Reference: KARPEM a.s.

Dodavatel: kWare, s.r.o.

Produkt: Microsoft Dynamics 365 (onprem)

Obor podnikání
Auto/moto, doprava a logistika
Maloobchod, velkoobchod
Stavebnictví

Webové stránky
www.karpem.cz

Obrat
500 000 000 - 999 999 999 Kč

Popis činnosti
Prodej stavebního materiálu malo i velkoodběratelům, včetně dovozu na místo určení; projektové, řemeslné i stavební práce - novostavby i rekonstrukce, mezinárodní autodoprava.

Výchozí situace před nasazením CRM
Společnost řídila obchodníky a jejich obchodní příležitosti pomocí jednoduchých počítačových nástrojů typu Microsoft Excel. Informace o realizovaných obchodech byla evidovaná pomocí ERP systému Microsoft Dynamics NAV. Nicméně informace o potenciálních zákaznících či poptávkách zákazníků případně o ztracených příležitostech byly značně roztříštěné. Management společnosti neměl dostatečné informace k řízení obchodu ani pro realizaci marketingových kampaní. Neexistovala konzistentní evidence, na které společnosti byly zacíleny marketingové kampaně. Reklamace nebyly připojovány k ostatním zákaznickým informacím a neexistoval tedy jednotný společný pohled na zákazníky.

Typ CRM
Řízení obchodu
Marketingové aktivity

Mobilní aplikace
Ne

Typ provozu CRM
V cloudu

Dodání serveru

Počet uživatelů CRM
26 - 50 uživatelů

Rozpočet na CRM
Od 500 tis. do 1 mil. Kč

Jazykové mutace
čeština

Země implementace
Česká republika

Napojení na stávající systémy
kompletní informační systém, účetnictví, skladový systém, reporting

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

Nasazené řešení
Jsou řešeny procesy:

- Správa obchodních příležitostí
- Správa nabídek
- Nové prodeje stávajícím zákazníkům
- Získávání nových zákazníků
- Vedení marketingových kampaní
- Reporting pro management
- Reporting pro obchodníky

CRM je propojeno obousměrně s ERP systémem MS Dynamics NAV – v CRM jsou zadávány informace o potenciálních zákaznících, které jsou přeneseny do NAV. V případě úspěšného prodeje jsou smluvní údaje ověřeny v ERP systému NAV a následně přeneseny do CRM. Obchodníci do CRM zadávají veškeré aktivity, příležitosti a nabídky. Takové informace do NAV nepřechází. Informace účetní vznikají v NAV a jsou přenášeny do CRM. Obchodníci tedy mají přehled o všech zákaznických informacích, aniž by museli vstupovat do ERP systému:

- Kontaktní údaje
- Historie obchodních případů – úspěšných i neúspěšných
- Historie nabídek
- Historie schůzek, telefonátů, dopisů a emailů
- Zakoupené produkty, služby a související fakturaci (případně dobropisování)
- Realizované kampaně

Vedení společnosti a obchodníků má k dispozici:
- Sestavy na vyžádání nebo automaticky pravidelně rozesílané
o O prodejích celkově
o O výkonech jednotlivých obchodníků
- Emailové notifikace o významných událostech, např. vznik potenciálně vysoké obchodní příležitosti, nebo uzavření, či ztracení obchodní příležitosti

Přínosy po nasazení
- Zákaznické informace jsou spravovatelné z jednoho místa. Každý obchodník a vedoucí tedy vidí stejné údaje, snadno se orientuje. Je možná zastupitelnost mezi obchodníky.
- Obchodníkům se lépe pracuje se stávajícími zákazníky – ví s kým, kdy a o čem se bavili, jaké produkty kupovali nebo o jaké služby měli zájem
- Vedení má ucelený přehled o vývoji prodeje. Dokáže lépe odhadovat budoucí příjmy, a podle toho zvyšovat prodejní nebo marketingovou aktivity. Dokáže analyzovat vývoj v jednotlivých regionech a přesouvat tak obchodníky na potřebná místa.
- Vedení má ucelený přehled o výkonností obchodníků. Dokáže tedy s každým obchodníkem pracovat, nacházet jeho slabé stránky a zlepšovat je, nebo využívat silné.
- Historie zákazníků, jejich umístění v regionech a postupem času získaná znalost např. o obratu a jejich zájmů umožňuje přesněji je segmentovat a efektivněji cílit kampaně
- Reporting ze CRM systému šetří čas managementu i obchodníků – údaje jsou zpracovávané a odesílané příslušným pracovníkům pravidelně a automaticky.

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