządzanie Kontaktami z Klientami jest filozofią, która ma na celu takie przekształcenie przedsiębiorstwa, by każdy pracownik, który ma bezpośredni kontakt z klientem wiedział o nim tyle, aby móc właściwie obsłużyć klienta.
- Tej filozofii nie można wprowadzić bez wsparcie technicznego, a w szczególności oprogramowania (rozwiązań z zakresu) CRM, które z jednej strony wykorzystuje wiedzę o klientach i produktach zawartą w dotychczasowych aplikacjach, z drugiej - dostarcza zupełnie nową jakość współpracy klient-firma.

3 2 4 4 4 2 4 5 3 0 4 3 5 4