



Moderní CRM mění marketing

Český trh je v oblasti CRM spíš konzervativní a využívá jej zejména pro oblast prodeje. Ovšem nové technologie vystrkují růžky.

Samotný název CRM (Customer Relationship Management) již pomalu přestává vystihovat podstatu současných řešení. Důležitým momentem se stává precizní pochopení zákazníka a jeho aktuálních potřeb. Díky zvyšujícímu se podílu elektronické komunikace mají CRM systémy také stále více materiálu ke zpracování. Využití dat z dobře fungujícího CRM může tak zcela převrátit prodejní procesy i marketing, kdy klasická segmentace třeba podle věku a pohlaví přestává být efektivní. V kontextu péče o zákazníka se začínají objevovat požadavky na využí-

tí moderních trendů, jako jsou třeba re-targeting nebo RTM (Real Time Marketing).

CRM dnes využívají firmy všech velikostí. Jsou nějaké rozdíly v požadavcích mezi segmenty malých a velkých podniků? Martin Tomaník ze společnosti Unicorn Systems má za to, že rozdíly nejsou příliš zásadní. Podle něj má každá firma svá specifika a záleží spíše na tom, jak CRM systém bude využívat. „Je ale pravda, že větší organizace kladou více důraz na spolehlivost a stabilitu řešení, zatímco pro menší je důležitá cena řešení,“ dodává Tomaník.

ODBORNÍCI Z FIREMNÍ PRAXE



LIBOR HÓS
analytik
OR-CZ



ALENA PRIBIŠOVÁ
marketingová manažerka
Minerva Česká republika



MARTIN TOMANÍK
CRM konzultant
Unicorn Systems

DODAVATELÉ CRM SYSTÉMŮ – KLASICKÁ ŘEŠENÍ (INSTALACE U ZÁKAZNÍKA)

Název společnosti	Web	Název produktu	CRM je součástí vlastního komplexního IS	Integrace s IS třetích stran	Mobilní přístup – webové rozhraní	Mobilní přístup – mobilní aplikace	Integrace sociálních sítí	Open source řešení	Referenční klient/projekt
DC Concept	www.qi.cz	informační systém QI	●	●	●	●	✗	✗	–
Karat Software	www.karatsoftware.com	Karat	●	●	●	–	✗	✗	Adler Czech
KTK Software	www.ktksoftware.cz	KTKw, KTKwis	●	✗	●	✗	✗	✗	–
LLP Prague	www.llpgroup.com	Microsoft Dynamics CRM, Pivotal CRM	✗	●	●	✗	●	●	O2 Czech Republic
Minerva Česká republika	www.minerva-is.eu	QAD CRM	●	●	●	✗	✗	✗	Hranipex
Navertica	www.navertica.com	Microsoft Dynamics CRM, Navertica CRM Base	✗	●	●	●	●	✗	Röchling Engineering Plastics
OR-CZ	www.orcz.cz	OR-Info	●	●	●	●	–	–	Město Český Brod
SugarFactory	www.sugarfactory.cz	CRM Sugar	✗	●	●	●	●	●	–
Unicorn Systems	www.unicornsistemas.eu	automatizace prodeje, servisní produktivita, automatizace marketingu	✗	●	●	●	●	✗	Česká televize
Wak System	www.waksystem.cz	WAK Intra – Aktivita	●	●	●	✗	✗	✗	–

● ano ✗ ne – firma neuvádí

ZDROJ: IDG 2016

DODAVATELÉ CRM SYSTÉMŮ – CLOUDOVÁ ŘEŠENÍ (CRM JAKO SLUŽBA)

Název společnosti	Web	Název produktu	CRM je součástí vlastního komplexního IS	Integrace s IS třetích stran	Mobilní přístup – webové rozhraní	Mobilní přístup – mobilní aplikace	Integrace sociálních sítí	Poskytování formou předplatného	Referenční klient/projekt
Karat Software	www.karatsoftware.com	Karat	●	●	●	–	✗	–	–
LLP Prague	www.llpgroup.com	Microsoft Dynamics CRM Online	✗	●	●	✗	●	✗	Foxconn
Minerva Česká republika	www.minerva-is.eu	QAD CRM	●	●	●	✗	✗	●	–
Navertica	www.navertica.com	Microsoft Dynamics CRM, Navertica CRM Base	✗	●	●	●	●	●	VVS Verměřovice
OR-CZ	www.orcz.cz	OR-Info	●	●	●	●	–	–	–
SugarFactory	www.sugarfactory.cz	CRM Sugar	✗	●	●	●	●	●	–
Unicorn Systems	www.unicornsistemas.eu	automatizace prodeje, servisní produktivita, automatizace marketingu	✗	●	●	●	●	●	ISP
Wak System	www.waksystem.cz	WAK Intra – Aktivita	●	●	●	✗	✗	●	Unibind Czech Republic

● ano ✗ ne – firma neuvádí

ZDROJ: IDG 2016

Alena Pribišová pracuje ve společnosti Minerva Česká republika, která se pohybuje v oblasti středních a velkých průmyslových firem. Její zákazníci přicházejí z řady sektorů od potravinářství přes farmaceutické firmy, strojírenské, výrobce spotřebního zboží, elektrotechniky až po automobilový průmysl. Ani zde však nelze říci, že by v oblasti prodeje či zákaznické péče byly významné rozdíly vzhledem ke konkrétnímu odvětví. „Samozřejmě že má každá firma své know-how a vlastní specifické pro-

cesy, obecně jde však stále o obdobné procesy,“ říká Alena Pribišová a dodává, že je v současnosti pozorovatelný zvyšující se tlak na cenu a rychlost implementace.

Také Libor Hós ze společnosti OR-CZ má zkušenosti se zákazníky z různých oblastí; kromě průmyslových podniků a obchodních společností jsou třeba i městské úřady a právní kanceláře. „Vzhledem k rozmanitosti využití a snadné implementaci máme již pro jednotlivé segmen-

ty připraveny funkční balíčky, které pokryjí základní či nadstandardní potřeby při využití CRM systémů. Každý segment má svá specifika, která máme již dlouhodobou spoluprací a vývojem vypořádávána, a tudíž jsme systémově připraveni je implementovat,“ vysvětluje Libor Hós a dodává, že se jeho firma soustřeďuje na řešení, které je schopné běžet v nepřetržitém provozu s možností automatických restartů při výpadku elektriny. „Tuto funkčnost máme ověřenou u zákazníků, kte-

ří v systému produkují kritická data,“ uvádí Hós.

CRM JAKO SLUŽBA

Znatelný nárůst zájmu o cloudové řešení, kdy zákazníci konzumují CRM jako službu, potvrzují všichni dodavatelé. Alena Pribišová, jejíž firma má zkušenosti jak s on-premise, tak i s cloudovými řešeními, vidí jako jednu z příčin i právě změnu postoje klientů. Ti totiž začínají preferovat přenesení vyšší míry odpovědnosti za bezproblémovou funkčnost na stranu dodavatele. „Zákazníkům také odpadá starost o implementaci a konfiguraci softwarových platforem a využívají pouze prostředky, které dostačují pro rychlou a pohodlnou konzumaci vybraných služeb. V konečném důsledku to generuje nemalé úspory v nákladech za IT ve firmách,“ uvádí další motivace zákazníků Libor Hós.

Martin Tomaník také připomíná, že úspěšné využití cloudové služby souvisí s novými přístupy k využití informačních systémů. „Zákazník využitím SaaS dostává řešení velmi rychle, nemusí zajišťovat infrastrukturu a má vždy aktuální funkce,“ precizuje Tomaník.

PO ČEM ZÁKAZNÍCI TOUŽÍ

Jaké faktory jsou rozhodující pro klienty, aby se rozhodli pro konkrétní řešení? Co jim nabízejí firmy našich respondentů a co je základem jejich úspěchu v boji s konkurencí ostatních firem? Alena Pribišová si myslí, že největší výhoda produktu QAD CRM spočívá v možnosti jeho provozu v plně integrovaném režimu s ERP systémem QAD. A to i se zachováním možnosti práce off-line.

Martin Tomaník považuje za důležité především byznysové znalosti a zkušenosti firemních konzultantů, které umožní zákazníkům plně využít možnos-

ti informačních technologií. „Naši klienti oceňují, že nedodáváme pouze ICT řešení, ale pomůžeme jim nastavit kompletní byznys model. Zároveň jsme schopni nabídnout kompletní portfolio ICT produktů a služeb,“ upřesňuje Tomaník.

Libor Hós vysvětluje, že vize jeho firmy spočívá v úzké komunikaci se zákazníkem, zjištění jeho potřeb a stylu práce a v nasazení řešení, které odpovídá jeho představám. „Klient není přeškolován na jiný styl práce, ale pracuje podle svých dosavadních zvyklostí. To má za následek plynulý přechod k začlenění CRM do firemního portfolia. Velkou výhodou je rychlá tvorba nových funkcionalit a jejich bezproblémové nasazování v ostrém provozu bez nutnosti odstavěk či časových prodlev,“ uzavírá výčtem Libor Hós. ■

ALEXANDER LICHÝ

Autor je redaktorem CIO BW