

Případová studie implementace CRM Leonardo ve společnosti Řempo Holoubek a.s.



Stručný popis zákazníka

ŘEMPO HOLOUBEK a. s. je obchodní společnost se zaměřením na velkoobchodní prodej ochranných pracovních pomůcek, plastů, stavební chemie, řemeslnických potřeb apod. S růstem společnosti se zvyšoval počet zákazníků, produktů obchodních zástupců a distribučních skladů. Management společnosti si začal uvědomovat, že současná forma vedení prodejní agendy přestává vyhovovat a rozhodl se zavést CRM Leonardo.

Popis výchozího stavu

S růstem společnosti se zvyšoval počet zákazníků, produktů obchodních zástupců a distribučních skladů. Management společnosti si začal uvědomovat, že současná forma vedení prodejní agendy přestává vyhovovat a rozhodl se zavést CRM Leonardo.

Průběh implementace

K samotné implementaci CRM Leonardo se přistupovalo po jednotlivých krocích. Provedla se vstupní analýza, která měla za cíl určit hlavní priority a směry implementace. V dalším kroku se přistoupilo k datovému propojení s provozním informačním systémem, kde rovněž proběhla věcná kontrola převáděných dat. Připravila se vhodná struktura údajů podporující obchodní a marketingové činnosti budoucích uživatelů pomocí customizace CRM Leonardo. Ze široké škály jednotlivých modulů byla implementace cílena na oblast Sledování aktivit se zákazníky (schůzky, telefony, emaily, ost.), vytvoření strukturovaných Karet zákazníků, SW podpora pro sledování budoucího potenciálu prodeje u zákazníků s vazbou na detailní plánování prodejů na zákazníky a sortimenty. Řešení pro marketing bylo zaměřeno na oblast Marketingových akcí a kampaní. Celková délka trvání projektu byla 3 měsíce - vstupní analýza proběhla v prvním měsíci projektu, customizační a integrační práce byly náplní druhého a třetího měsíce, ověřovací provoz byl nastartován zaškolením uživatelů a po 3 týdnech byl ukončen předáním CRM Leonardo do rutinního provozu.

Přínosy

- Podpora procesů spojených s obsluhou zákazníků
 - Plánování a hodnocení efektivnosti aktivit se zákazníky
 - Sledování obchodních příležitostí
 - Podpora vymáhání pohledávek a řešení stížností a reklamací
- Získání nástroje pro plánování



- Sledování potenciálů u zákazníků a plánování prodejů na zákazníky s rozpadem na sortimenty
- SW podpora pro analytické činnosti
 - Reporty
 - Přehledy
 - Karty s detailními informacemi o zákaznících
- Podpora marketingových činností
 - Příprava, spuštění a vyhodnocení akcí a kampaní u zákazníků

