

# Skanska Reality má své zákazníky na prvním místě, pomáhá jí v tom CRM systém implementovaný společností LLP

Skanska Reality, dříve divize společnosti Skanska, v minulosti řešila otázku optimalizace komunikace makléřů se zákazníky a zefektivnění procesů. Zároveň také hledala nástroj, jak uchovávat a profesionálně spravovat cenná data o skutečné poptávce zákazníků po bydlení. Firma se proto rozhodla nasadit profesionální CRM systém. Na základě interní rešerše v ostatních zemích, kde Skanska v oblasti developmentu a prodeje rezidenčních nemovitostí působí, nakonec zvolila Microsoft Dynamics CRM používaný rovněž ve Finsku. Ve výběrovém řízení si pak pro jeho implementaci vybrala společnost LLP Group, která jako jediná prokázala dostatečné know-how v oblasti prodeje bytových nemovitostí i schopnosti upravit systém na míru komplexním firemním procesům.

## CRM systém byl potřeba z celé řady důvodů

Původně Skanska Reality používala pro komunikaci se zákazníky a evidenci poptávek decentralizovaný systém řízení procesů. Každý z makléřů měl vlastní Excel. To v podstatě znemožňovalo zastupitelnost makléřů při komunikaci s klienty (např. v případě, kdy někdo z makléřů náhle onemocněl) a komplikovalo to předávání zákazníků v případě např. odchodu makléře na mateřskou či rodičovskou dovolenou.

Skanska Reality se snažila i upravit a standardizovat proces přidělování zákazníků jednotlivým makléřům tak, aby byl co nejefektivnější. Přestože měla firma poměrně přesnou představu o tom, o co se její zájemci zajímají, proč se rozhodli pro koupi bytu právě od Skanska nebo proč naopak dali přednost jinému developerovi, chtěla mít Skanska Reality detailnější a více sofistikovanější systém, který by jim dané statistiky a přehledy poskytoval. Občas docházelo k tomu, že některé byty byly příliš dlouho rezervovány pro zákazníky, kteří si je nakonec nekoupili, což prodlužovalo celkovou dobu jejich prodeje. Firma také chtěla zvýšit efektivitu při komunikaci ohledně klientských změn a výměně informací mezi makléři pečujícími o daného zákazníka a klientským centrem. Koncem roku 2011 se proto rozhodla celou tuto situaci vyřešit pomocí moderních technologií.

## LLP Group prokázala nejlepší know-how

Skanska Reality si v rámci prvního kola výběrového řízení vybrala pro ni nejvhodnější CRM systém, kterým se po vzoru finské pobočky stal Microsoft Dynamics CRM. Zároveň zvolila z prvního kola čtyři vhodné implementační partnery, jejichž řešení bylo postavené na platformě Microsoft Dynamics CRM. Správně zvolený partner byl pro úspěch celé implementace klíčový, neboť řada procesů uvnitř firmy – např. proces prodeje bytu – je velice komplikovaná a vykazuje odlišné průběhy v závislosti na tom, v jaké fázi developmentu nemovitosti se daný proces rozbíhá. Skanska Reality proto připravila pro druhé kolo výběrového řízení případovou studii a požádala účastníky řízení o vytvoření demo prostředí. Z celkem čtyř partnerů účastnících se výběrového řízení do třetího kola postoupili už jen dva. O vítězi pak rozhodlo know-how nejen v oblasti vývoje a přizpůsobování Microsoft Dynamics CRM konkrétním potřebám firmy, ale i v oblasti obchodu, prodeje nemovitostí a souvisejících procesů. A právě proto si Skanska Reality nakonec zvolila pro implementaci společnost LLP Group, která prokázala lepší celkové znalosti ve všech oblastech.



## Klient je v CRM na prvním místě

Firma se v rámci implementace CRM systému rozhodla ve spolupráci s LLP Group pro kompletní analýzu a případný reengineering procesů. Na první místo přitom postavila zákazníka. Vše bylo nastaveno tak, aby zákaznickovy požadavky byly co nejrychleji a



nejkvalitněji odbavovány a zároveň aby v případě nemoci či dovolené makléře mohl komunikaci se zákazníkem plnohodnotně a bez prodlení převzít libovolný jiný makléř. LLP Group také provázala Microsoft Dynamics CRM se systémem SAP, kde jsou evidovány veškeré smlouvy a dodatky smluv i přímo s prodejním webem, kde se zobrazují zarezervované byty a který také slouží zákazníkům ke kontaktování společnosti ohledně zájmu o konkrétní projekty a byty.

*„Skanska Reality a.s. se rozhodla nasadit profesionální CRM systém pro optimalizaci komunikace makléřů se zákazníky a zefektivnění procesů. Na základě interní rešerše v ostatních zemích, kde Skanska v oblasti developmentu a prodeje rezidenčních nemovitostí působí, nakonec zvolila Microsoft Dynamics CRM používaný rovněž ve Finsku. V tříkolovém výběrovém řízení si pak pro jeho implementaci vybrala společnost LLP Group, která jako jediná prokázala dostatečné know-how v oblasti prodeje bytových nemovitostí i schopnosti upravit systém na míru komplexním firemním procesům.“*

Ondřej Beneš,  
Acquisition and Research Specialist,  
Skanska Reality a.s.

## Každý zákazník je obsloužen v příslušném čase

Změny, které přineslo v dubnu 2013 uvedení nového CRM systému do provozu, pocítili zákazníci okamžitě. Klíčem k úspěchu se stal proces přidělování zákazníků jednotlivým makléřům na základě celé řady variabilních kritérií. Každý požadavek od nového zákazníka, ať už přijde přes webový formulář, prostřednictvím e-mailu anebo telefonicky, je okamžitě zaevidován do systému. Ten obratem přidělí zákazníka vhodnému makléři, který má za úkol jej kontaktovat. LLP Group přitom Microsoft Dynamics CRM provázala i s Exchange Serverem, což znamená, že tento úkol se makléři objeví nejen v CRM systému, ale také v Outlooku a případně i v jeho mobilním telefonu. Zároveň je navíc spuštěn kontrolní proces, který hlídá rychlost odbavení zákazníka. Makléři jsou motivováni, aby požadavky

zákazníků vyřizovali co nejrychleji. Navíc v okamžiku, kdy by došlo k tomu, že makléř zákazníka do určeného času od zaevidování jeho požadavku přesto neodbaví, je zákazníkům požadavek eskalován jeho nadřízenému, který může začít celou situaci řešit.

## Rezervace na byt se na webu objeví v řádu minut

Velkou změnou prošel také proces rezervace bytů. Zákazník, který o rezervaci bytu projeví na webu zájem, má možnost si byt bezplatně (nezávazně) zarezervovat. Jeho požadavek je okamžitě předán makléři, který po potvrzení zájmu zákazníkem rezervaci bytu potvrdí v CRM systému a v tu chvíli se objeví rezervace i na webu. Následně makléř zahajuje se zákazníkem negociační proces, který by v případě úspěchu měl skončit sepsáním závazné smlouvy. Pokud nedojde k podpisu smlouvy, může být byt uvolněn k prodeji dalším zájemcům. Ti se navíc mohou zapsat na pořadník rezervací i v době, kdy je byt zarezervovaný. V takovém případě je pak byt po vypršení stanovené lhůty obratem zarezervován pro dalšího zájemce v pořadníku.

## Nový CRM systém řeší i klientské změny

Microsoft Dynamics CRM se stará také o evidenci klientských změn – např. změny dispozic či použitých materiálů – a stav jejich vyřizování. Tyto změny si dojednává zákazník přímo s pracovníkem klientského centra. Jeho makléř, který jej provádí nákupem nemovitosti od prvotní rezervace, přes tvorbu a podpisy jednotlivých smluv až po řešení zákaznickových požadavků po převzetí nemovitosti, má přitom přístup ke všem informacím o těchto změnách, včetně přímého přístupu k dodatkům a smlouvám. Zákazník se tak může dále při komunikaci ohledně bytu obracet na svého makléře, který je automaticky o veškerém dění ohledně jeho bytu informován.



## Microsoft Dynamics CRM přinesl nástroje pro dlouhodobou péči o zákazníky

Důležitou novinkou jsou také jednotné nástroje pro dlouhodobou péči o zákazníky – a to jak o ty, kteří u Skanska Reality nějaký byt již koupili, tak o ty, kteří si byt zatím nevybrali. Firma rozděluje své zákazníky do několika kategorií – od těch, kteří teprve zvažují koupi bytu, až po ty, kteří kupují byty opakovaně, například za účelem jejich dalšího pronájmu. V CRM systému tak mohou být evidovány i poptávky, které nemohou být v současné době uspokojeny, ale zároveň představují potenciál pro obchod v budoucnu. Klienti, kteří například projeví zájem o nákup bytu 4+kk na Praze 4 v okamžiku, kdy u stávajících projektů už žádné volné bytové jednotky nejsou, jsou v případě, že je připraven nový projekt v dané lokalitě s byty 4+kk, obratem informováni jako první. Ještě dříve, než se daný projekt vůbec objeví na webu.



CRM systém navíc pomáhá makléřům tvorbou hromadné korespondence. Zákazníkům jsou rozesílány například dopisy o zahájení stavby nebo o dokončení vnitřních omítek, jejichž generování probíhá přímo v CRM.

## Informace o neuspokojené poptávce se staly klíčem k úspěchu

A právě informace o neuspokojené poptávce, které se daří prostřednictvím nového CRM systému systematicky sbírat a vyhodnocovat, se staly jednou ze součástí přípravy nových projektů. Skanska Reality má přesný přehled o tom, jaké byty se prodávají jako první i o jaké typy bytových jednotek, v jakých lokalitách a v jakých cenových relacích je největší zájem. A tomu se začaly přizpůsobovat i nové projekty. V okamžiku, kdy firma zaznamená zvýšenou

neuspokojenou poptávku po bytech 4+kk, může v dalších připravovaných projektech uzpůsobit dispozice bytů tak, aby tuto poptávku mohla uspokojit. Makléři navíc do CRM systému zanášejí také informace o důvodech nerealizování prodeje bytů, což jim pomáhá pro takovéto zákazníky vyhledávat bytové jednotky v nových a připravovaných projektech a oslovit je s cílenou nabídkou. Příkladem může být nový rezidenční projekt v Modřanech, kde ještě dříve, než se projekt vůbec objevil na webových stránkách, věděli makléři, komu mohou jednotlivé bytové jednotky nabídnout a dané zákazníky kontaktovat. V budoucnu, s růstem objemu získaných informací o poptávce, pak budou dopady analytických výstupů ještě významnější a pomohou firmě zrychlit prodej bytových projektů.

## V budoucnu budou možná mít makléři CRM přímo v tabletech

Makléři, kteří jsou při prodeji i péči o zákazníky klíčovým prvkem, se často pohybují v terénu, protože komunikují se zákazníky přímo na jednotlivých stavbách. Skanska Reality tak zvažuje v budoucnu ve spolupráci s LLP Group dát makléřům k dispozici tablety s přímým mobilním připojením do CRM systému. Makléř by tak nosil všechny potřebné informace o zákaznících, jejich požadavcích i jednotlivých stavbách přímo u sebe a mohl by flexibilně reagovat na požadavky zákazníků, které by navíc obratem mohl zadávat do systému. To by přineslo další zrychlení odbavování klientských požadavků a větší komfort zákazníků při nákupu bytů u Skanska Reality.

### 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 Pívoal.

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](http://www.llpgroup.com)