

Nové CRM přineslo firemním zákazníkům O2 lepší péči, firma během 4 let ušetří 45 milionů

O2 Czech Republic je největším poskytovatelem telekomunikačních služeb na českém trhu. V současnosti poskytuje služby prostřednictvím téměř osmi milionů mobilních a pevných linek, což z něj činí jednoho z vedoucích poskytovatelů plně konvergentních služeb v Evropě. V roce 2014 se firma rozhodla inovovat jeden ze svých klíčových informačních systémů pro řízení vztahů s firemními zákazníky a zákazníky ze státní a veřejné správy s uzavřenou Rámcovou smlouvou.

Původnímu systému Siebel CRM 7.8 již končila prodloužená podpora, serverový hardware, na kterém běžel, dožíval, a firma s jeho schopnostmi a zejména velmi nízkou flexibilitou nebyla spokojena. I běžná banální operace jako bylo např. přidání datového pole do formuláře, trvala v průměru 6 až 9 měsíců a firmu taková úprava stála stovky tisíc korun.

Zkušenosti se starým CRM zformovaly požadavky na nový systém

Zkušenosti, které získalo O2 z provozu původního CRM, se bohatě zhodnotily při definici požadavků na nový systém. Předně se muselo jednat o uživatelsky přívětivý systém. Naprosto klíčový byl také požadavek na vysokou flexibilitu, jednoduše implementovatelné změny a možnost zavádění změn bez nutnosti zásahu implementačního partnera a bez nutnosti jakéhokoliv dovoje. Změny musel být schopen zvládnout byznys administrátor. Podobně jako v případě předchozího systému se rovněž mělo jednat o nadnárodní řešení s dostatkem referencí z podobně velkých implementací v zahraničí.

Microsoft Dynamics CRM nabídlo nejlepší platformu

O2 si nejprve potřebovalo zvolit platformu, na které své interní CRM pro firemní zákazníky vyvine. Nakonec zbyly ve finálním výběru dvě platformy. Microsoft Dynamics CRM jednoznačně zvítězilo nejen ve všech požadovaných parametrech, ale i díky snazší systémové správě a širokých možnostech propojení s ostatními systémy, kterých O2 náležitě využilo. Nové CRM je totiž přímo propojeno se systémem SAP, VoIP řešením kontaktního centra, systémem pro přípravu cenových nabídek i s vlastním řešením O2 Car Control pro správu vozového parku.

Nová implementace měla být dle scrum metodiky

S ohledem na předchozí nepříliš pozitivní zkušenosti se standardním způsobem implementace bylo rozhodnuto, že nový CRM systém se bude implementovat z časových i ekonomických důvodů agilní metodikou scrum. Ta měla zajistit, že se podaří implementaci dokončit v rekordním čase a ve formě, která už od začátku bude uživatelům vyhovovat. To se nakonec také povedlo. Požadavek na dodržení scrum metodiky však kladl zvýšené nároky na implementačního partnera.



Zkušenosti a sehranost týmu LLP rozhodla

V okamžiku, kdy bylo zřejmé, jaká bude zvolena platforma, začalo O2 s důkladným výběrem implementačního partnera. Klíčovou roli při výběru hráli lidé. O2 si nechalo zaslat životopisy členů týmů od všech potenciálních implementačních partnerů a Petr Budín, vlastník celého projektu za O2, se spolu s kolegy osobně sešel se všemi potenciálními členy budoucího implementačního týmu.

O2 si dokonce vyzkoušelo i na 14 dní spolupráci s jedním z partnerů. Potom, co se ale ukázalo, že implementační tým ve skutečnosti nefunguje jako tým a že jednotliví vývojáři nejsou připraveni se naplno věnovat implementaci CRM v O2, se firma s tímto partnerem rozloučila. Získala však cenné zkušenosti pro výběr ostrého implementačního týmu. Ten nakonec našla u LLP, kde získala nejen tým profesionálů, ale i manažersky zkušeného vedoucího týmu Miroslava Víta. Sázka na tým LLP se O2 vyplatila. Spolupráce s interním pětičlenným týmem probíhala hladce. Navíc tým LLP se za 14 měsíců vývoje, kdy se CRM postupně dostávalo do provozu u jednotlivých oddělení, nezměnil.

Agilní implementace přinesla rychle výsledky

Sázka na agilní způsob vývoje a tým LLP se O2 více než vyplatila. Celá implementace byla díky tomu velice rychlá a vše probíhalo postupně. Jako první se dostalo na řadu obchodní oddělení pro zákazníky s Rámcovou smlouvou, další v pořadí bylo centrum péče o zákazníky a jako poslední přišlo na řadu speciální oddělení pre-sales and delivery, které má na starosti technickou přípravu komplexních ICT nabídek pro zákazníky.

„Microsoft Dynamics CRM, který u nás implementoval tým LLP, ušetřil naší firmě desítky milionů korun, radikálním způsobem zjednodušil práci, zrychlil řešení zákaznických požadavků a zvýšil bezpečnost dat uvnitř systému.“

Petr Budín

Business System Design Manager
O2 Czech Republic a.s.

Klíčové uživatelské seděl přímo s vývojáři

Vývoj probíhal ve dvou týdenních sprintech (iteracích, během kterých mají být dokončeny konkrétní v počátku definované funkcionality). Vše se většinou podařilo naplánovat tak, aby všechny úkoly v daném sprintu byly dokončeny. Jednotliví členové společného implementačního týmu O2 a LLP prezentovali posun u svých úkolů jednou denně, v 16 hodin. Přímou v místnosti, ve které seděl celý tým, byli přítomni i klíčoví uživatelé z jednotlivých oddělení, kteří pomáhali definovat potřebné funkcionality a eliminovat zbytečné funkce, které už nebudou v novém CRM systému potřeba. Seznam funkcionalit i základní procesní analýza se převzaly z předchozího CRM systému. Nový CRM systém však měl nahradit i další systémy, včetně těch, které si O2 pro usnadnění samo vyvinulo, neboť implementace např. pravidel pro routování požadavků zákazníka v zákaznickém centru byla v předchozím CRM systému neřešitelná.

První prototyp byl už za 2 měsíce

Práce na vývoji dané části systému vždy začínala tak, že konzultanti z LLP vždy odprezentovali klíčovému uživateli z daného oddělení všechny možnosti Microsoft Dynamics CRM v dané oblasti, které systém obsahuje již v základu. Klíčoví uživatelé pak navrhli, jak potřebují, aby systém fungoval a z toho vznikl seznam požadavků na dílčí úpravy či vlastní dovyvoj. Díky tomuto přístupu se podařilo přinést první funkční prototyp CRM systému pro klíčové obchodní oddělení během pouhých 8 týdnů. Ostrý provoz pro všech více než 1200 pracovníků obchodního oddělení pak přišel v rekordním čase 5 měsíců od začátku implementace. A to včetně unikátní funkcionality tzv. skryté nabídky, kdy u významných

zakázek je z důvodu zvýšení bezpečnosti přístup k dané zakázce striktně omezen pouze na daného obchodníka a jeho přímé nadřízené. Pro ostatní je takováto nabídka v systému neviditelná.

Obchodní oddělení pro SMB chtělo také CRM, do měsíce ho mělo funkční

Zvolený vývoj s přímou intenzivní účastí klíčových uživatelů měl ještě další výhodu. Po ostrém startu vzniklo naprosté minimum požadavků na další úpravy. Většinou jen v oblasti rozmístění ovládacích prvků. Tyto drobnosti byly průběžně zařazovány do sprintů (vývojářských iterací) při vývoji systému pro jiná oddělení. Přesto se však objevil i jeden unikátní požadavek. Na základě velmi pozitivní odezvy z obchodního oddělení pro zákazníky s Rámcovou smlouvou se objevil požadavek rozšířit CRM i do obchodního oddělení pro SMB, které čítá na 900 zaměstnanců. Tým LLP v něm nakonec implementoval jak modul pro obchod, tak i pro péči o zákazníky.

Nové CRM přineslo zcela nový způsob práce s klienty

Nový CRM systém znamenal radikální změnu k lepšímu ve všech odděleních, které na něj postupně přešly. *„Implementace Microsoft Dynamics CRM znamenala výrazný posun kupředu i pro nejvyšší vedení společnosti a vlastníka, kteří mají nyní k dispozici od středního managementu jednotné výstupy přímo ze CRM namísto dřívějších individuálně připravovaných grafů dělaných nad manuálními exporty dat do Excelu. Navíc díky razantním úsporám a zvýšení efektivity má nové CRM od nejvyššího vedení již od počátku plnou podporu,“* uvedl k implementaci Petr Budín, Business System Design Manager a vlastník celého projektu.

Routování zákaznických požadavků probíhá již plně automaticky, v reálném čase

Péče o firemní zákazníky O2 je díky komplexní nabídce služeb operátora velice náročná. Routování zákaznických požadavků se totiž řídí množstvím nejrůznějších pravidel. LLP jednotlivým uživatelům v centru péče o zákazníky přiřadilo příslušné dovednosti (např. hlasové služby, mobilní data, xDSL, služby datových center apod.). Každý přichozí požadavek (e-mail, telefonát) je nyní roztríděn na základě kompetencí, které jsou potřeba k jeho vyřešení, a následně automaticky ihned předán příslušnému pracovníkovi, který ho umí vyřešit a dostane se k němu co nejdříve. To vše probíhá v reálném čase.

Dříve přitom bylo nutné každou hodinu data ručně vyexportovat do in-house vyvinutého systému O2, tam nechat vše ohodnotit a zpracovat a následně ručně importovat do CRM, kam mají jednotlivé požadavky putovat. To samozřejmě prodlužovalo dobu potřebnou k jejich řešení. Nyní vše probíhá plně automaticky a v reálném čase. Průměrná doba potřebná k přidělení zákaznického požadavku k řešení se tak zkrátila přibližně o dvě hodiny.

Obchodníci budou místo 27 základních systémů pracovat jen se dvěma

Spuštění nového CRM přineslo obchodníkům výrazné zjednodušení práce. „Naši obchodníci museli dříve pracovat až s 27 různými systémy. Po dokončení optimalizace systémů v roce 2016, jim budou stačit jen dva – Microsoft Dynamics CRM a nástroj pro tvorbu cenových nabídek. Přístup do CRM přitom mají prostřednictvím webového prohlížeče i ze svých telefonů a tabletů, což u zákazníků vypadá lépe,“ uvedl Petr Budín. Příмым důsledkem je navíc i lepší dojem, který obchodník u zákazníka udělá, neboť ke všem potřebným informacím se dostane výrazně rychleji.

„Díky novému CRM se výrazně snížila zátěž IT oddělení a podařilo se nám radikálně zrychlit řešení požadavků na úpravy. Nemluvě o tom, že 80% těchto změnových požadavků dokáže vyřešit náš byznys administrátor.“

Petr Budín
Business System Design Manager
O2 Czech Republic a.s.

Střední management dokáže lépe řídit své obchodníky

Nové CRM přineslo také změny pro střední management. „Manažeři nyní dokáží daleko lépe řídit své obchodníky. Mají neustálý přehled o rozpracovaných nabídkách i naplánovaných schůzkách. Navíc CRM je propojeno i s naší službou pro správu vozového parku – O2 Car Control. Manažer si tak může jediným kliknutím v CRM systému ověřit, zda obchodník u daného zákazníka v danou dobu skutečně fyzicky byl,“ dodává Budín.

Microsoft Dynamics CRM převzalo i řízení workflow systému pro přípravu cenových nabídek

O2 využilo i jedné z pokročilých funkcionalit Microsoft Dynamics CRM – schopnosti fungovat v roli platformy pro řešení libovolných workflow – a propojilo ho i se specializovaným systémem pro tvorbu cenových nabídek. Při tvorbě cenové nabídky od něj CRM přebírá řízení celého schvalovacího procesu, a to včetně systému pro schvalování výjimek i promítnutí dovolených, nemocenských a s tím souvisejícím delegováním schvalovacích kompetencí.

Specializované oddělení pre-sales and delivery dokáže díky CRM efektivněji řídit své zaměstnance

Důležitou roli si CRM našlo i ve stočlenném specializovaném oddělení pre-sales and delivery, kde se hojně využil jeho modul servis. Microsoft Dynamics CRM zde nahradilo jak původní CRM, tak i specializované řešení pro řízení projektů a správu dodavatelů. CRM zde slouží jako systém pro řízení a plánování kapacit jednotlivých specialistů i externích dodavatelů.

Podobně jako v kontaktním centru se zde pracuje s kompetencemi jednotlivých pracovníků, kterým jsou na základě přednastavených metrik a parametrů po vyhodnocení požadavku příslušným manažerem automaticky přidělovány jednotlivé pre-sales požadavky tak, aby při jejich řešení nedocházelo ke zbytečnému prodlužení.

Bezpečnost a přesnost dat ze CRM systému se výrazně zvýšila

Obrovský přínos znamenalo spuštění nového CRM i pro bezpečnost a přesnost dat. „Dříve bylo pravidlem a často i nutností data ze CRM exportovat do Excelu, kde probíhaly nejrůznější dodatečné analýzy dat, reporty pro top management, přípravy detailů cenových nabídek pro zákazníky apod. Firmou tak kolovalo množství Excelových souborů, často i vytištěných, u nichž bylo problematické uhlídat aktuálnost zpracovávaných dat a monitorovat jejich pohyb,“ popisuje předešlý stav Petr Budín. „Microsoft Dynamics CRM díky množství úprav od LLP a díky uživatelsky definovatelným dashboardům přineslo všechny potřebné funkcionality, včetně reportingu, přímo v sobě. Jakékoliv exporty dat tak byly zakázány a i prezentace čísel, grafů a KPI pro nejvyšší vedení probíhají nad živými daty, přímo v CRM systému,“ dodává. Navíc veškeré výstupy jsou interaktivní, díky čemuž se dá jedním kliknutím dostat na větší detail, pokud je třeba.

„Microsoft Dynamics CRM od LLP přineslo kvalitativní posun v práci všech 2500 uživatelů CRM, kterým výrazně zjednodušilo a zefektivnilo práci. Jeho nasazení pomohlo odstranit řadu manuálních operací, odstranilo nutnost exportů a manuálního zpracování dat a střednímu i vyššímu managementu dalo do rukou přesná, interaktivní data v reálném čase,“ shrnuje Budín přínosy nového systému. „Navíc se díky novému CRM výrazně snížila zátěž IT oddělení a podařilo se nám radikálně zrychlit řešení požadavků na úpravy. Nemluvě o tom, že 80% těchto změnových požadavků dokáže vyřešit náš byznys administrátor, a tudíž s nimi nejsou spojeny jakékoliv externí náklady!“ dodává.

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: Carollinum, EUC Premium, Odlo, ORLEN Benzina, Raiffeisenbank, Scania, Skanska, Uniqa a mnoho dalších.

Máme zkušenosti s implementacemi CRM systémů pro 100+ zákazníků ve více než 40 zemích a patříme do mezinárodní skupiny LLP Group s více než 30ti-letou konzultační historií. www.llpgroup.com