

A man in a dark suit and tie is looking down with a stressed expression, his hand resting on his forehead. The background is a blurred office setting with blue lighting.

**■ Czy potrzebuję
rozwiązania
typu CRM?**

W dzisiejszych czasach prawie każda firma posiada aplikacje, gdzie przechowywane są dane o potencjalnych i obecnych klientach, partnerach, spotkaniach, produktach, usługach i ofertach, ale czy zapewniają łatwą obsługę i szybki dostęp do potrzebnych danych oraz możliwość wymiany informacji ze współpracownikami?

Który z poniższych przykładów najlepiej opisuje sytuację w Państwa firmie?

➤ BRAK JEDNEGO I WIARYGODNEGO ŹRÓDŁA DANYCH

Dane o potencjalnych i obecnych klientach, ofertach, spotkaniach i zamówieniach przechowywane są w różnych niezintegrowanych ze sobą źródłach od systemów finansowo-księgowych, poprzez Outlook, Excel, Access do dokumentów papierowych. Dotarcie do informacji jest czasochłonne i żmudne.

➤ SŁABY PRZEPŁYW INFORMACJI WEWNĄTRZ FIRMY I BRAK KOORDYNACJI DZIAŁAŃ

Kilka osób obsługuje klienta, ale nie zawsze na bieżąco informacje o kontaktach i ustaleniach trafiają do pozostałych osób, co utrudnia działanie i wprowadza wiele nieporozumień.

➤ BRAK CAŁOŚCIOWEGO WGLĄDU W SYTUACJE I ANALIZY NA BIEŻĄCO

Przeważnie raporty okresowe wystarczają, ale czasami trzeba stanąć na głowie, żeby dostarczyć w danej chwili informacje. Nie ma po prostu możliwości wygenerowania zapytania w systemie bez pomocy informatyka.

Niekiedy należy dokonać analizy produktów, reprezentantów handlowych czy klientów pod względem rentowności a następnie trzeba wyciągnąć wnioski i zmodyfikować strategię sprzedaży, ale bez systemu z wiarygodnymi danymi nie jest to możliwe.

➤ BRAK AKTUALNYCH INFORMACJI POZA FIRMĄ

Czasami zdarza się, że pilnie potrzebna jest istotna informacja tuż przed lub w trakcie spotkania z klientem. Bez dzwonięcia do firmy z nadzieją, że ktoś będzie mógł nam udzielić informacji, nie jesteśmy do końca przygotowani do rozmowy z klientem.

■ JAKICH KORZYŚCI MOŻNA OCZEKIWAĆ PO WDROŻENIU CRM?

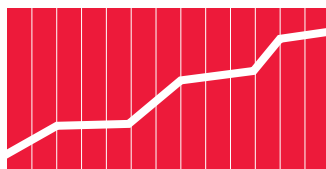
Konkretne korzyści w dużej mierze zależą od sytuacji firmy i celów stawianych projektowi. Generalnie od strony biznesowej po dobrym wdrożeniu systemu klasy CRM (ang. Customer Relationship Management) należy się spodziewać sprawniejszej organizacji, redukcji kosztów i wzrostu przychodów.

Zwiększenie wzrostu efektywności działania organizacji i wzrostu przychodów

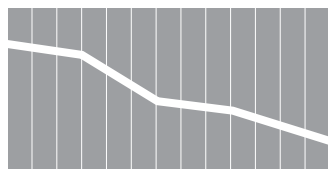
- Większa skuteczność działań handlowych i marketingowych (np. lepsza segmentacja, wiarygodna prognoza sprzedaży, itp.)
- Precyzyjne raportowanie i lepsze decyzje
- Lepsza obsługa klienta
- Zwiększenie zadowolenia klientów
- Lepsza współpraca i współdzielenie zadań oraz informacji

Redukcja kosztów

- Automatyzacja zadań (automatyczne powiadomienia i tworzenie zadań, szybkie tworzenie ofert, internetowe formularze samoobsługowe, przepływ pracy - workflow itp.)
- Szybki dostęp do informacji
- Zmniejszenie kosztów sprzedaży i obsługi klienta



Zwiększenie efektywności i przychodów



Redukcja kosztów

■ DLACZEGO SYSTEM MICROSOFT DYNAMICS CRM?

Microsoft Dynamics CRM 4.0 to w pełni zintegrowany system do zarządzania relacjami z klientami.

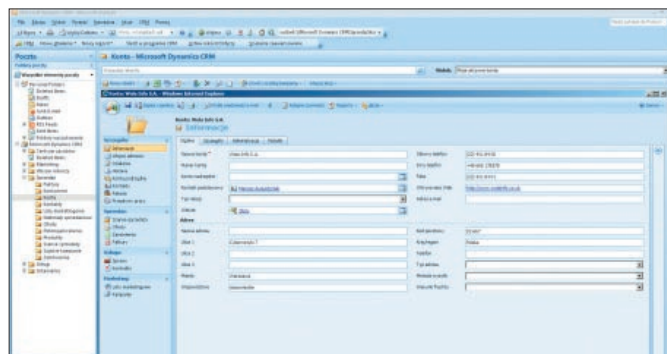
System Microsoft Dynamics CRM 4.0 umożliwia tworzenie i zachowanie przejrzystego obrazu relacji z klientem na wszystkich etapach, począwszy od momentu nawiązania kontaktu, przez sprzedaż, aż po późniejszą obsługę. W skład pakietu wchodzi narzędzia wspomagające sprzedaż, marketing i obsługę klienta.



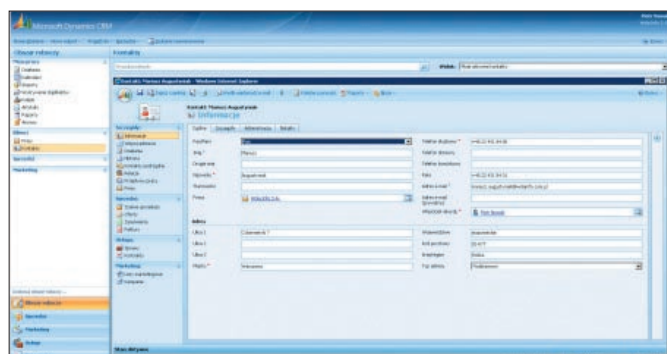
Funkcjonalność Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Microsoft CRM Dynamics 4.0. to intuicyjna i prosta w użyciu aplikacja. Użytkownicy mają do wyboru dwa sposoby pracy w systemie – z poziomu programu Outlook lub przeglądarki internetowej Explorer. Oba te interfejsy są powszechnie znane, co przekłada się na krótki czas szkolenia nowych użytkowników, a także wysoki poziom akceptacji systemu zapewniając udane wdrożenie.

Dzięki integracji z powszechnie wykorzystywanymi aplikacjami pakietu Microsoft Office, Microsoft Dynamics CRM to wyjątkowo efektywne i elastyczne rozwiązanie.



Przykładowy ekran Microsoft CRM dostępny z poziomu programu Outlook



Przykładowy ekran Microsoft CRM dostępny w przeglądarce Explorer

Microsoft Dynamics CRM 4.0 to:

- Bogata funkcjonalność i łatwość obsługi
- Integralna część Microsoft Outlook
- Integracja z pakietem Microsoft Office (Word, Excel)
- Praca mobilna dostępna w standardzie (offline i online)
- Rozbudowane raportowanie i analizy
- Elastyczność pozwalająca na dostosowanie aplikacji do potrzeb
- Prosta parametryzacja systemu
- Możliwość samodzielnej modyfikacji systemu
- Szybkie wdrożenie
- Pozytywny odbiór przez użytkowników
- Sprawdzone rozwiązanie: ponad 8 000 klientów i 200 000 użytkowników
- Nowoczesna technologia .NET oraz ciągły rozwój aplikacji przez firmę Microsoft

Marketing: dokładne, kompleksowe i aktualne informacje o klientach pozwalają podjąć trafne decyzje marketingowe

Segmentacja klientów w bazie danych pod kątem dochodowości, preferencji, potrzeb, pozwala opracować i prowadzić działania marketingowe zorientowane na precyzyjnie określonych grupach docelowych. Dodatkowo korzystanie z dostępnych narzędzi definiowania przepływów pracy tzw. workflow pozwala na skuteczne realizowanie kampanii. Specjaliści zajmujący się marketingiem mogą wykorzystywać oferowane przez Microsoft Dynamics CRM narzędzia do:

- segmentacji klientów
- planowania i prowadzenia kampanii
- analizowania i raportowania efektów wszystkich działań marketingowych
- współpracy przy obsłudze procesów związanych z kampaniami marketingowo – sprzedażowymi
- współdzielenia informacji
- usługi telemarketingu

Sprzedaż: więcej potencjalnych klientów i więcej udanych transakcji

Dostęp do kompletnych informacji o kliencie online lub offline, a także możliwość uzyskiwania przez specjalistów ds. sprzedaży dostępu w czasie rzeczywistym do zgłoszeń, identyfikowania możliwości sprzedaży wiązanej przyczynia się do szybszego finalizowania większej liczby transakcji. System Microsoft Dynamics CRM 4.0 oferuje następujące funkcje:

- zarządzanie relacjami z potencjalnymi klientami
- zarządzanie procesami handlowymi
- zarządzanie obszarami sprzedaży
- analizowanie i prognozowanie sprzedaży
- dostęp do danych w systemie przez urządzenia mobilne w trybie online i offline
- szybki dostęp do informacji o produktach, usługach, cennikach i ofertach

Obsługa klienta: zaproponuj klientom więcej

Możliwość szybszego reagowania na problemy klientów, podejmowanie działań z wyprzedzeniem, efektywna obsługa klienta na stałym, wysokim poziomie, przekłada się na zadowolenie klienta i dochodowość firmy w długim okresie. System Microsoft Dynamics CRM oferuje następujące funkcje:

- obsługa zgłoszeń
- zarządzanie kontraktami
- zarządzanie bazą wiedzy
- definiowanie przepływów pracy (workflow) między zespołami
- raportowanie i analizowanie świadczonych usług
- planowanie realizacji usług serwisowych

Raporty i analizy

Microsoft Dynamics CRM 4.0 oferuje bogate możliwości analizy i raportowania danych od prostych dostępnych z poziomu użytkownika tzw. widoków do zaawansowanych raportów przygotowanych w MS SQL Reporting Services.

Popularną opcją prezentacji danych zawartych w Microsoft Dynamics CRM 4.0 jest wykorzystanie Panelu (ang. Dashboard), który umożliwia wyświetlanie w jednym oknie systemu wielu raportów jednocześnie, przy czym każdy może mieć swój własny format. Prezentacja danych w takiej formie jest szczególnie cenna dla kierownictwa, gdyż umożliwia zobrazowanie w formie graficznej kluczowych wskaźników funkcjonowania organizacji i ocenę stanu faktycznego.



Przykładowy raport typu Panel (Dashboard) w Microsoft CRM

Zgodnie z preferencjami i potrzebami analiza może być realizowana w raportach Excel zasilanych danymi bezpośrednio z systemu Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Raportowanie i analiza danych z Microsoft Dynamics CRM w MS Excel

Integracja i rozbudowywanie rozwiązania o dodatkowe elementy

Otwartość systemu i zastosowanie standardów technologicznych umożliwia integrację Microsoft Dynamics CRM 4.0 z innymi aplikacjami i budowę kompleksowych rozwiązań spełniających oczekiwania klienta.

Jednym z przykładów jest integracja z Microsoft SharePoint w przypadku potrzeby komunikacji z klientami poprzez portal internetowy, obsługę formularzy, ankiet i wniosków, a także automatyczne wysyłanie powiadomienia. Mechanizm workflow automatycznie może stworzyć i przydzielić zadanie odpowiedniej grupie osób w zależności od typu i czasu zgłoszenia, a także kategorii klienta.

Kolejnym przykładem jest integracja z infrastrukturą teleinformatyczną w środowisku Call Center, gdy istnieje potrzeba zapewnienia pracownikom pełnej informacji o klientach, a także automatycznej rejestracji połączeń wychodzących i przychodzących w Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Aplikacje Microsoft Dynamics CRM 4.0 można także zintegrować z systemami finansowo-księgowymi (ERP) działającymi w firmie zapewniając przepływ informacji i dokumentów finansowych takich jak np. faktury czy prowizje dla handlowców oraz partnerów.

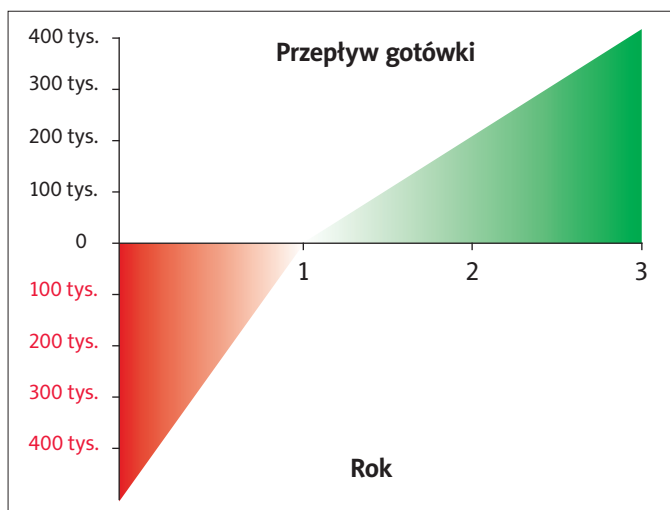
Warsztaty obliczania zwrotu z inwestycji ROI

Po wdrożeniu systemu CRM można liczyć na oszczędność czasu pracowników i kierownictwa w wyniku błyskawicznego dostępu do danych operacyjnych i raportów. Te i inne czynniki wpływające na zwiększenie przychodów i oszczędność kosztów można wyliczyć na podstawie indywidualnych parametrów firmy i szacunkowych kosztów wdrożenia za pomocą kalkulatora opracowanego dla systemu Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Po zebraniu podstawowych danych o kosztach i symulacji oszczędności przekonają się Państwo:

- Czy warto inwestować we wdrożenie systemu klasy Microsoft CRM?
- Ile wyniesie projekt wdrożenia rozwiązania Microsoft CRM?
- Jaki będzie czas zwrotu z inwestycji?

W celu umówienia terminu warsztatu obliczania zwrotu inwestycji w Państwa firmie, prosimy o wysłanie maila na adres mscrm@wolainfo.com.pl i wpisanie w temat „warsztat Microsoft CRM”.



Analiza wstępna - CRM Discovery

Wdrożenie systemu typu CRM jest dobrą okazją do przyjrzenia się jak funkcjonuje firma i zastanowienia się jak można skuteczniej realizować pewne zadania i obsługiwać kluczowe procesy przy pomocy nowoczesnego rozwiązania CRM.

Proponujemy przeprowadzenie kilkudniowej analizy przedwdrożeniowej wynikiem, której będzie odpowiedź na następujące pytania:

- Jakie korzyści może osiągnąć firma po wdrożeniu systemu klasy Microsoft CRM?
- Które procesy biznesowe będzie można usprawnić?
- Jaki jest koszt wdrożenia projektu?
- W jakim czasie nowy system może być uruchomiony w firmie?
- Jak będzie przebiegać wdrożenie?
- Jaki poziom zaangażowania pracowników będzie wymagany na etapie wdrożenia?

Wyniki analizy stanowią solidną podstawę do podjęcia decyzji o uruchomieniu projektu. Określenie kosztów oraz czasu wdrożenia pozwoli na lepsze przygotowanie się do projektu od strony finansowej i organizacyjnej.

W celu umówienia terminu i zapoznania się z warunkami analizy wstępnej, prosimy o wysłanie maila na adres mscrm@wolainfo.com.pl i wpisanie w temat „analiza Microsoft CRM”.



Wola Info SA
ul. Cybernetyki 7
02-677 Warszawa

Tel: +48 22 431 84 00
Fax: +48 22 431 84 01
email: wolainfo@wolainfo.com.pl
www.wolainfo.com.pl