



"I malá společnost
může vyhrát
velkou zakázku!"

S námi máte šanci!
tým BLUEJET web CRM

Jak jednoduše a úspěšně naimplementovat CRM?

část I.

Pravděpodobně není možné vytvořit dostatečně obecný návod jak nasadit CRM. Je ale určitě možné, dát jeho budoucím uživatelům či zájemcům několik rad ověřených zkušenostmi. CRM je o zákaznících - lidech, jeho implementace také.

Obchodní ředitel mistrem CRM

U všech projektů zavádění IS/ICT či jeho využití platí, že pokud se na této činnosti nepodílí management či lidé, kterých se tato aktivita přímo týká, zahájení by bylo plýtváním času a prostředků. **Obchodní ředitel** (či osoba na obdobné pozici) **musí být přímo účasten**, musí mít přehled jaké části chce v jednotlivých krocích řešit a **musí motivovat ostatní** (nejlépe "cukr a bič").

Obchodník klíčem úspěchu

CRM se týká celé společnosti, zejména však obchodníků, kteří jej rutinně používají. Aby k tomu skutečně došlo, je **velmi důležité obchodníkům vysvětlit hlavní výhody CRM systému** (nemusí přepisovat záznamy z jednání, nemusí navíc vykazovat, které schůzky plánuje, a kterých se účastnil, nemusí složitě zpracovávat pravidelné reporty, nemusí telefonovat všem po firmě, aby zjistil, jestli poslední dodávka proběhla v termínu nebo jestli klient zaplatil poslední fakturu). Zeptejte se jich také, co je aktuálně nejvíce zdržuje, a které informace o klientech nejčastěji potřebují.

Je vhodné si uvědomit, že **nejcennějším "jměním" společnosti jsou její zákazníci** (zejména VIP zákazníci). Veškeré informace o zákaznících jsou tedy majetkem společnosti, což je mimo jiné důvod, proč by informace o nich neměly zůstat v diářích obchodníků. Pokud tyto informace získáte, určitě byste měli hledat způsob, jak je využít.

Bez kvalitních dat svým zákazníkům neporozumíte. Proto je velmi důležité, používat systém, který Vám nabídne ověřená data a jejich rychlé načtení. Zároveň by měl obsahovat funkce, které udrží tyto informace pod kontrolou (*citlivá data*) a znemožní jejich nedbalé zadání obchodníky (*neúplné, chybné záznamy*). Zvažte využitelnost dat a definujte si rozšíření, která Vám pomohou nabídnout lepší produkt nebo službu Vaším zákazníkům. Pamatujte ale na to, že pokud obchodníci neuvidí přínos sběru, nebudou je sbírat.

Think BIG > Start SMALL > Scale FAST

Myslete ve VELKÉM > Začněte v MALÉM > rychle ROZŠÍŘUJTE