

Případová studie implementace CRM Leonardo Industry ve společnosti Kanlux s.r.o.



Stručný popis zákazníka

Společnost se zabývá dovozem a prodejem elektro zboží.

Popis výchozího stavu

CRM Leonardo Industry bylo implementováno ve společnosti Kanlux v době, kdy se společnost dělila na dvě samostatné divize (Elektro a Reklamní předměty), které měly vlastní na sobě nezávislé obchodní procesy – rok 2006. Hlavním důvodem implementace bylo zajistit zpětnou vazbu z trhu o dění u zákazníků a nabídnout obchodním zástupcům pohybujícím se mimo hlavní sídlo společnosti nástroj pro evidenci a získávání aktuálních dat. V roce 2007 došlo k osamostatnění divize Reklamní předměty do samostatné společnosti 1Stock s.r.o. Výchozí nastavení zůstalo, pouze došlo k rozdělení databáze do dvou nezávislých databází.

Důraz při implementaci byl kladen na jednoduchost použití pro uživatele a dostatek možností prezentací dat pro management.

Průběh implementace

Výchozím bodem implementace se stala vstupní analýza, která zajistila popis cílů a výchozího nastavení aplikace CRM Leonardo. Definovala priority projektu, popsala podporované procesy řešené při nasazení a stanovila harmonogram postupných prací.

V dalším kroku se provedlo nastavení systému a na základě popsaných propojení s provozním informačním systémem se připravila výchozí databáze pro uživatele. Vzhledem k cílům implementace se jako nosný základ stala Karta zákazníka a Plánovač aktivit, což jsou dva nejvíce využívané moduly. Dále se provedlo nastavení reportů a přehledů, které zastřešují sledování údajů o zákaznících. Jako samostatná oblast pro dořešení zůstalo Plánování na zákazníky, které z důvodu absence dat se posunulo k realizaci na rok 2007.

Celková délka trvání výchozího projektu byla 4 měsíce - vstupní analýza proběhla v prvním a druhém měsíci projektu, customizační a integrační práce byly náplní třetího a čtvrtého měsíce. Oblast plánování byla záležitostí v trvání jednoho měsíce.



Hlavní přínosy

- Podpora procesů spojených s obsluhou zákazníků
 - Plánování a hodnocení efektivity aktivit se zákazníky
 - Sledování údajů pro stanovení kategorie zákazníka
 - Podpora kategorizace zákazníků
- Získání nástroje pro plánování
 - Sledování potenciálů u zákazníků
 - Roční plánování prodejů na zákazníky s rozpadem na sortimenty a sledování jejich plnění
- SW podpora pro analytické činnosti
 - Reporty
 - Přehledy
 - Karty s detailními informacemi o zákaznících

