

Implementace Microsoft Dynamics CRM ve společnostech OSPAP VELKOOBCHOD PAPIREM a.s. a Multiexpo spol. s r.o.



Stručný popis zákazníka

OSPAP VELKOOBCHOD PAPIREM je největším velkoobchodem papírem v ČR a díky své mateřské společnosti PaperlinX patří do jedné z největších skupin s tímto sortimentem na světě. Společnost Ospap se vyznačuje vysokou úrovní poskytovaných služeb díky propracované logistice, širokému sortimentu prodáváného zboží a kvalifikovaným pracovníkům.

Ospap je v České republice výhradním dodavatelem Hello, nejprodávanějšího bezdřevého natíraného papíru v Evropě. Z dalších velkých značek jsou to například samolepicí papíry JAC, exklusivní papíry Conqueror, komunikační papíry Motif a IBM nebo výjimečné ofsetové papíry ON. V sortimentu určeném pro výrobu reklamy dceřinné společnosti Multiexpo můžeme zmínit značky dtec, Avery a mnoho dalších.

Průběh implementace

Oblast využití systému CRM je především na obchodním oddělení. Obchodní zástupci firmy se systémem pracují jako s hlavním zdrojem informací o svých zákaznících. Objednávky zákazníků jsou v systému synchronizovány s ERP systémem a obchodní zástupci mají vždy k dispozici aktuální stav. V CRM se evidují všechny aktivity (mail, dopis, fax, schůzka) týkající se zákazníků, dále jsou k dispozici všechny jejich reklamace a připomínky. S každou evidencí aktivity obchodního zástupce jsou automaticky zaznamenány časové náklady a případné další náklady na obchodní jednání.

Další využití systému je na oddělení telemarketingu. Microsoft Dynamics CRM automaticky generuje plány telefonních aktivit, které musí být realizovány. Po provedení telefonní aktivity pracovníci telemarketingu je automaticky vygenerován úkol na obchodního zástupce pro další komunikaci se zákazníkem.

Oddělení marketingu prostřednictvím CRM připravuje marketingové akce a seznamy kontaktů pro hromadné oslovení.

Přínosy

- sjednocení, rozšíření a zprůhlednění evidovaných kontaktů a osob, se kterými se sjednává a uzavírá obchodní případ
- zjednodušení hromadného oslovování zákazníků prostřednictvím kampaní
- možnost sledování a vyhodnocování nákladů spojených s obchodní činností na jednotlivé zákazníky a obchodní zástupce

