

Reference: Whirlpool CR, spol. s r.o.

Supplier: LLP CRM s.r.o.

Product: Microsoft Dynamics 365

Field of activity

Services
Retail, wholesale
Production and engineering

Web pages

www.whirlpool.cz

Turnover

1 200 000 000 Kč

Activity description

Společnost Whirlpool vstoupila na český, respektive československý trh v listopadu 1991. Po rozdělení tehdejšího Československa se změnilo i působení společnosti, kdy kromě slovenského zastoupení vzniklo samostatné zastoupení Whirlpool CR v Praze. Rokem 1993 se tak datuje vznik české pobočky společnosti Whirlpool.

Initial situation before CRM deployment

V roce 2011 se Whirlpool rozhodl v České republice začít ve větší míře využívat přímý online marketing směrem ke koncovým zákazníkům. Zákazník, který by si například zakoupil novou pračku a využil by prodloužené záruky, by získal speciální nabídku na sušičku či prací prostředky. Majitel myčky s prodlouženou zárukou, která právě končí, by zase od Whirlpool dostal nabídku nové myčky nádobí i s přehlednými informacemi o tom, jaké nové funkce jsou nyní u myček Whirlpool k dispozici.

Freewarové nástroje nenabízely potřebné funkce.

CRM type

Marketing activities

Mobile application

No

CRM running environment

In cloud

Server provision**Number of CRM system users**

Under 10 users

Budget for CRM

From 250,000 to 500,000 CZK

Language versions**Implementation country****Connection to existing systems**

Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Deployed solution

Whirlpool si zvolil Microsoft Dynamics CRM Online a LLP Prague, která se v rekordním čase necelých dvou měsíců postarala o jeho úpravy na míru potřebám Whirlpool, implementaci i školení uživatelů. Důvodem bylo poskytnutí CRM jako služby bez požadavků na vlastní infrastrukturu.

Dalším krokem byla plná automatizace systému obsluhy prodloužených záruk, které má na starosti oddělení servisu. Ty fungují tak, že zákazník má buď k dispozici voucher, který když registruje na webu společnosti, tak získává prodlouženou záruku bezplatně, anebo si může prodlouženou záruku přímo u Whirlpool přikoupit.

Benefits after deployment

Jakmile bylo dokončeno pročištění údajů o zákaznících, mohlo marketingové oddělení začít nový nástroj naplno využívat. A výsledky, které přinesla možnost detailní segmentace zákazníků a tím pádem i lepšího cílení newsletterů, byly opravdu přesvědčivé. Počet prokliků oproti dřívějším, více méně obecně zacíleným, kampaním se zvýšil o 30 %.

Microsoft Dynamics CRM Online navíc přineslo i možnost sledovat následnou aktivitu zákazníků na webu společnosti a tím i jejich zájem o jednotlivé produkty. Výsledky z prvních týdnů provozu v marketingovém oddělení české pobočky Whirlpool byly natolik přesvědčivé, že se firma ve spolupráci s LLP Prague rozhodla systém rozšířit o další funkce a do dalších oddělení.

Dalším krokem tak byla plná automatizace systému obsluhy prodloužených záruk, které má na starosti oddělení servisu. Ty fungují tak, že zákazník má buď k dispozici voucher, který když registruje na webu společnosti, tak získává prodlouženou záruku bezplatně, anebo si může prodlouženou záruku přímo u Whirlpool přikoupit.



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.