

Případová studie implementace CRM Leonardo ve společnosti Energa



Stručný popis zákazníka

Energa je jedním ze čtyřech velkých elektroenergetických holdingů v Polsku. Hlavním předmětem činnosti je vytváření a distribuce a energií. Obsluhuje více než 2,7 miliónů klientů.

Cíl realizace

Hlavním cílem řešení bylo vybudovat společnou databázi zákazníků pro čtyři oddělení. Důraz byl kladen zejména na datové integrace.

Popis výchozího stavu

Ve společnosti Energa využívají jako provozní systém SAP. Jednotlivá oddělení (prodej elektrické energie, Služby, Pohledávky a Marketing) nemají jednotnou systémovou podporu pro sjednocení činností vůči zákazníkům.

Průběh implementace

Pro oddělení Prodeje energie pokrýváme zejména oblasti týkající se péče o zákazníka, tzn. Evidence kontaktních osob a schůzkami s nimi, Key Account Planning, Account planning, evidence potřeb zákazníků a sledování aktivit konkurence.

Pro marketing jsme připravili podporu pro marketingové kampaně. V systému sledujeme responsi jednotlivých zástupců na jednotlivé typy eventů. Výběry cílových skupin pro různé typy eventů jsou definovány předem připravenými kritérii o zálibách a zájmech zástupců. Druhým zrealizovaným projektem pro marketing je mapování konkurence. Pomalé otevírání polského trhu poskytuje dostatečný prostor pro mapování potenciálních konkurentů a tím umožňuje předejít ztrátám zákazníků.

Cílem projektu pro oddělení služeb je integrace roztržitých pracovišť v jednotlivých regionech do jednoho společného systému. V systému evidujeme informace o schůzkách zástupců se zákazníky a technických informacích o významných zákaznících. Pro vedoucí týmů připravujeme pravidelný reporting o činnostech pracovníků ve všech regionech.



Jediným požadavkem oddělení pohledávek je získávat aktuální informace o dlužnících. Spolu s názvy dlužníků potřebují i data o velikosti dlužné částky a trendu pohledávek. Díky integraci dat ze všech oddělení v jednom systému mají manažeři pohledávek k dispozici kompletní historii komunikace se zákazníkem a mohou předejít velkým finančním ztrátám.

Přínosy

- společná databáze zákazníků pro oddělení prodeje elektrické energie, služeb, pohledávek a marketingu
- snadnější koordinace činností vedoucích k budování loajality zákazníků

