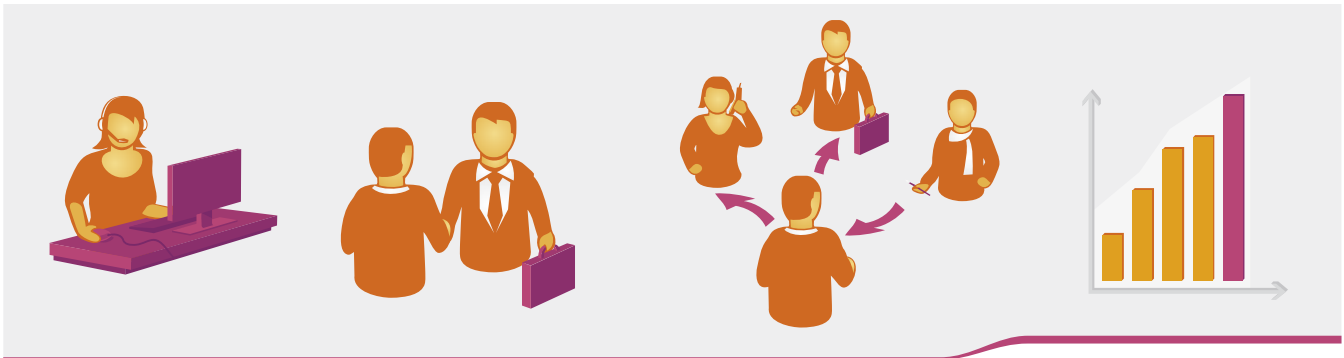


## CRM – Zarządzanie Relacjami z Klientami

CRM to narzędzie ułatwiające pozyskiwanie nowych oraz zarządzanie istniejącymi klientami, które znacznie usprawnia pracę dyrektora sprzedaży, jak i pracowników działu handlowego. Funkcjonalność CRM umożliwia tworzenie, nadzorowanie i ocenę efektów wieloetapowych kampanii skierowanych do klientów. Dzięki wykorzystaniu tego narzędzia firma profesjonalnie zarządza relacjami z klientami i zwiększa efektywność realizowanych kampanii marketingowych.



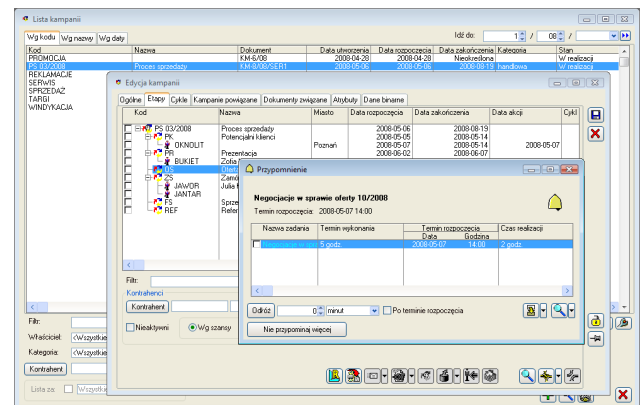
W systemie, dla każdej kampanii skierowanej do klientów można zdefiniować konkretny cel, przypisać budżet oraz określić ramy czasowe jej poszczególnych etapów. Za pomocą raportu dla kampanii można na każdym etapie jej realizacji śledzić terminowość przeprowadzanych akcji, stopień wykorzystania budżetu czy realizacji założonego celu.

Użytkownik może sprawdzić aktualny stan płatności, upomnień, historię transakcji, rezerwacji, zamówień i innych danych związanych z klientem. Do każdego kontaktu, zadania, konwersacji lub kampanii CRM oraz jej poszczególnych etapów możliwe jest przywiązanie dowolnej ilości dokumentów rejestrowanych w systemie. Pozwala to na szybki dostęp do informacji transakcyjnych związanych z daną sprawą wraz z analizą jej efektywności.

Osoba nadzorująca kampanię w każdej chwili może wygenerować raport dotyczący realizacji budżetu w zakresie kosztów, przychodów oraz osiągnięcia wyznaczonych celów ilościowych.

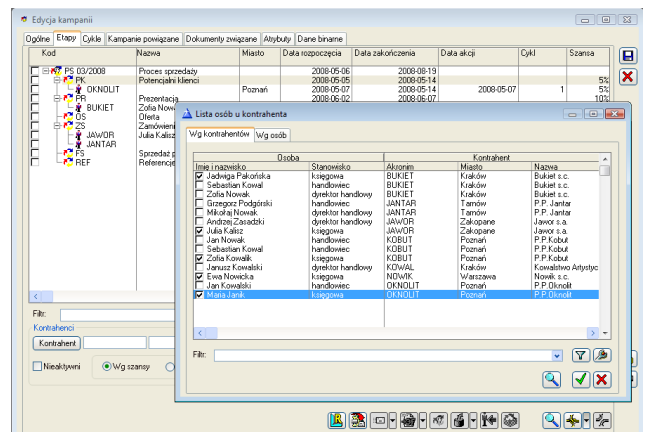
### Rys. 1

W różnego rodzaju prowadzonych kampaniach mogą uczestniczyć grupy kontrahentów, wybrani kontrahenci lub zdefiniowane po ich stronie osoby kontaktowe.



Rys. 1

Narzędzie pozwala planować i automatyzować procesy obsługi klienta a mechanizm przypomnień gwarantuje, że osoby odpowiedzialne są z wyprzedzeniem informowane o zadaniach do wykonania.



Narzędzie pozwala **planować i automatyzować procesy obsługi klienta** wraz z określeniem wartości i prawdopodobieństwa sukcesu transakcji. Uwzględniając różne konteksty działań można tworzyć m.in.: kampanie marketingowe, serwisowe, windykacyjne, **zarządzania projektem** oraz wizytami.

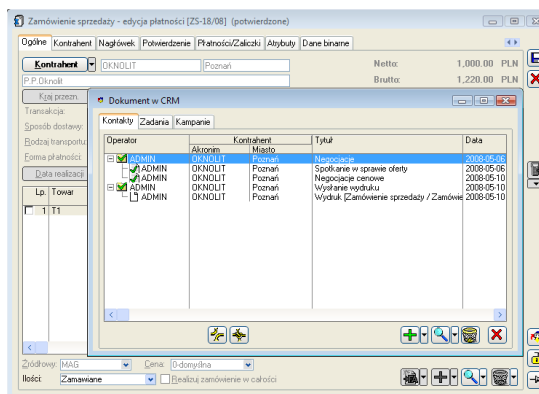
Zdefiniowane etapy kampanii mogą być rozbite na pojedyncze zadania, przydzielone poszczególnym operatorom. System umożliwia **automatyczne generowanie zadań**, ustalanie ich terminu w zależności od dostępności operatorów, którzy mają je wykonać oraz rezerwowanie na ich potrzeby dodatkowych obiektów koniecznych do ich wykonania, np. rzutnika, samochodu itp. Wszystkie zadania gromadzone są w **terminarzu pracownika**, a o konieczności ich wykonania system informuje pracownika z odpowiednim wyprzedzeniem.

Terminarz **pomaga w organizowaniu czasu pracy i zarządzaniu zadaniami**. System rejestruje czas wprowadzania notatki o kontakcie z klientem, co pozwala na tworzenie rozbudowanych analiz efektywności operatorów.

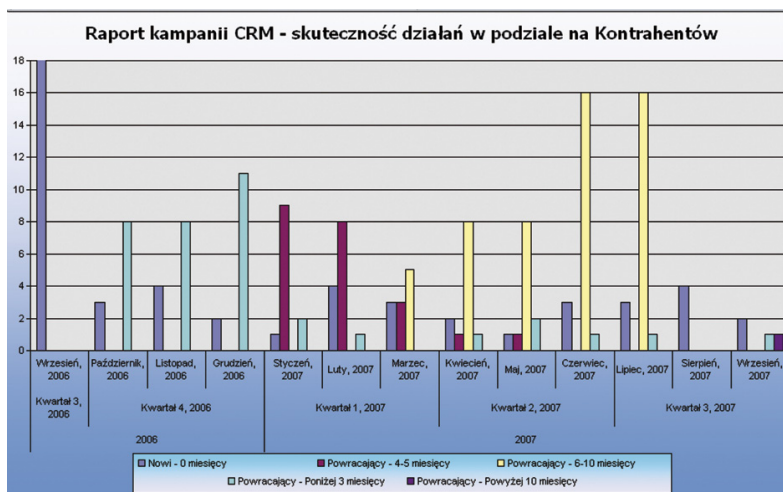
Funkcjonalność ankiet **umożliwia analizę odpowiedzi na pytania** w ramach wcześniej zdefiniowanych szablonów ankiet. Na podstawie zebranych informacji pracownik **może ustalić np. prawdopodobieństwo sukcesu** dla działań prowadzonych wobec danego kontrahenta.

Z poziomu każdego wątku CRM można skontaktować się z kontrahentem, czy konkretną osobą kontrahenta za pomocą wiadomości **e-mail** lub komunikatora np. **Skype** czy **GG**. Każdy taki kontakt zostanie **automatycznie zarejestrowany w systemie**, dzięki czemu, w każdej chwili operator ma wgląd w całość podejmowanych w związku z danym dokumentem działań.

Jedną z form pracy użytkowników modułu CRM jest praca zdalna. Poprzez stronę WWW udostępnione są podstawowe informacje o kliencie i możliwość rejestrowania niektórych operacji.



**Rys. 3** Informacje o kontaktach z klientem są dostępne w jednym miejscu dla wszystkich uprawnionych osób.



**Rys. 4** Osoba badająca efekty prowadzonych kampanii CRM, może swobodnie definiować kryteria, które posłużą do oceny jej skuteczności. Wizualizacja danych jest możliwa dzięki Business Intelligence.

Z poziomu interfejsu webowego mamy dostęp do takich funkcjonalności jak:

- terminarz pracownika,
- lista kontrahentów,
- podstawowe dane o kontrahencie, jego oddziałach i osobach,
- historia kontaktów z kontrahentem,
- historia działań prowadzonych wobec kontrahenta w ramach kampanii CRM.

Operator ma możliwość dokonywania pewnych operacji na wyżej wymienionych obiektach (definiowanie i wykonywanie zadań, rejestrowanie konwersacji z kontrahentem i innych operacji prowadzonych w ramach kampanii).