Reference: O2 Czech Republic a.s.

Supplier: LLP CRM s.r.o.

Product: Microsoft Dynamics 365

Field of activity
Telecommunications
Services

Web pages
www.o2.cz

Turnover
25 000 000 000 Kč

Activity description
O2 je největším integrovaným telekomunikačním operátorem na českém trhu. V současnosti provozujeme téměř osm milionů mobilních a pevných linek, což z nás činí jednoho z vedoucích poskytovatelů plně konvergentních služeb v Evropě.

Initial situation before CRM deployment
Stávající CRM Siebel nebylo schopno pokrýt jednotlivé agendy, obchodní procesy ani vztahy, což vedlo k vyřizování řady agend mimo CRM systém, nežádoucí komunikaci se zákazníky (např. kontaktování generálních ředitelů velkých korporací ohledně jejich spokojenosti s nabídkou služeb O2) a pomalým reakcím při přípravách nabídek. Firma se navíc potýkala i s občasnými úniky dat při účasti v tendrech u velkých zákazníků. Zároveň však firma hledala i takový CRM systém, který by byl schopen rychle reagovat na neustálé změny na trhu telekomunikačních služeb, ke kterým v posledních dvou letech na českém a slovenském trhu dochází, i na změny způsobené reorganizací, kterou si O2 Czech Republic po změně vlastníka prochází. Firma také věděla, že kromě samotného systému, potřebuje i silného partnera v oblasti obchodu, který by jí pomohl s redefinicí kategorizace zákazníků a optimalizací klíčových procesů.

CRM type
Sales management
Customer centre administration

Mobile application
No

CRM running environment
On own server

Server provision
I require provision

Number of CRM system users
More than 50 users

Budget for CRM
Over 1 mil. CZK

Language versions
Czech

Implementation country
Czech republic

Connection to existing systems
complete information system, orders management, reporting, e-shop

Porovnání CRM sytému
Hodnocení dodavatelů CRM
Aktuální novinky ze světa CRM.

Deployed solution

S přechodem na nový CRM systém totiž byla spjata i klíčová změna v obchodní logice, kvůli které O2 Czech Republic vyžadovala implementačního partnera se silným know-how v oblasti obchodu. Firma se totiž nově chtěla primárně zaměřit na řízení vztahů s konkrétními kontaktními osobami a nikoliv s jednotlivými subjekty. Kontaktní osoba taky nyní může figurovat ve více firmách (což se také zejména u korporátních zákazníků často stává), má přidělenu konkrétní roli (generální ředitel, obchodní ředitel, ředitel nákupu apod.), od které se odvíjí četnost a druh marketingových aktivit a při přechodu mezi společnostmi jí zůstává zachován Key Account Manager (KAM) i veškerá historie kontaktů a komunikace. Klíčovou inovací je také promítnutí informací o klíčových osobách i do databáze rezidenčních zákazníků. Kupříkladu generální ředitel významného zákazníka tak získává jinou péči i jako individuální osoba, která u sebe doma využívá internet a televizi od O2.

LLP Prague také pomohla O2 Czech Republic s novým nastavením segmentace zákazníků, pomohla definovat jednotlivé marketingové aktivity a rozšířit CRM systém i do oblasti marketingu a zejména oddělení péče o zákazníky, provedla rozsáhlý dovývoj nutný pro pokrytí velice specifických workflow a uživatelských práv a propojila CRM s bezpečnostním systémem, centrální databází Oracle, ERP systémem SAP a dvěma CRM systémy Siebel. Microsoft Dynamics CRM bylo navíc využito pro náhradu chybějících workflow v ostatních systémech, zejména CRM Siebel pro rezidenční zákazníky.

Benefits after deployment

• Finanční úspora ve výši 80 %
• Radikální zvýšení bezpečnosti dat díky funkci Skrytá oportunita, rozsáhlým úpravám nastavení uživatelských oprávnění i díky přímému propojení s bezpečnostním systémem společnosti
• Významné zvýšení kvality péče o firemní zákazníky a zákazníky ze státní správy díky zavedení rolí u kontaktních osob a jejich přímému promítnutí do marketingových aktivit i do aktivit centra péče o zákazníky.
• Významné zvýšení kvality péče o firemní zákazníky a zákazníky ze státní správy díky zpřístupnění veškerých potřebných údajů pracovníkům kontaktního centra v rámci jediného systému (přičemž KAM jsou informováni o tom, co jejich zákazník s centrem péče o zákazníky řešil).
• Výrazné zkvalitnění péče o konkrétní kontaktní osoby, které stojí v pozici business decision makera ve více společnostech (např. jednatel holdingu, který zároveň rozhoduje o nákupech telekomunikačních služeb u všech jeho společností se samostatnými smlouvami).
• Výrazné zefektivnění schvalování výjimek a individuálních slev, které je plně pokryto v Microsoft Dynamics CRM (včetně komplexních metrik sledujících profitabilitu jednotlivých nabídek a ve spolupráci s bezpečnostním systémem i analýzu případných rizik) a které dříve bylo prováděno nesystematicky a manuálně (doslova na papíru).
• Vysoká míra flexibility dosažená díky tomu, že si O2 Czech Republic může nově sama definovat a upravovat jednotlivá workflow, což v předchozím systému nebylo možné a byl to jeden z jeho klíčových nedostatků.
• Pokrytí chybějících workflow z ostatních systémů, která jsou všechna nově řešena nikoliv ručně, ale v prostředí Microsoft Dynamics CRM, a to systematicky, jednotně a hlavně s možností kdykoliv dohledat konkrétní schvalovatele a odůvodnění jednotlivých výjimek.

Porovnání CRM sytému
Hodnocení dodavatelů CRM
Aktuální novinky ze světa CRM.