

Reference: SEKO system s.r.o.

Supplier: D3soft s.r.o.

Product: CRM Leonardo

Field of activity

Retail, wholesale

Web pages

<http://www.sekosystem.cz>

Turnover

10 000 000 - 29 999 999 Kč

Activity description

Společnost SEKO system s.r.o. byla založena v roce 1998 se zaměřením na prodej a servis kopírovací techniky. Od roku 2000 rozšířili nabídku o prodej a servis prezentační techniky. Dnes mohou komplexně vybavit konferenční místnosti a přednáškové sály řídicími systémy a dalšími doplňujícími komponenty.

Initial situation before CRM deployment

Firma se nezabývá pouze vlastním prodejem, ale díky dobrému technickému zázemí zajišťuje jak záruční, tak i pozáruční servis. Se zákazníkem se snaží spolupracovat dlouhodobě a nabízet vysoký standard služeb po celém území ČR prostřednictvím smluvních partnerů. Tuto filozofii umí vhodně podpořit CRM systém, proto se majitel rozhodl pro implementaci CRM Leonardo Small Business.

CRM type

Sales management
Marketing activities
Service management

Mobile application

Yes

CRM running environment

On own server

Server provision

I require provision

Number of CRM system users

Under 10 users

Budget for CRM

Under 250,000 CZK

Language versions

Czech

Implementation country

Czech republic

Connection to existing systems

accountancy

Deployed solution

Prvotní nastavení bylo proto provedeno na základě vyplnění vstupního dotazníku a upřesňující vstupní schůzky. Instalace proběhla do 14 dnů od podpisu objednávky, včetně integrace na účetní systém. V následujícím období byla interně zavedena nová metodika řízení obchodu ve společnosti, zejména v oblasti akvizice nových zákazníků. Vzhledem k důležitosti této změny procesů byl nastaven kontrolní reporting upozorňující, jak je nová obchodní strategie naplňována obchodníky v praxi, přímo ředitelem a majitelem společnosti.



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Benefits after deployment

Hlavní přínosy:

- získat přehled o stávajících zákaznících společnosti – jejich nákupech, ziskovosti, potenciálu, kontaktních osobách a historii spolupráce
- rozdělit potenciální zákazníky mezi jednotlivé obchodníky
- sledovat, jak je potenciál jednotlivými obchodníky rozvíjen, zda je jejich aktivita správně cílena a nakolik je efektivní
- mít přehled o úspěšnosti jednotlivých produktů a efektivně řídit produktové portfolio
- podpořit řízení obchodníků, mít přehled o jejich úspěšnosti a plnění plánu prodeje



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.