

Reference: Wolters Kluwer ČR, a.s.

Supplier: kWare, s.r.o.

Product: Microsoft Dynamics 365 (onprem)

Field of activity

Education, human resources
Services
Retail, wholesale
Other

Web pages

<http://www.wolterskluwer.cz>

Turnover

100 000 000 Kč

Activity description

Nakladatelství právnické literatury v tištěné i elektronické podobě (data na CD i cloudová aplikace)

Initial situation before CRM deployment

Jednoduché, na zakázku vyrobené, avšak nedostačující a nevyužívané, CRM. Obchodníci měli informace roztržštěné na více místech, reporting jejich aktivit zabíral velkou část jejich času, a obdobně příprava podkladů pro jejich aktivity vyžadoval zbytečně velké úsilí. Hotlinové zásahy nebyly evidovány, takže nebylo možné reagovat na možné blížící se výpovědi zákazníků nebo se vyhnout nepříjemným překvapením na obchodních schůzkách. Stejně tak nebylo u zákazníků evidováno, které marketingové kampaně na ně byly vedeny.

CRM type

Sales management
Marketing activities

Mobile application

No

CRM running environment

On own server

Server provision

I require provision

Number of CRM system users

26 - 50 users

Budget for CRM

Over 1 mil. CZK

Language versions

Czech, Slovak

Implementation country

Czech republic, Slovakia

Connection to existing systems

stock system, production system, reporting



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Deployed solution

Jsou řešeny procesy:

- získávání nových zákazníků
- upsale a cross-sale u existujících zákazníků
- reporting pro management i běžné uživatele
- marketingová segmentace a vedení marketingových kampaní
- evidence hotlinových telefonátů
- evidence marketingových telefonátů.

CRM je napojeno na core system NAV - z NAV jsou přenášeny smluvní informace o zákaznících, jejich kontaktech a vzájemných vztazích, a jejich licencích a jím souvisejícím informacím. Uživatelé mohou do CRM zadávat všechny další informace:

- Obchodníci nebo marketingový pracovníci:
- dodatečné informace o zákaznících
- své osobní kontakty osoby u zákazníků
- obchodní příležitosti
- aktivity u zákazníků - schůzky, e-maily, telefonáty
- potenciální nové zákazníky
- Marketing:
- nové potenciální zákazníky pro oslovení
- provedené telefonní hovory marketingových kampaní
- zadávat úkoly obchodníkům
- Hotline pracovníci a pracovníci zákaznického centra:
- hotline zásahy (telefonní hovory)

Benefits after deployment

- efektivnější držení zákaznických informací - všechny jsou na jednom místě, takže obchodník se snadno připraví na schůzku, nebo si snadno sám připraví svůj obchodní plán. Zároveň informace nejsou v jeho vlastnictví, v případě problémů zůstávají ve firmě.
- méně úsilí pro řízení obchodníků - obchodníci do jednoho místa vykazují jejich činnost a vývoj jejich obchodních případů
- výstupy pro vedení společnosti jsou v přehledné formě a jsou automatizované
- výstupy pro obchodníky (jejich vlastní kontrola jejich činnosti, plánování schůzek, plánování up a cross salu) jsou automatizované
- marketingové, zákaznické i hotlinové oddělení sdílí stejné informace a ukládá je na stejné místo - tím je urychlen tok dat a úkolů mezi těmito pracovními skupinami a snížena chybovost. Obchodníci využijí marketingové a hotlinové informace a naopak marketing dokáže čerpat z obchodnických informací.



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.