

STINDUITE  
BPSC

Informatyczne  
Systemy  
Zarządzania  
Klasy ERP



CRM

# CRM

Umiejętność szybkiego i precyzyjnego rozpoznania potrzeb klienta oraz dostarczenie mu produktów i usług spełniających jego wymagania jest warunkiem sukcesu rynkowego każdej firmy. Aby jednak zrozumieć, czego oczekuje klient konieczne jest posiadanie odpowiednio zarządzanego zbioru informacji o rynku, klientach, konkurencji, a także działaniach własnego przedsiębiorstwa. Tylko na podstawie złożonej analizy tak powiązanych danych możliwe staje się przygotowanie oferty spełniającej oczekiwania odbiorcy i najbardziej efektywne zarządzanie relacjami z klientem.

System CRM wchodzący w skład pakietu **Impuls 5** jest rozwiązaniem, którego celem jest realizacja tego zadania. Aplikacja wspomaga i w pełni integruje działania z zakresu sprzedaży, marketingu i serwisu. Rejestruje przebieg wszystkich kontaktów z klientami i przechowuje wszelkie dokumenty związane z ich obsługą. Gromadzone w jednym miejscu informacje odzwierciedlają cały proces współpracy z klientem począwszy od rozmów handlowych, poprzez realizację zamówienia, po opiekę serwisową. Celem takiego ewidencjonowania danych jest pozyskanie jak najpełniejszego obrazu klienta i jego potrzeb, synchronizacja pracy wszystkich komórek mających kontakt z klientem oraz możliwość precyzyjnej oceny efektywności prowadzonych działań. Odpowiednie wykorzystanie posiadanej dzięki temu wiedzy umożliwia znacznie lepsze dopasowanie oferty do potrzeb klientów, stosowanie skuteczniejszych narzędzi marketingowych i ciągłą poprawę poziomu obsługi klienta.

Informacje zarejestrowane w systemie mogą być wprowadzane przez użytkowników, pochodzić z innych modułów pakietu **Impuls 5** bądź ze źródeł zewnętrznych. Aplikacja wyposażona jest w mechanizm prostego zapisywania różnorodnych załączników, którymi mogą być zarówno pliki, jak również np. adresy internetowe. Wbudowane kreatory formularzy i raportów pozwalają na rozbudowę większości formularzy oraz proste tworzenie dowolnych zestawień.

## Zarządzanie bazą klientów

Centralnym elementem systemu są **Karty Klientów**. Umożliwiają one rejestrację szeregu danych niezbędnych w procesie pozyskiwania i późniejszej obsługi klienta. Do podstawowych informacji gromadzonych na kartach klientów należą dane teleadresowe, informacje o rodzaju i formie prowadzonej działalności, dane osób kontaktowych i pracowników odpowiedzialnych za współpracę z klientem, jak również historycznie ujęte informacje na temat obrotów, zatrudnienia i osiąganego zysku. Szczególnie istotne dla efektywnego zarządzania bazą klientów są informacje dotyczące statusu i relacji danego klienta, które pozwalają na najszybszy podział klientów. W wyniku działań handlowych Karta Klienta uzupełniana jest o informacje dotyczące limitów sprzedaży, sposobów odbioru dokumentów czy też upustów i rabatów.

W systemie ewidencjonowane są również towary posiadane przez klienta - zarówno te, które zakupił, jak również otrzymane np. w związku z akcją promocyjną. W tym samym miejscu rejestrowane mogą być także towary konkurencji.

Jeżeli klient jest już kontrahentem w systemie **Impuls 5**, na Karcie Klienta widoczne mogą być aktualne dane finansowe - stan i saldo zadłużenia klienta w stosunku do firmy lub firmy w stosunku do klienta, wielkość obrotów z klientem, czy też wpływ i marża osiągana dzięki danemu klientowi. System pozwala także na rejestrację różnego rodzaju powiązań pomiędzy klientami. O tym, jakie dokładnie informacje znajdują się na Kartach Klientów decyduje sam użytkownik. Jeżeli zaistnieje taka potrzeba może on w każdej chwili zdefiniować własne, specyficzne dla przedsiębiorstwa kategorie danych i pola formularza.

Każda informacja zarejestrowana na Karcie Klienta może stanowić kryterium wyszukiwania danych i segmentacji klientów. W zależności od rodzaju informacji odbywa się to za pomocą prostych zapytań, filtrów, czy też z wykorzystaniem raportów. Dzięki tak przygotowanym narzędziom możliwe staje się efektywne zarządzanie bazą klientów, wychwytywanie w porę okazji rynkowych i skupienie działań na tej grupie klientów, która ma dla przedsiębiorstwa największą wartość.

W podobny sposób jak dane o klientach ewidencjonowane i analizowane mogą być również informacje o konkurentach i ich produktach.

Z poziomu Karty Klienta w prosty sposób przechodzimy do pozostałych elementów systemu, w których gromadzone są powiązane z danym klientem informacje handlowe i marketingowe: kontakty, akcje promocyjne, zamówienia, cenniki, badania marketingowe, zgłoszenia serwisowe itp. Uzyskanie szybkiej wiedzy o wszystkich działaniach w każdym z tych obszarów umożliwia tzw. **Historia Klienta**. Prezentuje ona w jednym miejscu wszelkie zdarzenia, jakie wystąpiły w całym procesie współpracy z klientem.

The screenshot shows a software window titled "Karta klienta 143 «Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe»". The interface is divided into several sections:

- Identifikacja:** Includes fields for "Kod klienta" (143), "Nazwa skrócona" (STAT OIL), "Pełna nazwa" (STACJA PALNIA STAT OIL), "Data utworzenia" (2001-01-22 11:28:11), "Wypadek" (BACA\_BPSC), "NIP" (648 000 14 21), "Region", "Poczt.", "Rozbój dokumentu dokumentu" (Dokumenty), "Numer dokumentu dokumentu" (00 53204545), "Data wydobycia dokumentu" (111), "Dokumenty" (Przebieg), "Przebieg" (Miano), and checkboxes for "Czy konkurent", "Czy konkurent z usług", "Czy konkurent", "Czy konkurent", "Czy konkurent", and "Czy konkurent".
- Adres:** Includes fields for "Kraj" (PL), "Polska", "PL", "Wymiarowanie" (PCHM010101), "Poczt.", "gdańsk", "Miejscowość" (GDANSK), "Dzielnica" (Zabrze), "Ulica" (Sierpowojska), "Nr domu" (123), "Nr lokalu", "Kod pocztowy" (80-718), "Poczt.", "Gdańsk", "Skrytka pocztowa" (40).
- Właściwości:** Includes fields for "Działek odpowiedzialny" (5 Adamiakiewicz, Andrzej), "Kod firmy wizerunku", "Strona" (Aktywny), "Relacja" (Dostawca), "Dostawca", "Dostawca", "Symbol towaru" (28 Inne), "Nazwa numer w karcie klienta", "Karta klienta" (1000: STACJA PALNIA MARMAN), "Usług" (Usług aktywny).
- Instalacje:** Includes a field for "Instalacje dane instalacyjne" (Instalacje).

At the bottom of the window, there are buttons for "Wzrost", "Zapisz", "Drukuj", "Nowy", "Zapisz", "Drukuj", and "Zamknij".

## Zarządzanie sprzedażą

Moduł **CRM** znacznie usprawnia i optymalizuje pracę handlowców. Ułatwia planowanie, organizowanie i analizę wszystkich działań zachodzących w procesie sprzedaży.

Kontakty z klientami mogą być realizowane według zdefiniowanego dla danej firmy **cyklu sprzedaży**. Zakładając nowy cykl handlowiec określa m.in. ilość i wartość towarów lub usług, jaką chce sprzedać klientowi oraz planowaną datę zakończenia rozmów. Informacje te wykorzystywane są później m.in. do prognozowania sprzedaży. W trakcie trwania cyklu rejestrowane są wszystkie kontakty z klientem, związane z nimi dokumenty, jak również informacje na temat działań konkurencji. W zależności od stopnia zaawansowania cyklu sprzedaży handlowiec decyduje, w jaki etap ustalonego schematu weszły negocjacje. Zamykając cykl podaje przyczynę jego zamknięcia i wynikające stąd wnioski. Kompleksowe dane na temat zdarzeń, które zaszły w danym cyklu sprzedaży umożliwiają dogłębną ocenę pracy handlowców, uwzględniającą np. częstotliwość spotkań z klientami i ich efektywność, jak również ocenę stopnia, w jakim produkty firmy spełniają oczekiwania klientów.

Współdziałanie z systemem finansowo - księgowym pozwala na ścisłą kontrolę kosztów wszelkich działań. Dogłębną analizie procesów sprzedaży służą ponadto zdefiniowane w systemie raporty kontrolne dotyczące np. ilości, rodzaju i jakości kontaktów z klientem w przedziale czasu, czy wartości i struktury sprzedaży.

Kod i nazwa	Nazwa towaru/usługi	Ilość	Jm	Wartość	Planowa wartość
130278	Zw/UTE/duNRK 130	1 677,000	1	70 000,00	9,00
130284	Zw/UTE/duNRK HEA 130	4 000,000	cał	45 000 000,00	9,00
130286	Zw/UTE/duNRK HEB 130	1 600,000	1	6 700 000,00	9,00
130292	Zw/UTE/duNRK HEA 140	700,000	cał	8 900 000,00	10,11
130291	Zw/UTE/duNRK HE 140	900,000	cał	90 000,00	10,00
130409	Zw/UTE/duNRK HEB 200	450,000	1	67 000,00	22,00

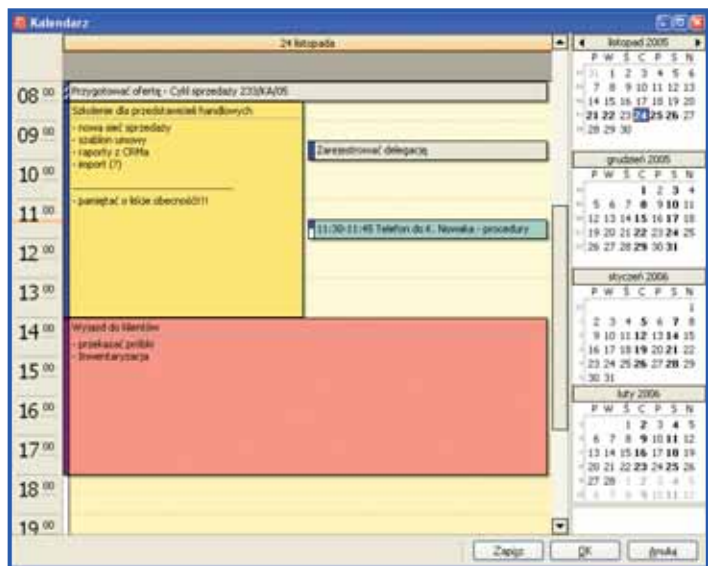
Narzędziem ułatwiającym organizację pracy działu handlowego jest w systemie **Kalendarz**, służący do rejestracji wszelkich informacji o planowanych spotkaniach, kontaktach i czynnościach do wykonania. Wpisy w kalendarzu mogą być tworzone ręcznie lub automatycznie, np. w związku z cyklem sprzedaży. Każdemu zadaniu możemy przypisać określony priorytet. Jeżeli użytkownik posiada odpowiednie uprawnienia może również dokonać wpisu do kalendarza innej osoby. Podobnie wygląda to w przypadku ustawiania przypomnień dotyczących zaplanowanych zadań, które użytkownik widzi w momencie zalogowania do systemu.

Kalendarz umożliwia również planowanie wykorzystania dowolnych zasobów (sprzętu, ludzi, kooperantów itp.). Czytelny układ graficzny umożliwia łatwy przegląd zadań w różnych układach - wg dat, wg osób, wg zasobów itp.

Dzięki integracji z programem MS Outlook handlowcy otrzymują narzędzie pracy, działające nawet bez podłączenia do firmowej bazy danych.

Harmonogram Zasobów jest z kolei narzędziem szczególnie przydatnym w firmach, w których w procesie sprzedaży odbywają się prezentacje produktów, wykorzystywany jest specjalistyczny sprzęt, sale pokazowe itp. Harmonogram umożliwia wówczas sprawdzenie dostępności potrzebnych zasobów i ich rezerwację.

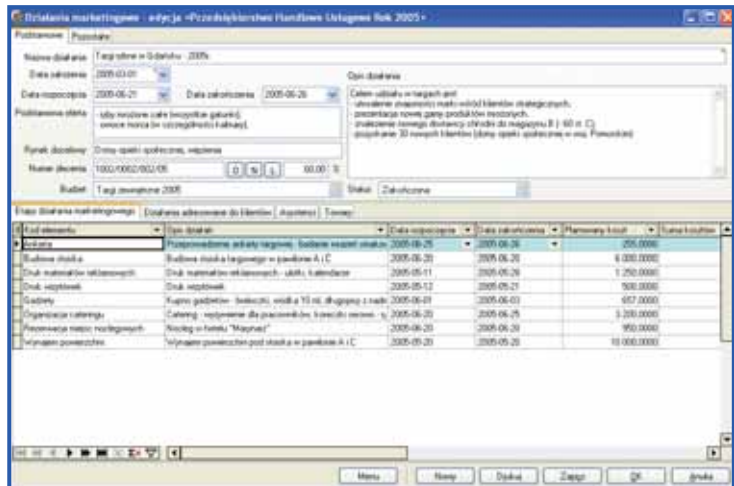
Informacje zgromadzone w systemie CRM stanowią podstawę prognozowania i planowania sprzedaży na poziomie całej firmy. W tym celu wykorzystywane są dane o planowanych promocjach, wynikach w latach ubiegłych, planach sprzedaży, sezonowości itp.



## Zarządzanie marketingiem

Wykorzystanie systemu w obszarze marketingu umożliwia przede wszystkim precyzyjne zaplanowanie i kontrolę **działań marketingowych**. Analiza zgromadzonych informacji ułatwia działania i identyfikację jego adresatów. Rozbudowany system segmentacji klientów pozwala na wybór grupy docelowej najlepiej odpowiadającej założeniom realizowanej akcji. System umożliwia np. stworzenie listy klientów przynoszących firmie największy zysk, zidentyfikowanie grupy generującej większość wpływów ze sprzedaży w danym okresie, czy też wyszukanie klientów z wybranego rejonu, z obrotami powyżej określonej kwoty. Każde działanie marketingowe składa się z etapów, dla których określamy m.in. czas trwania, budżet, zadania do wykonania i osoby odpowiedzialne za ich realizację.

Przeprowadzenie akcji marketingowych ułatwiają m.in. narzędzia do obsługi korespondencji seryjnej, zarówno w postaci tradycyjnej, jak i elektronicznej. System umożliwia dokładną kontrolę przebiegu kampanii i ewentualną weryfikację przyjętych założeń. Połączenie cyklu sprzedaży z konkretną akcją marketingową pozwala na oszacowanie jej efektywności. Możliwe jest m.in. uzyskanie informacji na temat stopy zwrotu z kampanii, realizacji budżetu i zaplanowanych terminów czy też kosztu pozyskania klienta. System pozwala także na zdefiniowanie formularzy sprzężenia zwrotnego, służących do prowadzenia badań marketingowych. Dzięki analizie uzyskanych informacji realizowane działania mogą być coraz skuteczniejsze.

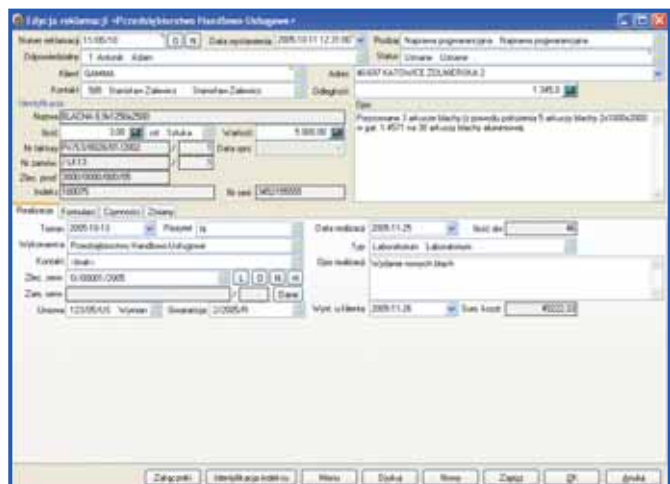


## Serwis

Kontakty z klientami nie kończą się z chwilą złożenia zamówienia. Warunkiem długofalowego sukcesu jest umiejętność utrzymania zadowolonego, lojalnego klienta. Służy temu prowadzenie efektywnej **opieki posprzedażowej i serwisowej**. System CRM pakietu **Impuls 5** w dużej mierze wspomaga te działania.

Aplikacja gromadzi wszystkie informacje na temat umów serwisowych i gwarancyjnych - rodzaj umowy, okres ważności, opłata, treść umowy itp. Umożliwia rejestrację zamówień, problemów serwisowych i reklamacji klientów oraz zapewnia nadzór nad ich realizacją. Reklamacje są ściśle powiązane z dokumentami sprzedaży lub zleceniami produkcyjnymi, a reklamowane wyroby mogą być rejestrowane z dokładnością do elementów struktur wyrobu. Integracja z systemem finansowo - księgowym pozwala na analizę kosztów reklamacji zarówno w kontekście danego klienta, jak również w odniesieniu do produktu bądź usługi.

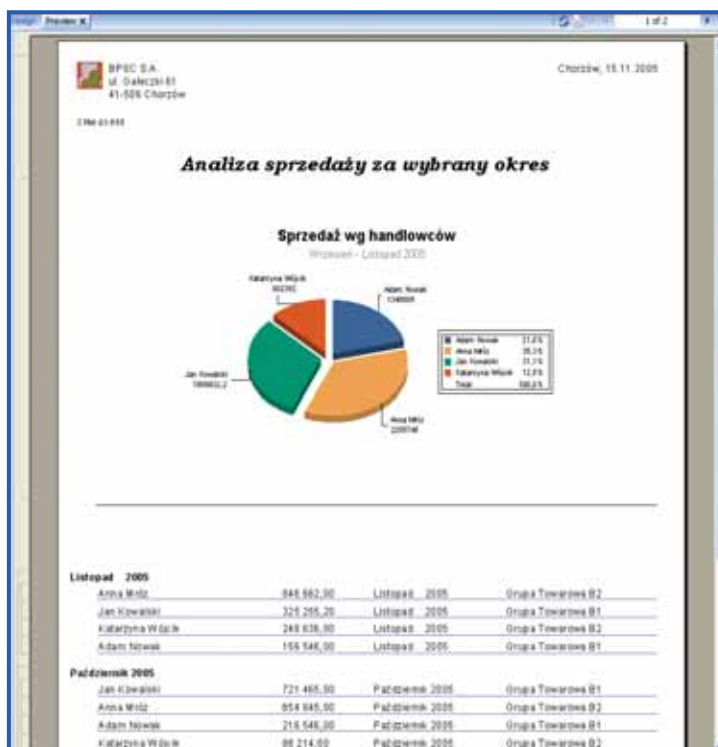
Program umożliwia także gromadzenie informacji o zaproponowanych rozwiązaniach problemów klientów. Tworzona w ten sposób baza pozwala na wykorzystanie w przyszłości dotychczasowych doświadczeń serwisowych i skrócenie czasu kolejnych kontaktów.



## Analizy

Precyzyjna analiza działań prowadzonych we wszystkich obszarach objętych systemem CRM odbywa się z wykorzystaniem szeregu zdefiniowanych w aplikacji **raportów**. Korzystając z **Kreatora Raportów** użytkownik może w prosty sposób stworzyć także własne zestawienia - od prostych zestawień z podstawowych tabel pakietu, po skomplikowane raporty analizujące dowolne połączenia danych. Każdy formularz systemu pozwala również w przyjazny sposób wygenerować zestawienie danych, oparte na informacjach aktualnie wyświetlanych. Do standardowych raportów dostępnych w systemie należą m.in.:

- Analizy kontaktów z klientem
- Analizy struktury i dynamiki bazy klientów
- Analizy sprzedaży
- Zestawienia służące do oceny pracy handlowców
- Analizy efektywności działań handlowych i marketingowych
- Analizy porównawcze konkurencji
- Analiza reklamacji oraz kosztów serwisu (np. ze względu na rodzaje i typy zgłaszanych wad, reklamowany asortyment, klienta)





Gala – klacz ocalona przez BPSC



BPSC SA 41-506 CHORZÓW ul. GAŁECZKI 61  
tel. 032 349 35 00  
www.bpsc.com.pl e-mail:bpsc@bpsc.com.pl