



HELIOS CRM

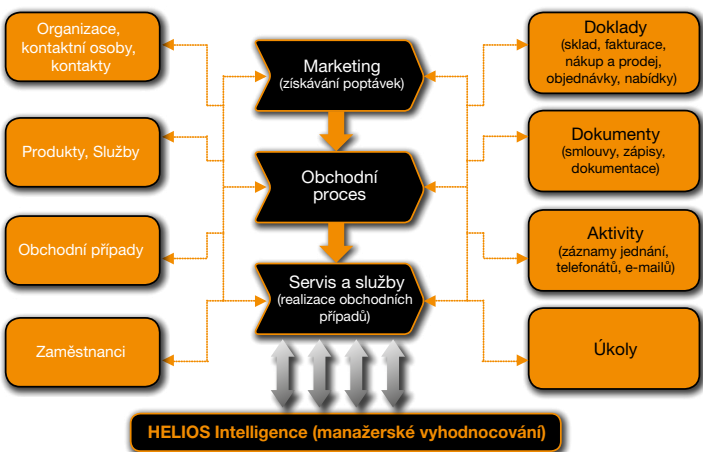
List řešení

Řízení vztahů se zákazníky

Customer Relationship Management

Náš zákazník náš pán. Toto rčení platilo už za časů našich pradědečků a platí dodnes. Avšak zatímco pradědeček podnikatel řídil vztahy se svými zákazníky intuitivně a zpravidla osobně, dnešní podnikatel či manažer, pokud chce získat náskok před konkurencí, využívá pomoc informačních technologií. Tuto oblast činnosti prakticky každého podniku řeší systém, či lépe řečeno část podnikového informačního systému, CRM (Customer Relationship Management). Jeho úkolem je identifikace, zajištění a udržení si zákazníků. Díky CRM je společnost schopná lépe řídit a koordinovat interakci s klientem napříč celou firmou.

Řízení vztahu se zákazníky je dnes jednou z klíčových aktivit pro podnikání každé firmy napříč oblastmi podnikání. Nestačí totiž jen mít na paměti požadavky zákazníků. Vypálí se spolupracovat s nimi v plném smyslu toho slova. CRM slouží k identifikaci, zajištění a udržení si zákazníků. Díky CRM je společnost schopná lépe řídit a koordinovat interakci s klientem napříč celou firmou, neboť systém pomáhá k dokonalému využití každého kontaktu se zákazníkem. Pokud chceme vyslovit definici, pak CRM je nástroj pro získávání a třídění a využívání informací o zákaznících s cílem zvýšit efektivitu péče o ně.



Fakta o CRM od společnosti GARTNER:

- > Globální výdaje na CRM v roce 2008 - 8,1 miliardy USD, co představuje 23,1% nárůst oproti 2006 (ze 6,6 mld)
- > Největší podíl na celkovém růstu byl zaznamenán na nových trzích – Blízký východ, Afrika a zejména východní Evropa

Jak správně vybrat?

Obecně se dá říci, že pokud chce firma přežít a prosperovat v dnešním vysoce konkurenčním prostředí, bez CRM se rozhodně neobejde. Indikátorem nutnosti pořízení CRM je však konkrétně například potřeba zkrácení prodejního cyklu či požadavek na zvýšení produktivity servisních pracovníků a loajality zákazníků.

Podle jakého klíče si však má firma zvolit právě to řešení, které bude nejpřínosnější z hlediska jejích potřeb?

V poslední době se diferencovaly různé formy CRM, umožňující automatické procesy. Ty pomáhají řídit vztah se současnými zákazníky, zlepšit identifikaci potenciálních zákazníků, řídit marketingové kampaně, posílit vztahy s obchodními partnery a samozřejmě posílit loajalitu zákazníků. Pro určení který model je nejlépe využitelný záleží především na typu společnosti a na jejích cílech. Společnost s úzkou specifikací a portfoliem výrobků je bezesporu vhodným

kandidátem pro jedno CRM řešení, zatímco ta, která plánuje otevřít zákaznickou linku a začíná s marketingem cíleným na velký počet zákazníků, bude spokojenější s jiným typem systému. Stěžejní je dokázat si vybrat „správného“ dodavatele. Ten vám pak bezpochyby dokáže zavést systém pro konkrétní byznys ve správnou dobu a za „správnou“ cenu. Rozhodně by nebylo vhodné přistupovat k výběru systému či jeho dodavatele pouze z hlediska ceny nebo známosti značky, ačkoli obojí je bezesporu důležité. Velmi podstatné jsou také reference od firem z příbuzného oboru a v neposlední řadě pak historie a stabilita dodavatele. Nezbytná je samozřejmě také důkladná analýza výchozí situace, stejně jako jasné stanovení cílů a strategií firmy, která CRM kupuje.

Konkrétní možnost

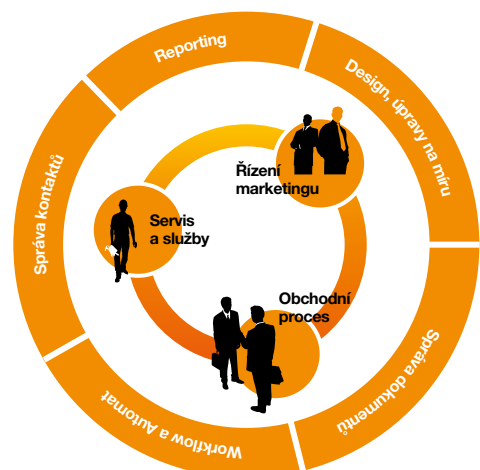
Při výběru dodavatele pravděpodobně narazíte na spoustu nabídek CRM slibujících nesporné výhody daného řešení. Společnost Asseco Solutions, a.s. vám však přináší informační systém HELIOS Orange, který kromě standardních benefitů nabízí jednotné řízení celého zákaznického životního cyklu (customer life cycle) a hlavně plné využití těsného propojení s tzv. back-end a front-end systémy (např.: fakturace, účetnictví, majetek, řízení výroby, oběh zboží atd.). Takové propojení dodá celému řešení podstatnou výhodu ve formě zvýšení provozní efektivnosti skrz celý hodnotový řetězec. Nespornou výhodou je také jednotný a komplexní pohled na zákazníka s možností vyhodnocování od prvotních dokladů až po jednotlivé účetní zápisy.

HELIOS CRM není pouze jedním z modulů - je hlavně strategií přístupu ke všem informacím o vašich zákaznících realizovaná jednotným nástrojem. Jeho cílem je rychle poskytnout přesně ty správné informace, které potřebujete pro správná rozhodnutí (což je i mottem naší společnosti).

Výhody těsného propojení CRM a ERP systému aneb proč nekupovat samostatné CRM?

- > orientace na operační efektivnost skrz celý řetězec vytvářející hodnoty pro zákazníka
- > usměrněné, jednoduché obchodní procesy
- > jednotný (konzistentní) pohled na zákazníka
- > podpora rozhodování skrz všechny hlavní činnosti podniku
- > úspora nákladů v porovnání s implementací samostatného CRM
- > všechny obchodní informace v jedné databázi
- > obecně nižší nároky na přizpůsobování systému
- > rychlejší nasazení v porovnání se samostatně stojícím CRM

Oblasti řízení vztahů se zákazníky a funkcionalita HELIOS Orange:



Řízení marketingu:

- > Identifikace potenciálu trhu
- > Tvorba marketingového plánu (od strategie až po jednotlivé úkoly)
- > Plánování, řízení a vyhodnocování marketingových kampaní
- > Sledování marketingových aktivit u zákazníků
- > Sledování prodejnosti produktů dle jednotlivých dimenzí (střediska, regiony, zakázky, zaměstnanci)

Obchodní proces:

- > Sledování obchodních příležitostí
- > Evidence aktivit
- > Plánování obchodních zakázek
- > Vyhodnocování obchodních příležitostí
- > Aktivity obchodníků
- > Rozpracovanost v měsících
- > Úspěšnost příležitostí

Servis a služby:

- > Realizace obchodních případů (může být realizována i samostatně s využitím dalších modulů, např.: Řízení projektů, Výroba)
- > Evidence požadavků (dispečink)
- > Členění servisních zásahů
- > Reklamace
- > Servisní zásahy
- > Pravidelné návštěvy
- > Přidělování úkolů pro servisní techniky
- > Plánování pravidelných revizí, kontrol
- > Sledování nákladů na servisní zásahy
- > Vyhodnocení prodejů náhradních dílů a služeb

Související oblasti a návazná řešení, které můžeme k HELIOS CRM nabídnout:

- > Automatizace procesů (Workflow)
- > Řízení toku dokumentů a jejich evidence
- > Prezentace a zadávání informací na webu (B2B řešení, eShop, mobilní portál)
- > Mobilní řešení pro obchodníky, skladníky, servisní techniky
- > Vyhodnocování (HELIOS Inteligence, Manažerské rozhraní)

Co přináší HELIOS CRM:

- > Jednotnou databázi
- > Silný nástroj s vysokou mírou přizpůsobitelnosti
- > Provázanost informací celým IS (ekonomika, sklady, výroba)
- > Vyhodnocovací nástroje v základu
- > Přidanou hodnotu v oblasti dokumentů
- > Integrované nástroje komunikace přes e-mail, tel, sms
- > Provázanost s MS Outlook - e-maily, kalendář
- > Provázanost s MS Word, MS Excel

Hlavní důvody zavedení CRM:

- > téměř univerzální trend zaměřování se na zákazníka (customercentricity) bez ohledu na ekonomickou situaci
- > potřeba odhadovat budoucí poptávku a efekty marketingových akcí z důvodu zvyšující se konkurence
- > zvýšený tlak na návratnost investic do marketingu (return on marketing investment) – marketéři se musí stále více spoléhat na technologie (analýza poptávky, chování spotřebitelů)



HELIOS Orange - Sledování potenciálních příležitostí včetně grafu

ID	Popis	Stav	Datum
000001	Revizní výkaz	Ukončen	2010-01-15
000002	Pravidelná kontrola	Ukončen	2010-02-01
000003	Pravidelná kontrola	Ukončen	2010-02-15
000004	Pravidelná kontrola	Ukončen	2010-03-01
000005	Pravidelná kontrola	Ukončen	2010-03-15

HELIOS Orange - Přehled servisních výkazů dle jednotlivých zařízení a položek

