

Reference: KCK Cyklospor-Mode s.r.o.

Dodavatel: CCV s.r.o.

Produkt: Dynamics 365 (dříve Microsoft Dynamics CRM)

Obor podnikání

Služby

Maloobchod, velkoobchod

Webové stránky<http://www.kckcyklospor.cz/>**Obrat**

400 000 000 Kč

Popis činnosti

Společnost KCK Cyklospor-Mode s.r.o. byla založena v roce 1991 jako specializovaný velko i maloobchod. Základním prodejním sortimentem jsou produkty vlastní značky FORCE a značky SHIMANO.

Výchozí situace před nasazením CRM

Listing produktů (jako helma, kolo, dres) byl nepřehledný, informace o listingu (důvod zařazení zboží, náklady na dopravu, atd.) byly nepředatelné, klíčová data byla nevyužitelná. Pro řešení procesu listingu zboží bylo rozhodnuto využít listing s pomocí CRM. Z CRM systému data tečou do e-shopu a jsou zdrojem pro související procesy.

Reklamacce - vyřizování reklamace na B2B portále nebyly dlouhodobě udržitelné. B2B zůstane dále jen rozhraním pro příjem reklamací a informování zákazníka. Interní procesy jsou v CRM. Jde o "Případy" v CRM.

Komunikace se zákazníky a dodavateli není na jednom místě. Není možné dohledat historii a aktuální stav komunikace.

Grafika - řízení spolupráce s grafiky není procesně ošetřené (je třeba zadávat priority, vědět, který obrázek je aktuální, jde o: potisky zboží, manuály, loga, obrázky pro webshop, atd.).

Typ CRM

Řízení obchodu

Marketingové aktivity

Řízení servisu

Správa zákaznického centra

Mobilní aplikace

Ano

Typ provozu CRM

Na vlastním serveru

Dodání serveru

Server již mám

Počet uživatelů CRM

26 - 50 uživatelů

Rozpočet na CRM

Více než 1 milion Kč

Jazykové mutace**Země implementace****Napojení na stávající systémy**

kompletní informační systém, reporting, e-shop



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Nasazené řešení

Je instalováno CRM on-premise, které je nad rámec standardu (obchod a marketing) specificky připravené pro:

- listing produktů
- řízení reklamací
- řízení činnosti grafiků.

Přínosy po nasazení

1. Efektivnější komunikace s dodavateli a zákazníky:
 - a. Komunikace je dohledatelná
 - b. Komunikace je na jednom místě
 - c. Komunikace je strukturovaná
2. Snížení chybovosti pracovníků zabývajících se produkty
3. Zlepšení zastupitelnosti pracovníků
4. Vyhodnocování dat zadaných do CRM (s pomocí nástrojů BI)



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.