



...real time CRM

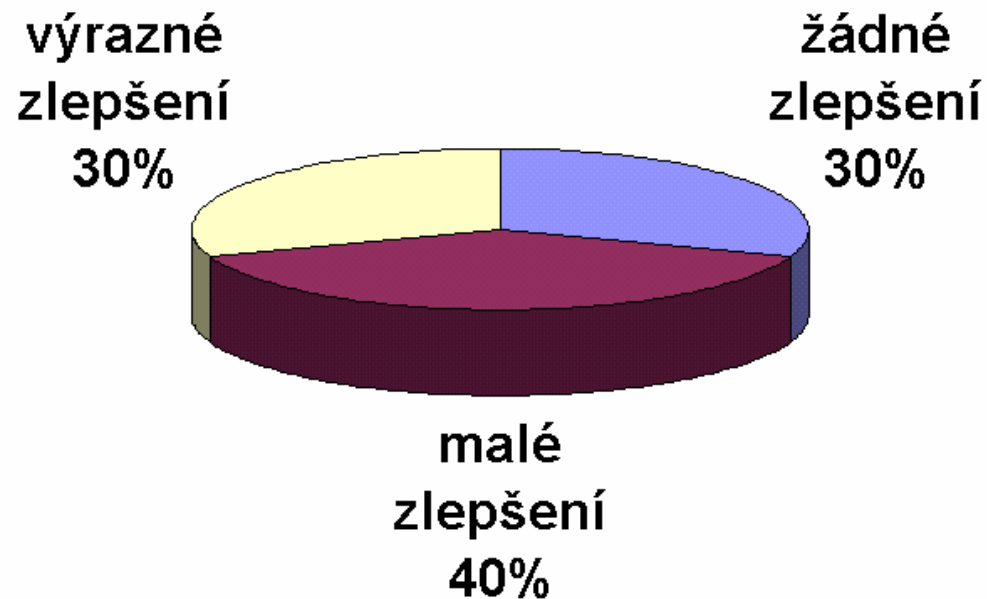
CRM systémy



Ing. Jan Bízík

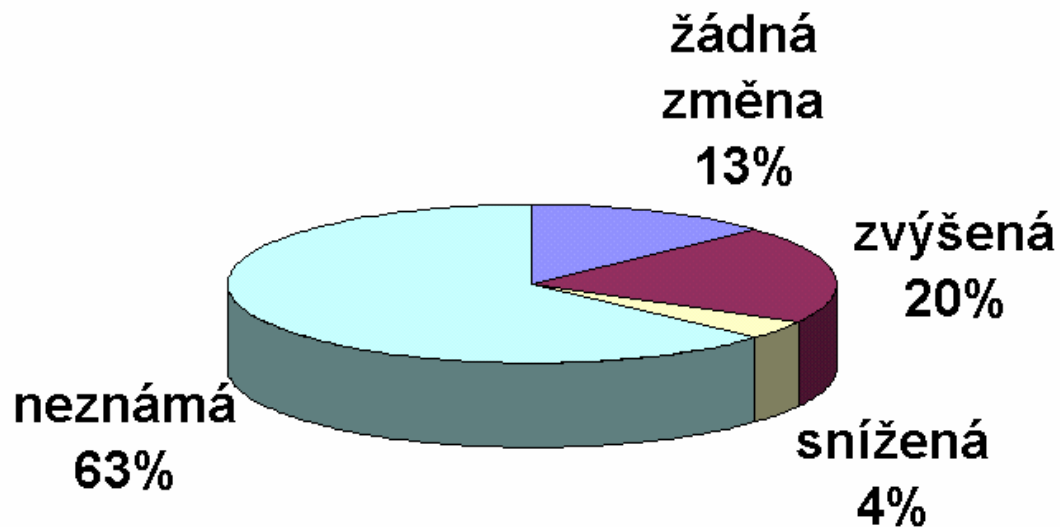
© Invite CRM 1/2007

Výsledky projektů CRM vůči očekávání



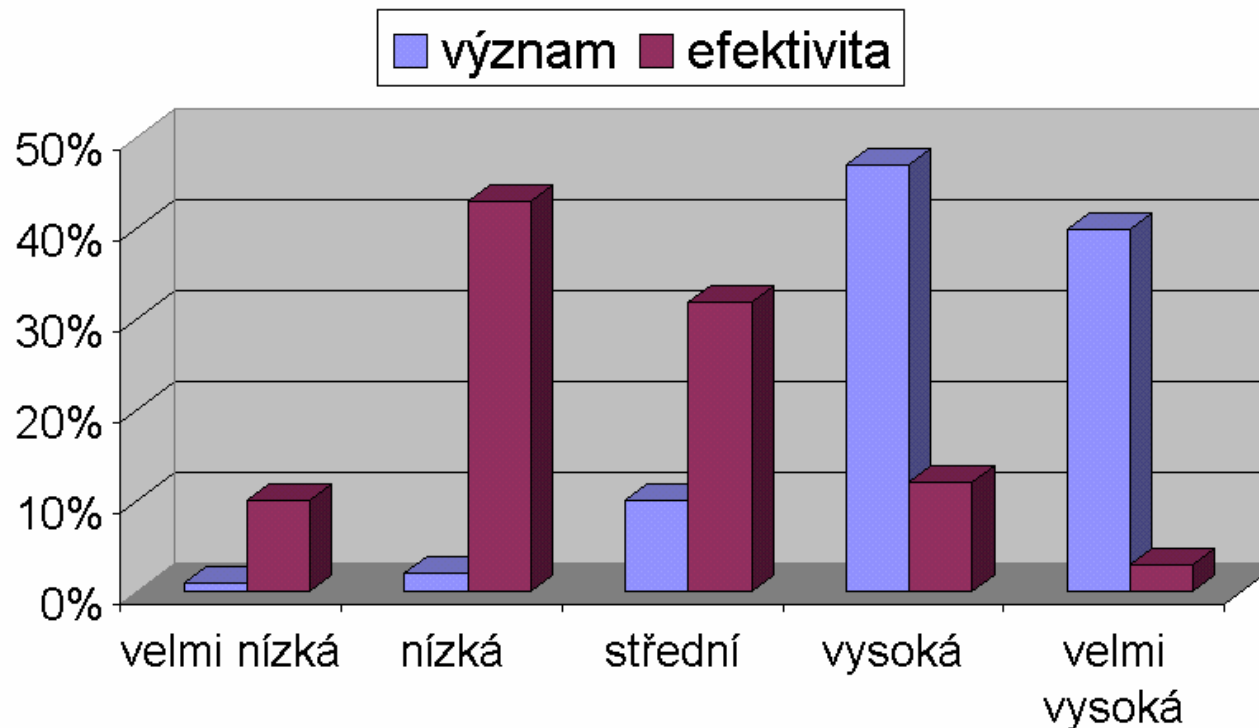
eCRM in Europe: Hype or Reality, Chordiant, 2000

Změna v ziskovosti zákazníků od implementace CRM řešení



eCRM in Europe: Hype or Reality, Chordiant, 2000

Význam technologií při vytváření vztahů se zákazníky



eCRM in Europe: Hype or Reality, Chordiant, 2000

Jak vybírat CRM systém...

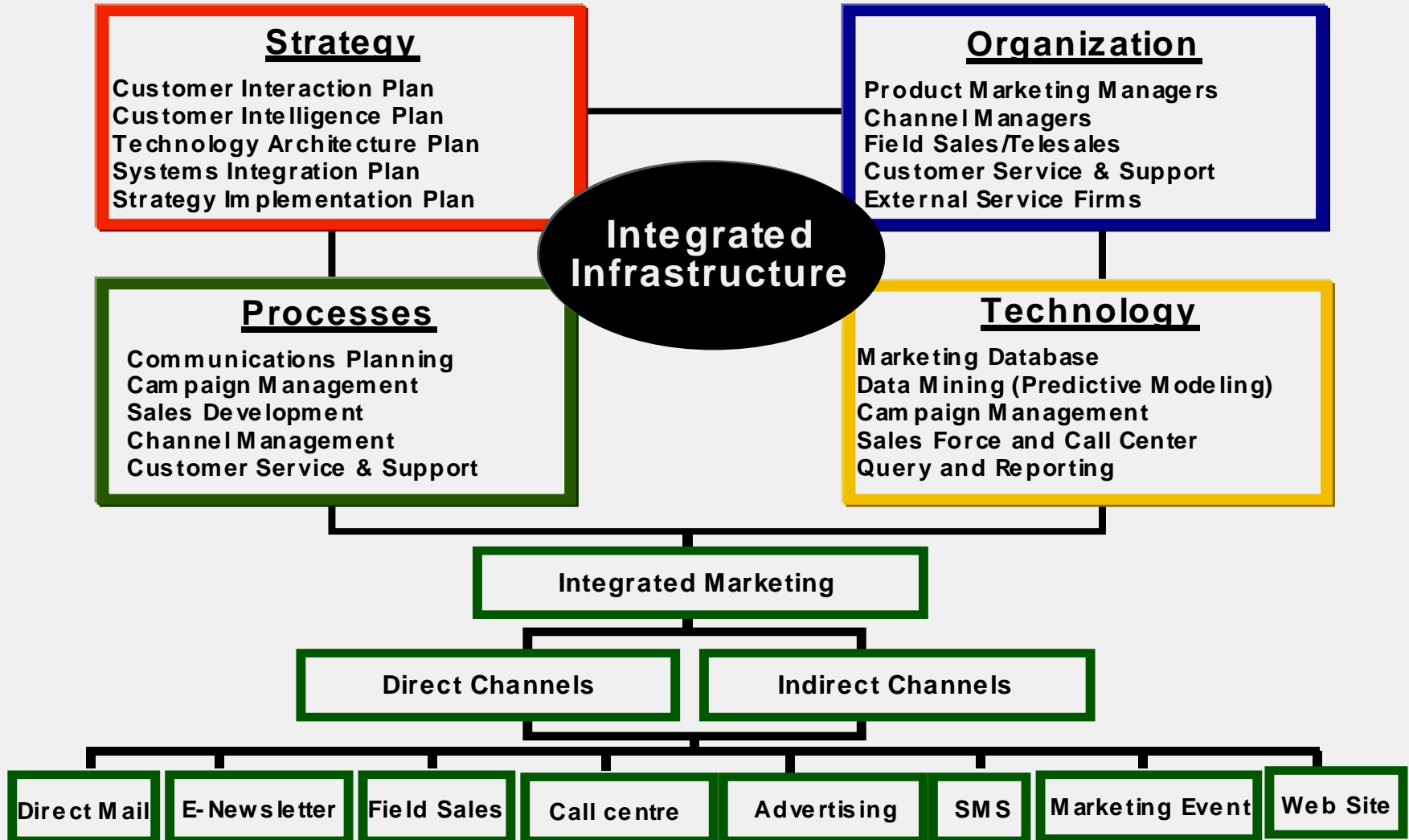
- Přes 70% implementací CRM systémů končí špatně – proč? Většina systémů vykazuje některé z následujících problémů
- Příliš drahé – VELKÉ systémy – pro většinu firem nedostupné
- Nekonzistentní data management (pořízení, čištění, sdílení,...)
- Špatné, složité datové modely
- Částečně funkční (zaměřené na DB, komunikaci nebo analýzy)
- Příliš mnoho nedostatečně integrovaných systémů
- Malá akceschopnost systémů (příliš zdlouhavé, příliš složité)
- Velmi nízká uživatelská příjemnost, nedostatečné metodické vedení
- Chybí podpora vícevrstvé struktury
- ...

Možnosti CRM řešení

- Řešení založené na ERP/obchodních modulech, většinou dodávané jako rozšíření základního systému
 - Omezená CRM funkcionalita, většinou nulová komunikační funkcionalita
 - Většinou vysoká cena díky dodávce ze zahraničí, omezená nebo příliš drahá možnost personalizace
- Velká korporátní řešení – Siebel, SAP, Oracle, PeopleSoft
 - Výborná CRM funkcionalita – především DB, velmi omezená komunikační funkcionalita (většinou jen napojení na call centrum)
 - Velká pořizovací i administrační náklady (odhadovaná pořizovací cena v řádech 10 mil. Kč), dlouhá doba implementace, omezená možnost parametrizace
- MS Office řešení (rozšíření Outlooku)
 - Velmi omezené CRM a DB funkce stejně jako komunikační možnosti
- ASP řešení
 - V poslední době velký vývoj díky rozšíření, zabezpečení a rychlosti internetového připojení, rozsáhlé možnosti komunikace (web, email v základu, zřídka, SMS, masová komunikace)
 - Velká flexibilita, dostupnost a možnost sdílení dat', snadná rozšířitelnost a škálovatelnost
 - Relativně rychlá a snadná implementace, nízké pořizovací a administrační náklady

Customer Relationship Management

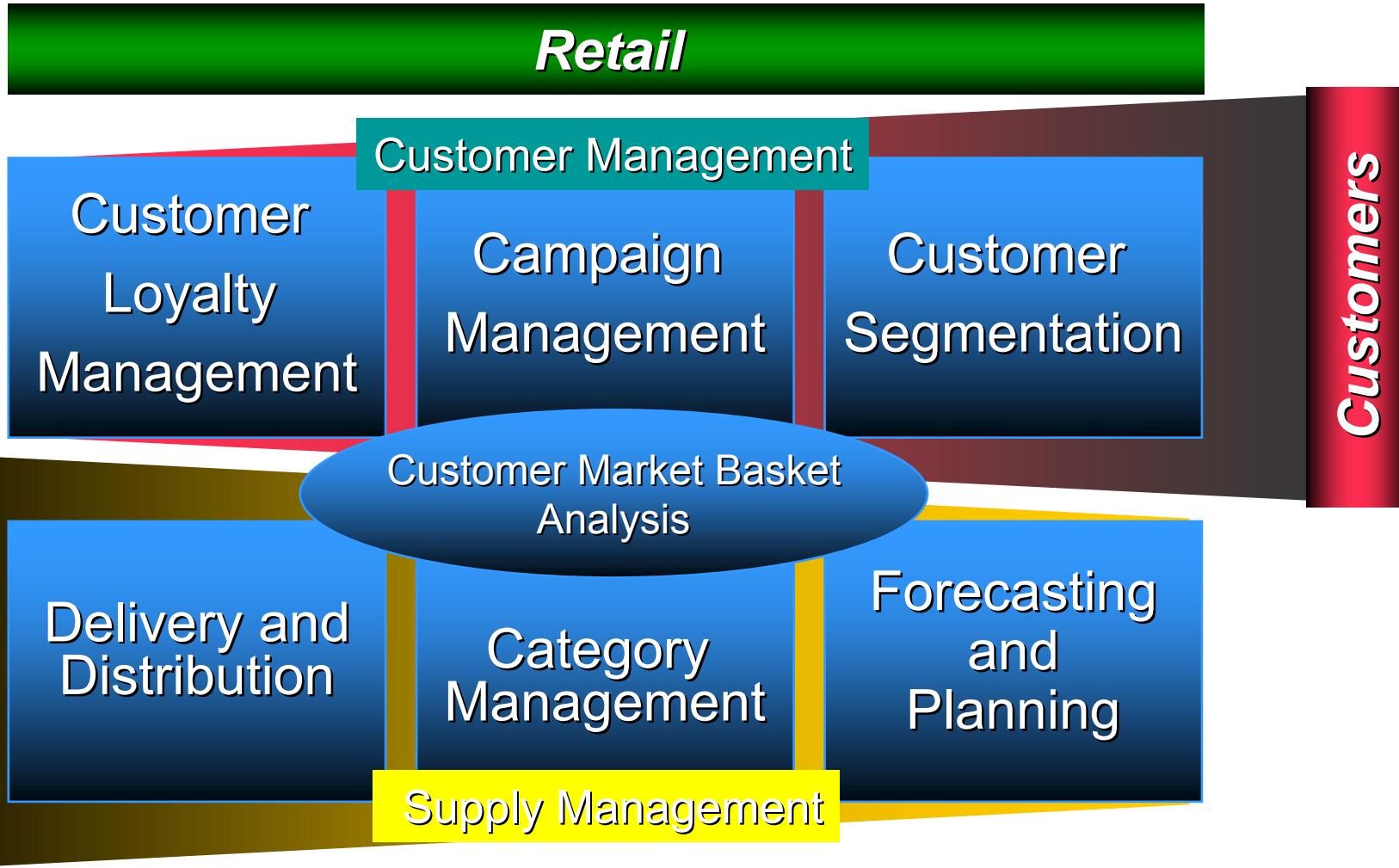
Integrated Infrastructure



Oblasti informační podpory CRM

- Data gathering – touch points (billing, CIC, web, field, store, 3rd party)
- Data cleansing and integration
- Data warehousing
- Data mining
- Customer value modelling and profiling
- Customer segmentation
- Propensity modelling
- Churn prediction
- Tarif modelling
- U&A modelling
- Campaign management
- Content management
- Customer contact and claim management

Oblasti systémové podpory retail CRM



Součásti informačního systému CRM

Architecture blocks necessary for customer data exploitation i.e. for final profitability

Front Office

EPOS Terminal

POS System

Telephone

Mobile

Web

Customer Market Basket Analysis

Purchasing and Distribution

Forecasting and Planning

Category Management

Customer Segmentation

Campaign Management

Customer Loyalty Management

Integrated information

Logistics

Stock management

Back Office

POS System

Others

Accounting /GL

HR

Suppliers

Customers

Organizační struktura nutná pro CRM

- Sponzor majitel nebo CEO!!!
- CRM manažer – součást top managementu, ideálně reportující přímo CEO/majiteli
- Segment manažeři – zodpovědní za hodnotu pro svůj segment – pokrývají celý value chain, odměňování podle finančních výsledků segmentu
- Produkt manažeři pracují na zakázku segment manažerů, ostatní zaměstnanci marketingu plní support funkce – „marketing services“ – může být outsourcing
- Další support funkce pracují na zakázku segment manažerů – IT, procesy, finance ad.
- Marketing manažer zodpovědný za top/portfolio strategie – CRM strategie je součástí korporátní/marketingové strategie