

Řízení vztahů se zákazníky

Jak si pomocí CRM systému najít
cestu k zákazníkovi



Obsah

1. Úvod

2. Co je to CRM

3. K čemu potřebuje vaše firma CRM

4. Jaké funkce CRM systém nabízí

- Databáze kontaktů
- Projekty a úkoly
- Obchodní příležitosti
- Marketingové kampaně
- Zákaznická podpora
- Sdílení
- Analýza

5. Využití CRM systémů v praxi

6. Jak využít CRM v marketingu

- Kontakty
- Hromadné oslovení zákazníků
- Cílové publikum
- Optimalizace marketingových kampaní
- Konverze
- Reporting a zpětná vazba

7. Rozšíření pro specializovaná odvětví

- IT a prodejní organizace
- Pojišťovnictví a finanční poradenství
- Realitní kanceláře

8. Bezpečnost CRM systému

9. Individuální IT řešení

10. Integrace

11. Jak probíhá zavedení CRM do firmy

12. Slovo závěrem

13. Slovníček CRM pojmů

Úvod

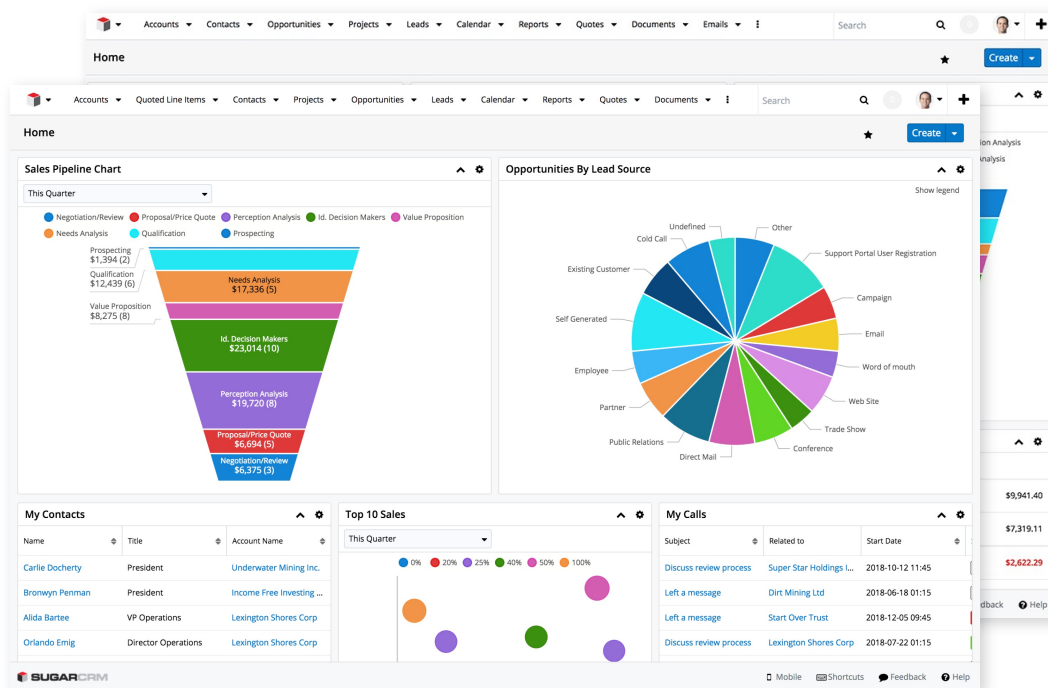
V dnešní době je péče o zákazníky absolutní základ pro fungující business. Váš produkt může mít skvělý nápad a stoprocentní kvalitu, ale pokud nezvládnete zajistit perfektní zákaznickou podporu, nespokojený zákazník odejde ke konkurenci. Zákazník je zkrátka vždy na prvním místě. Řízení vztahu se zákazníky (Customer Relationship Management) by tedy ve vaší firmě mělo dostávat tu nejvyšší prioritu.

Sugar CRM systém je tu od toho, aby vám péči o zákazníky maximálně zjednodušil. Přinese vám přehledné analýzy, poskytne intuitivní nástroje pro komunikaci se zákazníky a zpřehlední práce na vašich projektech. V této knize vám ukážeme, jak si pomocí CRM systému najdete cestu ke svému zákazníkovi a vybudujete si s ním pevný a dlouhotrvající vztah.

Co je to CRM

CRM je zkratka z anglického Customer Relationship Management, tedy Řízení vztahu se zákazníky. Jedná se o podnikatelský přístup, který je primárně orientovaný na péči o zákazníka. Využívá nástroje pro budování dlouhodobého vztahu, aktivní komunikaci a řízení obchodních příležitostí a marketingových kampaní.

CRM systém vám umožňuje shromažďovat informace o vašich zákaznících a následně díky efektivní analýze pochopit a předvídat jejich přání a chování. Díky využívání zdánlivě nedůležitých informací, které během fungování ve své databázi uložíte, dokážete na svého zákazníka lépe cílit a nabídnout mu ty služby, které opravdu potřebuje. To má zákazník rád. Bude se cítit opečovávaný a spokojený a šance na úspěšný obchod se výrazně zvýší.



Screenshot systému sugarCRM



K čemu potřebuje vaše firma CRM

CRM je zpravidla ucelený systém, jehož jednotlivé funkce vám umožní efektivně zpracovávat data, objednávky, projekty. Tyto funkce se vzájemně doplňují a ovlivňují. Hlavní výhody však nejsou pouze v profesionální komunikaci se zákazníkem, ale také v usnadnění a zefektivnění práce uvnitř vaší společnosti.

Hlavní výhody využívání CRM systému

- 1)** CRM běží v cloudu. To znamená, že se k němu vaši zaměstnanci mohou připojit kdykoli a odkudkoli a nikdy nepřijdou o svá data o zákaznících.
- 2)** Máte na jednom místě uloženou celou historii komunikace se zákazníkem. Ukládáte nejen kontaktní informace, ale také zpětnou vazbu, historický přínos (například pro výhodnou nabídku jako odměnu za věrnost) a další.
- 3)** Zákazníky můžete oslovovat hromadně i individuálně na základě segmentace cílových skupin.
- 4)** Můžete si komunikaci se zákazníkem naplánovat. Kromě zaznamenání jednotlivých kroků zakázky budete mít přehled o tom, kdy zákazníka oslovit s novou nabídkou.
- 5)** Život zakázky či obchodu podléhá jasnému postupu a je prakticky automatizovaný.
- 6)** Zefektivníte práci svoji a svých zaměstnanců. V kalendáři přehledně vidíte plánované schůzky, hovory i deadliney. Vždy máte pod dohledem, kdo je za jakou činnost odpovědný.
- 7)** Po uzavření obchodu budete nadále o svého zákazníka pečovat. Zeptáte se na jeho spokojenost, nabídnete aktualizaci produktu, novinku související s předchozí zakázkou.

Návratnost investice

Udržet si věrného zákazníka stojí méně času a financí, než získání nového. Aktivní práce se stávajícími zákazníky se vždy vyplatí. Navíc díky zefektivnění a automatizaci obchodních a marketingových postupů ušetříte nemalé finanční náklady. Zavedení CRM systému je investice, která se vám rozhodně vrátí.

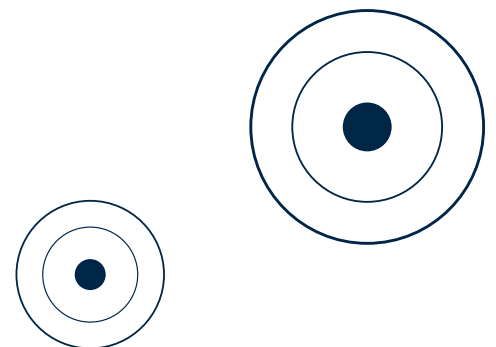
Analýza dat

Jednoduchou analýzou dat, která vám CRM systém poskytne, získáte důležité informace, se kterými můžete dále pracovat.

1. Zjistíte skutečné potřeby zákazníků. Jejich potřeby můžete dále předvídat.
2. Rozdělíte zákazníky do cílových skupin. Kvalitním cílením dosáhnete vyšší konverze.
3. Máte přehled o úspěšnosti svých kampaní. Získáte informace o tom, jaká marketingová řešení jsou nejefektivnější pro kterou cílovou skupinu.
4. Vyhodnotíte efektivitu svých obchodníků. Odhalíte slabá místa obchodních procesů a procesy optimalizujete.

Integrace

CRM systémy navíc umožňují propojení s dalšími systémy. Nejčastěji využívané jsou mailingové služby, ERP systémy, systémy pro zákaznickou podporu a další. Díky integraci máte tedy všechny potřebné nástroje pod jednou střešou. Mezi jednotlivými segmenty fungují automatické integrace a aktualizace dat, které vám výrazně zjednoduší práci.



Jaké funkce CRM systém nabízí

1 Databáze

Zaměstnanci, obchodní partneři, firemní i koncoví zákazníci, dodavatelé. Všechny tyto kontakty Vaše firma využívá na denní bázi. Chcete-li mít o svých kontaktech aktuální informace, je třeba pracovat s přehlednou databází. Kontaktní informace má k dispozici jen ten, komu přidělíte potřebná práva. Systém eviduje i historii změn a aktuálnost uložených informací u jednotlivých kontaktů.

Kromě databáze kontaktů přijde vhod i databáze produktů a služeb Vaší společnosti. Při tvorbě nabídek a fakturaci ušetří Vaším obchodníkům nemalé množství času možnost vybírání jednotlivých produktů nebo skladových položek přímo z katalogu.

2 Projekty a úkoly

Důležitou funkcí, kterou oceníte jak ve vztahu nadřízený-podřízený, tak mezi kolegy, je plánování a delegování úkolů a projektů. K danému úkolu přiřadíte odpovědnou a přihlížející osobu. **K úkolu můžete přiřazovat e-mail, dokumenty nebo aktivity.** U větších projektů pohodlně sledujete celý jejich život v jednotlivých fázích. Máte tedy vždy pod kontrolou rozpracovanost daného projektu. Plánované kroky navíc vidíte v přehledném kalendáři.

Aktivity jako telefonáty, e-mail, úkoly či schůzky máte vždy utříděné u příslušného kontaktu.

3 Obchodní příležitosti

Pro efektivní obchodní činnost využívají společnosti sofistikované CRM systémy, které jim zajistí sledování a automatizaci komplexního obchodního cyklu. Díky přehlednému systému nemusí Vaši obchodní manažeři trávit čas administrativou, ale můžou se více zaměřit na obchodní strategii a věnovat se vedení svého týmu.

Fáze zakázky

Obchodní příležitosti se dají rozdělit do mnoha kroků, které si určujete podle vlastních potřeb. Ve Vašem systému pak vždy přehledně vidíte, v jaké fázi se zakázka nachází, a pokud v nějaké fázi stojí bez změny delší dobu, zaměříte se na ni. Díky analýze mají Vaši manažeři přehled o zakázkách v reálném čase, a mohou tak efektivně řídit svůj prodejní tým. Veškeré zaznamenané změny pak ovlivňují pipeline realizace a fakturace zakázek, která je sdílena s celým týmem na společné nástěnce.

Příklad jednotlivých kroků

- poptávka, lead
- tvorba nabídky
- objednávka – smlouva
- fáze vyhotovení
- vystavení faktury
- servis a péče o zákazníka

Automatizace

Jednotlivé kroky zakázky se dají jednoduše automatizovat. Nabídky, smlouvy i faktury jsou provázány tak, aby se daly vytvářet a generovat ze šablon a katalogu produktů a ceníků. Vybrané dokumenty exportujete do PDF a prostřednictvím CRM systému zasíláte klientovi. Komunikace se opět automaticky uloží do historie zákazníka.

Integrace

Faktury se mohou automaticky importovat do Vámi využívaného ERP nebo jen účetního systému. Výrazně vám pak tato automatizace ušetří čas a náklady s ním spojené, a také zredukuje chybovost na minimum.

Předpověď chování zákazníka

Takzvaný forecasting Vaším obchodníkům pomůže odhadnout, kdy bude Váš zákazník potřebovat uskutečnit další nákup. Tato funkce je zajímavá například u sezónního zboží. Je-li vaším produktem spotřební zboží, můžete snadno odhadnout, za jak dlouho zákazníkovi produkt dojde, a včas ho oslovit.

4 Marketingové kampaně

Marketing pomocí CRM je samostatná a velmi významná kapitola, které se budeme věnovat později. Důležité je si uvědomit, že smysl celého CRM systému je získat a udržet si spokojeného zákazníka. Díky systému můžete zákazníka nejen oslovit, ale i pracovat s kvalitním remarketingem.

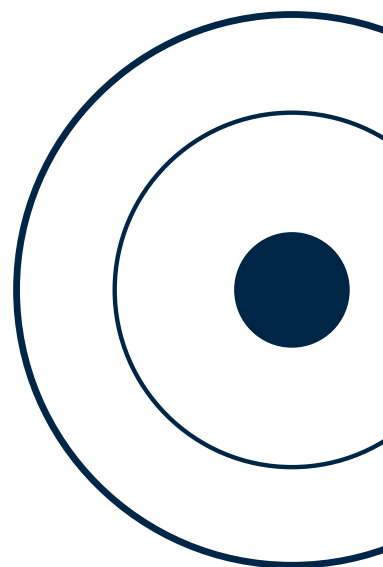
5 Zákaznická podpora

Dnešní trh je zahlcen produkty. Málokdy narazíte na produkt, který by na trhu neměl konkurenci. Zákazník tedy vždy stojí před otázkou, pro který produkt se rozhodne. V případě, že je produkt v podobné kvalitě za podobnou cenu, rozhoduje vždy kvalita komunikace. Získáte-li klienta díky kvalitnímu marketingu a on u Vás nakoupí, musíte myslet na to, že udržet si jeho věrnost stojí také jisté úsilí.

O zákazníka musíte pečovat tak, aby o změně dodavatele ani na minutu neuvažoval. Musí mít jistotu, že je o něj dobře postaráno a že v případě, kdy bude potřebovat Vaši pomoc a podporu, budete tu pro něj. Spokojený zákazník, se kterým máte pevný vztah, se na Vás automaticky obrátí s další poptávkou. Nemá zkrátka důvod hledat nového dodavatele.

Budte vždy nadosah

Má-li zákazník jakýkoliv problém: je s produktem nespokojen, potřebuje-li servis nebo jen pouhou radu, jak má s produktem pracovat, je třeba být mu k dispozici. SugarCRM zpracovává proces zákaznické podpory prostřednictvím funkce Požadavky. Ty se uvnitř systému zpracovávají jako úkoly, o kterých pak máte dobrý přehled. Také se propisují do historie zákazníka. Náš systém opět nabízí možnost napojení na externí helpdeskové systémy, díky kterým můžete se zákazníkem komunikovat okamžitě.



Odměňte věrné zákazníky

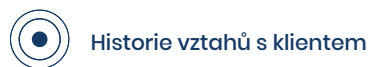
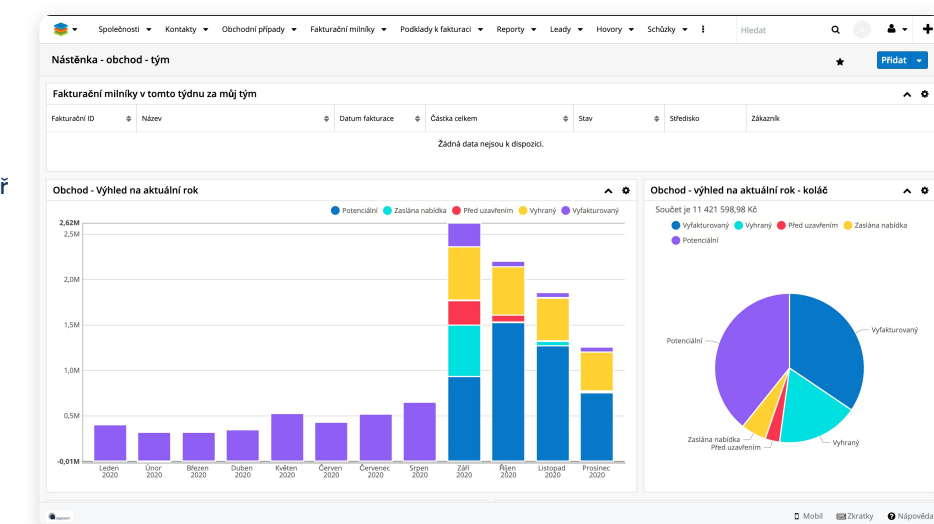
Spokojenost zákazníka zvýšíte také tím, že mu nabídnete kvalitní věrnostní program. Může se jednat o dlouhodobé věrnostní slevy nebo pouze o jednorázové akční nabídky. Úspěšný plán můžete nastavit pomocí konfigurovatelných šablon. Díky nim budete moci být více proaktivní a dopřejete svým klientům příjemný zákaznický zážitek.

Sdílení

Hlavním účelem práce s CRM systémem je usnadnění práce Vaším zaměstnancům. Každý tým bude mít jasný přehled o průběhu jednotlivých projektů a zakázek díky přehledné nástěnce, na které bude sdílet veškerá potřebná data. Vzhled hlavní nástěnky je upravován individuálně podle přiřazené role zaměstnance.

Analýzy

CRM systém Vám poskytne informace o běhu celé společnosti. Analyzovat můžete prakticky cokoli – od spokojenosti zákazníků po výkonnost svých obchodníků. Díky informacím získaným z analýz dat můžete následně optimalizovat své postupy a procesy.



Screenshot systému sugarCRM

Využití CRM systémů v praxi

CRM systém je dnes už běžným nástrojem u společností nad 250 zaměstnanců, které disponují velkým objemem dat. Využívání CRM systémů má ale rostoucí trend i u malých a středních podniků. Podle Českého statistického úřadu vzrostlo procento velkých firem, které využívají CRM systém, od roku 2011 z 36,9 % na 51,5 %. U středních podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 250 to byl nárůst z 26,6 % na 39,1 % a u malých podniků do 50 zaměstnanců vzrostl podíl z 5,7 % na 19,2 %.

K tomuto růstu přispívá několik faktorů, mezi které patří zejména rozvoj trhu a tím pádem větší důraz na kvalitní marketing a komunikaci se zákazníkem. Dalším důvodem je samozřejmě rozvoj sociálních sítí a digitálního marketingu, kde vznikají požadavky na zvýšení automatizace. Zároveň si čím dál více firem uvědomuje veškeré přínosy a návratnost investic do kvalitního CRM systému a do centrálního ukládání dat.

Vývoj CRM systémů jde stále dopředu. V předchozích letech si mnoho firem muselo nechat vytvořit vlastní CRM systémy od základů na míru a smířit se s finanční náročností takového projektu. V dnešní době je na trhu velká nabídka již ověřených CRM systémů, které stačí jen nastavit a začít používat. Tato možnost ušetří nejen mnoho peněz na zákaznický vývoj, ale zároveň se implementací již ověřených CRM řešení výrazně zrychlí samotné nasazení CRM řešení.

Mezi spokojené uživatele Sugar CRM systému patří například celosvětově významná společnost CBRE, která nabízí služby v oblasti realit a investic. Tato společnost má více než 90 000 zaměstnanců a disponuje obrovským množstvím dat, které musí mít neustále k dispozici a musí v nich mít 100% přehled. Společnost takového rozsahu využívá CRM systém pro mnoho specifických procesů a systém se tak musí přizpůsobovat jednotlivým oddělením. SugarCRM je na tyto modifikace perfektně připraven.

Menší společností využívající našich služeb je například společnost IXTENT, která se zaměřuje na zpracování a správu dokumentů a dat v celém jejich životním cyklu. Pro společnost, která se sama zabývá digitalizací, je důležité mít vlastní procesy naprosto pod kontrolou, aby se mohla soustředit především na služby pro své zákazníky.

Jak využít CRM v marketingu

Kontakty – vždy relevantní a aktuální

Leady

Kvalitní a relevantní kontakty jsou základ úspěšného marketingu. Zákazník, který o Vaše služby sám projeví zájem, je pro Vás ten nejzajímavější. Tyto kontakty sbíráte sami: například e-mailovými prokliky nebo přímo na svých webových stránkách – prostřednictvím landing page či webového formuláře.

Pomocí Sugar lead managementu budete moci využít potenciál leadů z Vašeho webu na maximum. Dosáhnete vyšší konverze a získáte tak „hotové prodejné“ leady. Každý lead je navíc zachycen, sledován a směřován správnému týmu či jednotlivci. Obchodní zástupci tak spravují efektivněji své potenciální zákazníky a mají k dispozici potřebné informace o zákazníkovi a o produktech, o které se zákazník zajímal.

Nové kontakty

Kontakty na nové potenciální zákazníky mohou být také velmi kvalitní. Můžete například využít marketingové databáze, ze kterých vyfiltrujete pouze relevantní cílovou skupinu. Zajímavá je také služba LEADY.CZ: díky její integraci se SugarCRM získáte firemní kontakty návštěvníků svého webu. Náš systém Vám navíc umožní načítat data z veřejně dostupných rejstříků a importovat kontakty zde zveřejňované u jednotlivých společností. Stejně tak můžeme ověřovat kontakty v Insolvenčním rejstříku (ISIR).

Důležité je, aby Vaše kontakty v CRM byly vždy aktuální. Za tímto účelem využívá SugarCRM funkce kontroly duplicity či slučování kontaktů. Čistá databáze je základ pro kvalitní marketing a obchodní aktivity.



Hromadné oslovení zákazníků

Pro oslovení většího množství zákazníků najednou využíváte hromadné oslovení. I to musí být kvalitně cílené, aby kampaň byla pro zákazníka relevantní. Své zákazníky můžete hromadně oslovit buď telefonickou nebo e-mailovou kampaní. Sugar marketing vám pomůže komplexně optimalizovat vícekanálovou marketingovou kampaň, aby byla maximálně efektivní.

Následně u kampaní sledujete jejich úspěšnost, tedy počty otevřených emailů (zároveň informace o tom, kdo Vaše emaily otevírá), počty prokliků a konverzí a další.

V případě, že již využíváte externí kampaňové nástroje, umíme je propojit s naším CRM.

Cílové publikum

Čím lépe budou Vaše kampaně cílené, tím budou úspěšnější. Ke kvalitnímu cílení Vám poslouží tzv. segmentační informace, díky kterým můžete svoji cílovou skupinu lépe nadefinovat. Tato kritéria je možné aktualizovat automaticky pomocí výsledků z kampaní nebo integrovaných systémů.

Optimalizace marketingových kampaní

Opět díky analýze můžete na svých marketingových kampaních pracovat v reálném čase. Kampaně vytváříte personalizované na míru svým zákazníkům. Vytváříte navíc vícekanálové marketingové kampaně, které máte možnost sledovat všechny najednou a vyhodnocovat, který směr se Vám u jakého publika lépe vyplácí.



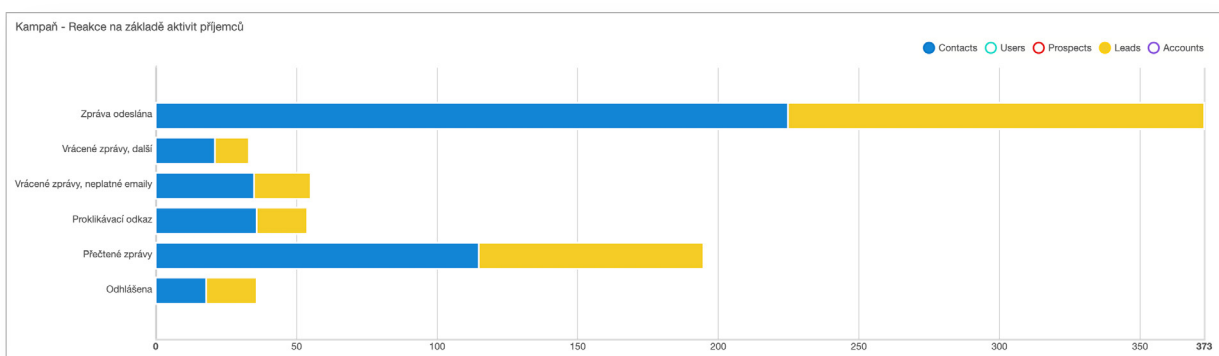
Konverze

Přestože některé zakázky mohou být běh na dlouhou trať, každá úspěšná zakázka je evidována ve vašem CRM systému včetně kompletní historie. Můžete tak snadno zjistit, kde byl prvotní zdroj daného kontaktu a jaký marketingový postup byl u dané zakázky využit. Získáváte tedy komplexní informace o tom, jaká je míra konverze u kterých kampaní a jaké postupy se Vám osvědčily. To jsou důležité informace, na základě kterých můžete dále vytvářet své další nové marketingové kampaně, tak aby byly maximálně účinné.

Reporting a zpětná vazba

Výsledek kampaně je pro marketéra nejdůležitější zdroj informací. Potřebuje vědět, jaká byla její úspěšnost pokud jde o reakce publika, ale zároveň zda a nakolik se vyplácela. Všechny potřebné informace jsou sdíleny s celým týmem v pipeline kampaně.

Vaše týmy mohou také snadno sledovat spokojenost zákazníků pomocí vlastních reportů a dashboardů. Máte například možnost měřit své NPS (Net Promoter Score), tedy míru loajality zákazníků. Toto číslo Vám dává zajímavé informace o tom, kteří zákazníci se mohou sami vrátit, které bude třeba aktivně oslovovat nebo kteří Vám mohou přivést další klienty.



Screenshot systému sugarCRM



Rozšíření pro specializovaná odvětví

Některá odvětví využívají ve svém fungování specifické procesy. SugarCRM přichází s různými nastavbami připravenými pro specifika daného odvětví.

Nastavby dle odvětví:

- IT a prodejní organizace
- Pojištvnictví a finanční poradenství
- Realitní kanceláře

IT a prodejní organizace

Řešení pro IT a prodejní organizace nabízí oproti základní verzi CRM například přednastavené procesy pro fáze obchodního cyklu a reporting.

Ve fázi obchodního případu obchodníkům usnadní práci **evidence jednotlivých fakturací v návaznosti na produktový katalog, časové rozlišení fakturačních milníků**, které se automaticky propisují do reportu výnosů a nákladů, či **rozpad milníků do více období**. Při zakládání fakturačního milníku má obchodník možnost založení dalších opakování. Periodu lze nastavit měsíčně, kvartálně či ročně, a dále nastavíte počet opakování. Příklad: výnos z licence placené v lednu rozpadneme do celého roku. Konzistenci dat u obchodních případů zajistí automatizace při propisování obchodníka napříč obchodním případem, tedy do podřízených fakturačních milníků či podkladů k fakturaci. Obchodníka nelze v těchto záznamech ručně měnit.

Pro přehlednější reporting jednotlivým uživatelům jsou k dispozici připravené nástěnky pro jednotlivé role. **Obchodní ředitel** má přehled o fakturacích, které mají proběhnout, vidí přehled fakturací a jejich stavů ve vybraném období a zároveň má pod dohledem obchodní případy jednotlivých obchodníků. **Obchodník** má přehled o svých fakturacích a jejich stavech, sleduje historickou výnosnost svých zákazníků a leady, které má zpracovat. **Lead manager** má připravený souhrnný přehled nových leadů ke zpracování a přehled o již přidělených.



Pojišťovnictví a finanční poradenství

Zajímavým specifikem společností nabízejících pojištění a finanční poradenství je provizní systém. Tato nadstavba je připravena pro výpočty provizí jednotlivých obchodníků.

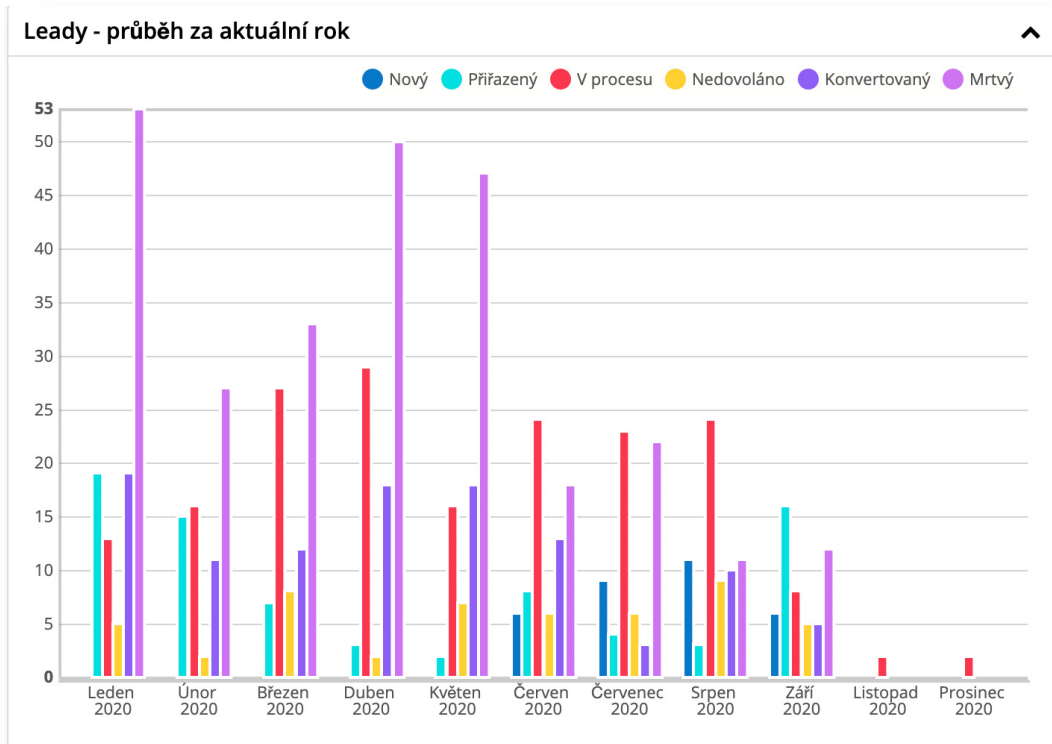
Pro tyto účely jsou připravené navíc **základní datové moduly**: Poradci (uživatelé), Provizní lístky, Partneři, Oblastní zastoupení. Dále jsou předem nadefinované **základní stavy Klienta** na základě stavů jeho Smluv, a stavy smluv na základě **stavů Provizních lístků**.

Důležitou funkcí je také možnost dělení provizí mezi více Poradců (uživatelů). A praktickým doplňkem jsou například automatické notifikace významných událostí, jako jsou narozeniny klientů, výročí smluv či výročí nástupu Poradců.

Realitní kanceláře

Požadavky na CRM systém pro realitní kanceláře odpovídají náročnosti procesů v oblasti pronájmu či prodeje nemovitostí. I v tomto odvětví je kladen velký důraz na komunikaci se zákazníkem, a zároveň na přehlednou centralizaci dat.

V CRM systému máte k dispozici ucelený katalog nemovitostí, sbíráte poptávky z veškerých používaných komunikačních kanálů či realitních serverů. Procesy obchodních případů jsou automatizované a přednastavené pro potřeby prodeje či pronájmu realit. V CRM můžete také řešit prodej služeb k jednotlivým objektům, které spravujete.



Screenshot systému sugarCRM



Bezpečnost CRM systému

Bezpečnost Vašich dat je pro nás na prvním místě. Celý CRM systém běží v našem AlgoCloudu, u kterého garantujeme 100% bezpečnost. Vaše data zálohujeme ve třech různých lokacích v ČR.

Šifrované připojení

Kromě jiného využíváme známé metody ochrany dat, jako je šifrované připojení HTTPS. Tento certifikát zabezpečí Vaše data, aby je nikdo nepřečetl nebo nezměnil.

Vaše informace jsou důvěrné

K systémům našich klientů mají přístup pouze vybraní zaměstnanci naší společnosti. Jedná se o nezbytnost pro řešení technických problémů či provádění aktualizací systému. Naši zaměstnanci jsou vázáni mlčenlivostí.

GDPR

Dle nařízení EU o ochraně osobních údajů má každá společnost povinnost zajistit bezpečnost osobních a důvěrných informací svých klientů. SugarCRM vám zajistí 100% bezpečí.

V systému navíc máte kompletní přehled o souhlasech kontaktů se zpracováním osobních údajů. Souhlasy evidujete na jednom místě, kde můžete sledovat nové i ztracené. Zároveň máte přehled o přihlašování a odhlašování odběru marketingových sdělení. V případě potřeby můžete trvale smazat osobní údaje z Vaší databáze.

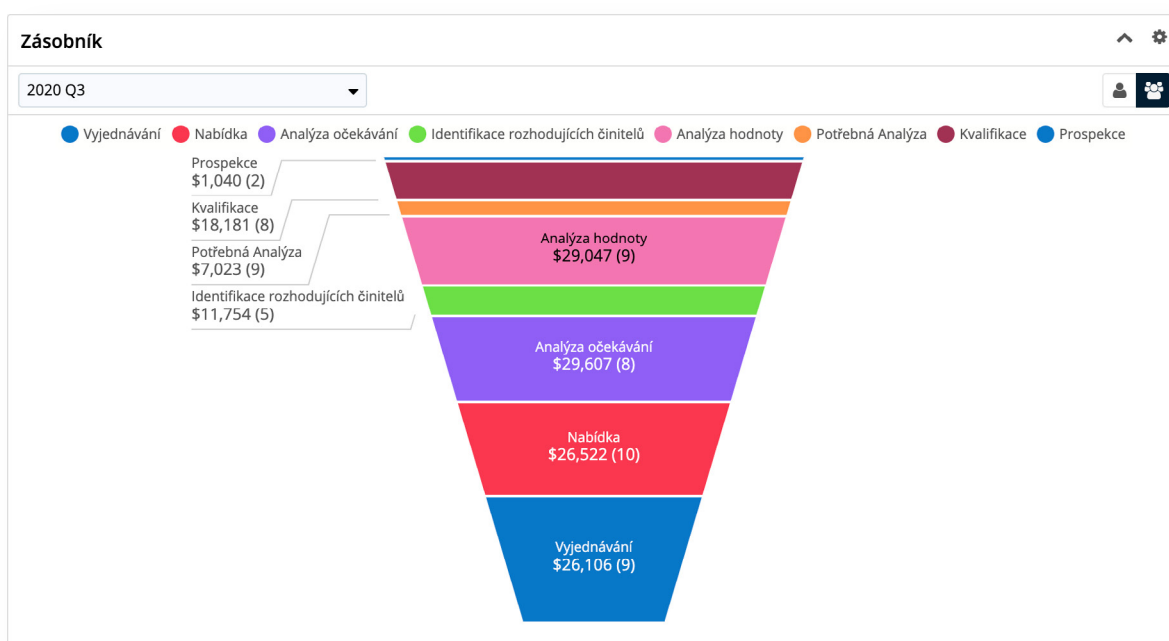
Individuální IT řešení

Každá společnost je jiná. V závislosti na firemní struktuře, ale i na produktu, který společnost nabízí, jsou i její požadavky na CRM systém jiné.

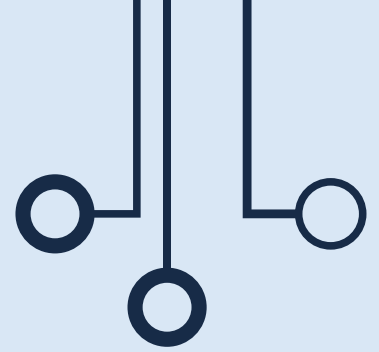
Naše CRM platforma SugarCRM je maximálně flexibilní právě proto, aby se přizpůsobila na míru každému týmu a společnosti. Máte možnost definovat role jednotlivým zaměstnancům, uzpůsobit ovládací prvky i celou obrazovku. Stejně tak můžete nastavit vlastní fáze obchodní činnosti či projektů. Pro specifické procesy jsme schopni na platformě SugarCRM doprogramovat i rozsáhlá zákaznická řešení, která nejsou součástí standardních CRM produktů.

Zabezpečení

Má-li Vaše společnost nastavené zásady a pravidla vázané na politiku společnosti, je možné tato pravidla implementovat do jednotlivých procesů a eliminovat tak možnost zneužití firemních dat. Pomocí mechanismu oprávnění budete mít kontrolu nad tím, kteří uživatelé mají přístup ke kterým informacím, záznamům a nastavení. **Veškeré aktivity Vašich zaměstnanců se zaznamenávají do logu, můžete tedy kdykoli provést kontrolu, jaké změny v systému kdo provedl.**



Screenshot systému sugarCRM



Integrace

Hlavním cílem SugarCRM je být maximálně individualizovaný a kompatibilní. Proto se snažíme o integraci nejrůznějších systémů třetích stran pro váš komfort a efektivitu. Na Vaše přání umíme SugarCRM napojit na jakýkoliv systém, který ve Vaší společnosti využíváte, pomocí REST API.

• Mobilní aplikace

Přehledný přístup odkudkoliv k Vaším datům, stavům zakázek nebo kalendáři Vám poskytne mobilní aplikace Sugaru. Ta je optimalizovaná pro mobilní a tabletová zařízení a má plnohodnotné funkce webového rozhraní. Aplikaci můžete integrovat s mobilními e-mailovými klienty a hovory můžete zaznamenávat přímo do SugarCRM.

• E-mail

Integrujeme Váš Outlook, Gmail, Yahoo! Mail, IMP Lotus Notes nebo IMAP do SugarCRM. Ze systému můžete e-maily odesílat a v systému je bezpečně zálohovat. Budete tak mít veškerou komunikaci pod jednou střechou.

• Ekonomické systémy

Propojíme Vás s Vaším ekonomickým systémem. Ať už využíváte např. ERP Oracle nebo malé lokální účetní programy jako je Pohoda, ABRA, Money či další, vytvořené záznamy nabídek, objednávek a faktur budete moci do svého systému automaticky importovat nebo opačně, ze CRM systému pohodlně exportujete potřebné informace do ERP systému. Díky tomu ušetříte čas uživatelů a vyvarujete se chyb.

• Kampaně

S naším CRM umíme propojit i e-mailingové systémy jako je např. MailChimp nebo Smart Emailing. Pro telefonické kampaně umíme připojit kompletní call centrum, např. naše AlgoCC řešení.

• Zákaznická podpora

Využíváte-li helpdeskový systém třetí strany jako je například Freshdesk nebo Mantis, umožníme Vám tyto systémy propojit s naším CRM.

Zavedení do firmy

Úspěšnost zavedení CRM systému do firmy je naprosto závislá na lidech, kteří ho mají využívat. Chcete-li mít jistotu, že Vaši zaměstnanci budou se změnou svých pracovních postupů spokojeni (někdy se jedná o naprosto radikální změnu procesů v celé společnosti), je dobré ptát se jich předem, co od přechodu očekávají, jaké funkce by jim usnadnily práci a co by jim po změně mohlo působit problémy. Buďte také otevření v tom, co od změny očekáváte Vy.

Jak začít

Na počátku je třeba určit odpovědné osoby za celý proces. Převod stávající databáze a projektů do CRM systému není jednoduchá záležitost a je třeba počítat s tím, že bude potřeba do přechodu investovat určité množství času a pracovních kapacit.

Přechod na nový systém

Nějakou dobu bude také trvat, než si všichni Vaši zaměstnanci osvojí nové procesy. Důležité informace a data získaná z každé schůzky nebo v průběhu zakázek je třeba ihned vkládat do systému. Pokud budou Vaše data neúplná, bude nepřesné i následné zpracování. Chcete-li mít kontrolu nad tím, že zaměstnanci do systému zadávají opravdu všechna potřebná data, můžete zvolit cestu postupného zavádění.

Spokojení uživatelé

Počítejte s tím, že nějaký čas bude potřeba Vaše zaměstnance kontrolovat, zda systém aktivně využívají. Pokud jim důsledně vysvětlíte přínosy systému, bude celý proces mnohem jednodušší. Zejména zdůrazněte, že se nejedná o nástroj, který má Vaše zaměstnance kontrolovat, ale má jim především ušetřit čas a práci. Zmiňte například zjednodušení reportingu, komunikace, sdílení důležitých informací, společnou práci na projektech. Chcete-li zaměstnancům přechod maximálně zjednodušit, připravte praktické návody či videa, jak mohou s novým systémem pracovat. Zveřejněte-li tyto informace ještě před spuštěním systému, zvýšíte tak jeho atraktivitu.

Proces zavedení CRM do firmy

1) Analýza potřeb zákazníka a návrh řešení

V prvním kroku se Vás zeptáme, co od zavedení CRM systému očekáváte a jaké jsou vaše potřeby. Zároveň zjistíme, jaký systém jste používali doposud. Na prvních konzultacích si ujasníme, jaké funkce a jak budete chtít využívat a jaké bude třeba individuálně upravovat. Následně pro Vás vypracujeme návrh řešení a nabídku.

2) Metodika práce se systémem

Nabídneme Vám metodiku práce, jak můžete potenciál SugarCRM využít na maximum. Ukážeme Vám ověřené postupy a zapracujeme Vámi využívané procesy.

3) Vývoj a úpravy na míru

V dalším kroku se již věnujeme vývoji Vašeho individuálního řešení. O procesu vývoje Vás průběžně informujeme.

4) Prezentace systému

Hotový systém Vám představíme a následně odladíme Vaše dodatečné připomínky.

5) Migrace dat

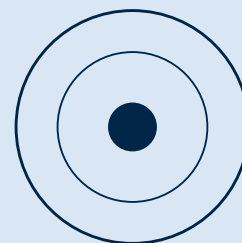
Je-li systém připraven a schválen, importujeme do něj Vámi nasbíraná data.

6) Školení práce se systémem

Vyškolíme Vaše klíčové zaměstnance tak, aby uměli předávat know-how využívání systému dále svým kolegům.

7) Kvalitní podpora

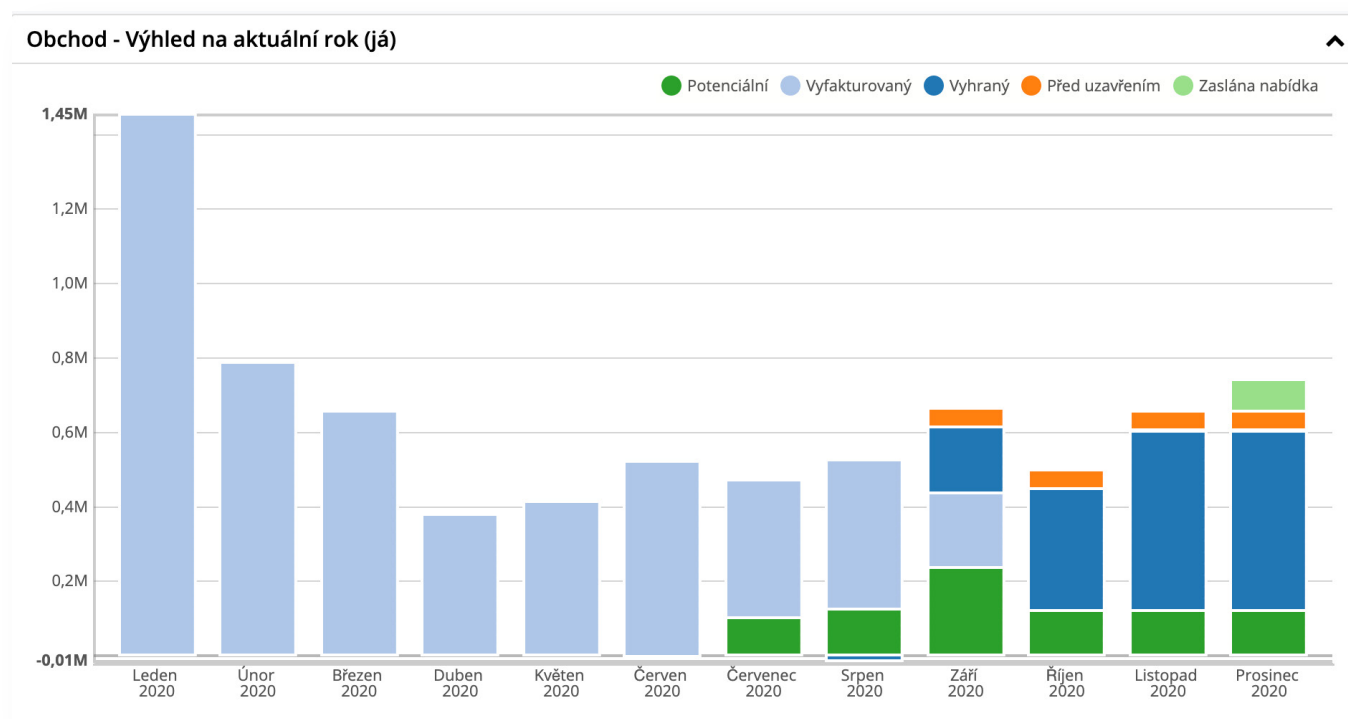
V počátcích se může objevit ne jeden problém a my jsme tu vždy pro Vás, abychom Vám poradili, doškolili Vaše zaměstnance či doladili nejrůznější komplikace.



Slovo závěrem

Doba excelových tabulek je dávno za námi a chcete-li, aby Vaše společnost rostla, je zkrátka potřeba jít technologicky kupředu. V této knize jsme Vám popsali, jak můžete potenciál CRM systému využít na maximum. Jednoznačné přínosy můžete vidět jak v budování vztahu se zákazníkem, tak v optimalizaci procesů uvnitř firmy.

Přestaňte tedy ztrácet čas náročnou administrativou a soustředte se na to, co je opravdu důležité – na zákazníka.



Screenshot systému sugarCRM

Slovníček pojmů

Účet

Jedná se o kontaktní informace zákazníka (společnosti či jednotlivce) nebo leadu. Jde o základní data, která jsou zdrojem pro veškeré další aktivity. Ať už se jedná o marketingovou kampaň, přímé oslovení obchodníkem nebo o následné kroky prodejního procesu.

Lead

Leadem nazýváme potenciálního zákazníka, který zareagoval na Vaši marketingovou aktivitu. Efektivním tříděním leadů zajistíte, že zákazníkovi nabídnete relevantní remarketing či nabídku. Lead můžete zadat ručně přes modul Leady, z webových formulářů nebo importem.

Kampaň

Pomocí e-mailové či telefonické kampaně oslovujete potenciálního nebo stávajícího zákazníka. V reportu kampaně pak přehledně vidíte její úspěšnost, tedy míru otevření, reakcí na telefonát či prokliků jednotlivých linků v e-mailech.

Příležitost

Příležitostí nazýváme obchodní případ v celém svém cyklu. Obchodní případ můžete rozdělit do libovolného počtu fází, které následně sledujete. Z těchto fází systém generuje procentuální pravděpodobnost dokončení obchodu. Příležitost je vždy vázaná na účet (tedy zákazníka).

Nabídka

Obchodníkům významně usnadní práci automatické generování nabídek. K dispozici máte několik předhotovených nabídkových šablon. Poptávaný produkt vyberete z katalogu produktů a ten jednoduše nahrajete do šablony. Hotovou nabídku pak můžete rovnou odeslat klientovi.



Smlouva

Automatizace probíhá i v případě vyhotovení smluv. I zde vybíráte z konfigurovatelných šablon. Jedním krokem můžete vygenerovat smlouvu přímo z nabídky. Technické specifikace předmětu smlouvy se automaticky vygenerují do její přílohy.

Faktura

Faktura může být automaticky vygenerována na základě nabídky. Ta je pak importována do Vašeho účetního systému.

Požadavky

Pomocí požadavků spravujete zákaznickou podporu či servis desk. Všechny požadavky zákazníků spravujete centrálně a potřebné informace se dostávají ke správné osobě. Na základě dat z požadavků zákazníků můžete zlepšit kvalitu svých produktů a porozumět problému zákazníka.



