

# CRM přináší

jasně definovanou, transparentní  
a doložitelnou

# návratnost investice



Firmy dnes mnohem víc než dříve musí zvažovat, které ze svých rozvojových projektů budou realizovat, a které potlačí. Je to dáno také tím, že je zcela jinak hodnoceno riziko a zvyšují se požadavky na ziskovost investic. Jednou z oblastí, která i přes současnou krizi vykazuje solidní dynamiku, jsou systémy pro řízení zákaznických vztahů – CRM. Proč právě CRM? Na to jsme se zeptali Davida Františka, manažera divize podnikových řešení společnosti Microsoft.

## Proč by dnes měly firmy investovat do oblasti CRM?

Tuto otázku bych si dovolil s trochou nadšákou zcela otočit – zeptejme se spíše, proč by firmy neměly v této ekonomicky složité době investovat právě do oblasti řízení vztahů se zákazníky? Domnívám se, že odpověď je poměrně jednoduchá. Pro ekonomicky turbulentní období je typické, že se společnosti zaměřují primárně na oblast pevného řízení nákladů, snižování investic a optimalizaci finančních toků. Tato přirozená reakce na měnící se vnější podmínky je samozřejmě v pořádku. Zkušenosti velmi úspěšných firem však dokládají, že zejména v takovém období je více než kdy jindy nutné se zaměřit na expanzi a rozvoj zákaznické báze. Nestačí ovšem spoléhat jen na pouhé zintenzivnění stávajících zákaznických vztahů a použití zaběhlých postupů. Je potřeba

nasadit účinné nástroje a technologie, které firmám pomohou těchto cílů dosáhnout. Právě řešení řízení vztahů se zákazníky přináší společnostem efektivní možnosti, jak sledovat, analyzovat a následně správně využívat informace o svých zákaznících s cílem maximalizovat příjmy či zvýšit loajalitu zákazníků. CRM systémy krom toho významně pomáhají i směrem dovnitř do firmy. Umí například automatizovat rutinní, opakované operace a zavést účinné obchodní procesy. Mám-li to shrnout, hlavní přínosy CRM řešení vidím zejména v zaměření na existující zákazníky, nalezení a využití nových obchodních příležitostí, snížení provozních nákladů a zvýšení produktivity. A je-li řešení řízení vztahů se zákazníky správně naplánované a implementované, přináší jasně definovanou, transparentní a doložitelnou návratnost vložené investice.

## Jak provést úspěšnou implementaci CRM řešení?

Nejprve je nutno jasně definovat konkrétní potřeby a důvody implementace. Řešení řízení vztahů se zákazníky není samospásitelné a jeho nasazení v konkrétní situaci je vždy nutno důkladně přizpůsobit konkrétnímu odvětví a potřebám společnosti.

Velmi důležité je otevřeně nastavit konkrétní očekávání a přínosy, kterých plánujeme dosáhnout, a jasně formulovat cíle implementace. V případě CRM velmi často platí, že nasazení řešení není pouze o technologii, ale zejména o změně procesů, myšlení a jednání lidí. Nutnou podmínkou úspěchu je proto motivace a přesvědčení pracovníků firmy o úspěchu projektu a jejich průběžné zapojení.

Samostatnou kapitolou je potom výběr implementačního partnera. Zde chci jen upozornit na to, že oblast řízení zákaznických vztahů je velmi specifická a vyžaduje speciální znalosti a kompetence na straně implementační společnosti. To platí nejen pro oblast obchodních a marketingových procesů, technologie samotné, ale i pro specifické odvětvové znalosti. Společnostem, které se pro systém řízení vztahů se zákazníky rozhodnou, doporučujeme vždy velmi důkladně zvážit zkušenosti, znalosti a reference firem, které implementace nabízejí.

## Jaké přínosy ze zavedení CRM řešení budou mít jednotliví zaměstnanci a celá firma?

Jak jsem již uvedl, přínosy CRM vidím jak na straně příjmové, která představuje zvýšení příjmů realizovaných ze stávajících i nových obchodních příležitostí, tak i na straně nákladové v podobě nižších provozních nákladů a vyšší produktivity. Mezi další přínosy můžeme zařadit i dostupnost potřebných informací pro řízení a rozhodování, přizpůsobivost řešení konkrétním potřebám a procesům zákazníka, široké možnosti použití (hostované i tradiční „in house“), mobilní přístup, možnost vzdáleného připojení, snadná škálovatelnost, přirozené propojení na další produkty Microsoftu, jako Office, portálová řešení apod.

Co je pro naše řešení velmi zásadní, je typicky vysoké přijetí a využití ze strany běžných uživatelů, což není u mnoha tradičních CRM řešení běžné. Celkově jsme schopni s pomocí našeho řešení prokázat skvělý poměr cena versus výkon. ■

-red-