

## Případová studie implementace CRM Leonardo ve společnosti Paramo, a.s.



### Stručný popis zákazníka

Akciová společnost Paramo je známým výrobcem paliv, automobilových olejů, obráběcích, technologických a konzervačních prostředků, plastických maziv, asfaltových izolačních výrobků a silničních asfaltů. Při svých výrobních aktivitách společnost preferuje odstranění nebo významné omezení zdrojů potenciačních rizik pro životní prostředí. V případě Paramo zodpovědné podnikání v chemii potvrzují již čtyři úspěšné obhajoby prestižního ocenění Responsible Care. Od roku 2000 je společnost Paramo, a.s. členem největší petrochemické skupiny v České republice – Unipetrol a.s.

### Cíl řešení

Cílem realizace projektu byl vznik jednotné SW podpory pro řízení obchodního týmu ve společnosti Paramo, a.s., včetně nastavení obchodního controllingu.

### Popis výchozího stavu

CRM Leonardo je v Paramu využíváno obchodním úsekem již více než 8 let. Jeho zavedení bylo vyvoláno snahou maximálně vyhovět zákazníkům a nezbytnou potřebou práce s informacemi z tržního prostředí a z jednotlivých obchodních případů.

### Průběh implementace

Vzhledem k reorganizaci obchodního úseku a stále větší nezbytnosti využívání informací získaných o prodejích, trendech, ztracených a získaných zákaznících, trhu, obchodních kontaktech apod. se v listopadu 2003 provedla inovace celého systému s rozšířením na dnešních 40 licencí. Před samotnou realizací byla provedena detailní analýza současného stavu, definovány nové potřeby a očekávání od systému a došlo ke stanovení okruhů informací které se budou do nové verze systému Leonardo transformovat. Získané poznatky byly pak detailně rozpracovány v realizačním projektu implementace. Po úvodní konfiguraci nové verze systému a následném importu dat, proběhlo uživatelské školení, v průběhu kterého byly doladěny jednotlivé nové úlohy a reporty. Od listopadu 2007 pak bylo CRM Leonardo předán do rutinního provozu.



## Přínosy implementace

- rozšíření relevantního sběru strukturovaných informací z tržního prostředí
- efektivní analýza obchodních případů
- možnost důkladné segmentace
- zjednodušení tvorby obchodní a marketingové strategie
- optimalizace a zpřehlednění obchodních vztahů

