

Pivotal CRM pro SCHENKER CZ

Společnost Schenker, implementovala systém pro řízení vztahů se zákazníky Pivotal, který zajistil sdílení informací o všech typech kontaktů v rámci České republiky, zefektivnil vnitrofiremní komunikaci a standardizaci obchodních a marketingových postupů. Na přelomu let 2007 a 2008 dále proběhl upgrade CRM na aktuální verzi a přenastavení některých procesů tak, aby odpovídaly novému IT prostředí společnosti a novým systémům, které byly mezitím implementovány.

Veškerá zákaznická data lze porovnávat se skutečně realizovanými zásilkami, jejich profitabilitou a porovnat tzv. měkká data (péče, servis, marketing) a tvrdá data (skutečné obchodní případy). Samozřejmostí je možnost analýzy dat a důsledná kontrola proti datům obsažených v provozních systémech.

O firmě

Schenker je přední světový poskytovatel integrované logistiky a globálních spedičních služeb. Realizuje mezinárodní toky zboží mezi výrobními a obchodními subjekty, v Evropě prostřednictvím pozemních a v celosvětovém měřítku formou leteckých a námořních přeprav. Sesterská společnost Schenker s. r. o. nabízí kompletní spediční a logistický servis prostřednictvím kvalifikovaných spolupracovníků a sítě 19-ti pracovišť po celém území České republiky.

Implementace Pivotal CRM výrazně zjednodušila administrativu, která souvisela s reportováním nad zákaznickými daty.

Výchozí situace

Při správě své rozsáhlé logistické sítě společnost Schenker čelila potřebě zlepšit řízení vztahů se svými zákazníky s vědomím, že dosavadní CRM řešení je naprosto nedostačující. Nebylo možné jej vhodně integrovat s žádným ze systémů, které společnost využívala, a tak chybělo sdílení dat o rozsahu spolupráce se stávajícími



zákazníky a využití nabízených služeb. Schenker navíc postrádal podporu ze strany dodavatele, neboť vývoj dosavadního CRM řešení byl utlumen.

Výběr řešení

Schenker při stanovení kritérií pro výběr řešení vycházel jednak ze samotné velikosti společnosti a zároveň z některých specifických požadavků, zejména v oblasti integrace, centralizace databáze, vývoje systému, reportování, funkcionality a hardwarové náročnosti.

U nového systému se – kromě centralizace a důraznější orientace na stávající i potenciální zákazníky – očekávala i vyšší efektivita práce s informacemi (především možnost sledovat a vyhodnocovat větší rozsah informací), zkvalitnění sdílení informací uvnitř i vně společnosti a snadnější sledování nákladů na jednotlivé zakázky.

Pro Pivotal hovořila mimo jiné snadná přizpůsobitelnost specifickým potřebám oboru mezinárodní spedice, splnění daných požadavků a přijatelná finanční náročnost jeho implementace.

Konkrétní cíle pro implementaci nového řešení společnost Schenker shrnula do těchto základních okruhů:

Sdílení informací o zákaznících

- Vyčištění a odstranění duplicit z báze zákaznických dat.
- Sdílení všech informací o potenciálních a stávajících zákaznících a

všech ostatních kontaktech firmy Schenker a jejich zpřístupnění příslušným uživatelům.

- Dosažení snadné a komplexní kontroly nad spoluprací se zákazníkem mezi jednotlivými odděleními prostřednictvím integrace CRM řešení Pivotal s provozním a finančním systémem.
- Zavedení pobočkového systému a rozdělení zákazníků mezi regionální obchodní centra a jednotlivé obchodníky.

Jednání s novými klienty

- Zefektivnění výběru a kvalifikace nových klientů a možnosti sdílení akviziční činnosti více zaměstnanci u jednoho zákazníka.
- Zamezení vynakládání úsilí a finančních prostředků na jednání s firmami již prověřenými nebo klienty, kteří jsou pro firmu nerentabilní.
- Ukončení občasného dublování akvizic a kontaktování jednoho zákazníka více osobami nezávisle na sobě.

Komunikace se zákazníky

- Zefektivnění komunikace se zákazníky prostřednictvím lepšího plánování aktivit a vnitřní koordinace.
- Udržování historie komunikace a aktivit (schůzky, telefonáty, e-mailly atd..) se zákazníky.

Vnitřní komunikace

- Zpřístupnění informací a zefektivnění komunikace mezi odděleními.
- Přehledné delegování a sdílení úkolů v rámci oddělení i mezi odděleními nebo v rámci specifických týmů.

Reporty a plánování

- Standardizace reportů, budoucích odhadů a minimalizace času stráveného opětovným vytvářením reportů.
- Ze sjednocení podoby reportů vyplývá také snadné vyhodnocování reportů.
- Provázání veškerých informací souvisejících s určitou firmou či zákazníkem v systému, včetně odhadu plánu prodeje a následného vyhodnocení plnění plánu prodeje na daného zákazníka.
- Zefektivnění prezentace prodejních výsledků na prodejních poradách.
- Reportování nejen nad daty ze CRM, ale i daty z finančních a provozních systémů.

Implementace systému

První část implementace řešení Pivotal, včetně přípravné fáze, trvala šest měsíců. Velký důraz byl kladen především na předimplementační fázi. Jejím jádrem byla detailní analýza nedostatků stávajícího systému a z nich plynoucích požadavků na systém nový. Klíčové bylo, aby se na této fázi podíleli všichni budoucí uživatelé systému. Společnost Schenker si uvědomovala, že

nedostatečně zvládnutá počáteční analýza může posléze způsobit dodatečné náklady na implementaci systému.

Samotná implementace proběhla v pěti krocích. Na počátku byla instalována serverová část a provedeno nastavení funkcionality budoucího systému. Byl proveden inicializační import dat a zahájen testovací provoz s vybranými uživateli. Po skončení této části proběhlo proškolení ostatních uživatelů, které vyústilo spuštěním ostré verze.

Řešení a přínosy

Schenker implementoval modul pro podporu interních procesů, který obsahuje podporu obchodních a marketingových procesů, podporu zákaznických služeb, dále pak analytické a reportingové nástroje.

Vedle standardních funkcí systému (databáze kontaktů, schvalování výdajů, plánování aktivit, řízení marketingových kampaní a projektů, sledování konkurence a konkurenčních produktů atd.) byly modifikovány funkce řízení a sledování obchodních příležitostí a detailně zpracována kompletní struktura produktového katalogu.

Řešení Pivotal zajistilo informační propojení účastníků celého procesu řízení vztahů se zákazníky, zejména pak oddělení prodeje a marketingu. Informace o zákaznících jsou nyní dostupné na jednom místě, což umožňuje jednotný přístup k zákazníkům, jednodušší správu a integraci, vyšší efektivitu práce s informacemi a automatizaci všech procesů CRM. Pivotal představuje pro firmu výrazný přínos také v rámci objektivního vyhodnocování efektivity prodejního procesu. Řada detailních reportů, které výrazně zjednodušují veškerou administrativu týkající se pravidelného vyhodnocování prodejních výsledků, umožňuje obchodním zástupcům se více soustředit na uspokojování požadavků svěřených zákazníků.

Lze říci, že Pivotal byl ve společnosti Schenker nasazen s cílem pomoci lépe a účinněji aplikovat obchodní a marketingovou strategii firmy. Implementace Pivotal CRM splnila kladená očekávání a výrazně zjednodušila administrativu, která souvisela s reportováním nad zákaznickými daty.

O LLP CRM

LLP CRM poskytuje konzultační a implementační služby v oblasti řízení vztahů se zákazníky. LLP CRM se specializuje na řešení Microsoft Dynamics 365 a Pivotal.

Mezi naše klienty patří Skanska, HBO, O2 Czech Republic, Raiffeisenbank, Whirlpool, sAutoleasing, LMC, Konica Minolta, Edenred a mnoho dalších. Máme zkušenosti s implementacemi CRM systémů ve více než 15 zemích a patříme do mezinárodní skupiny LLP Group s 25ti-letou konzultační historií.

Více o LLP Group na www.llpgroup.com