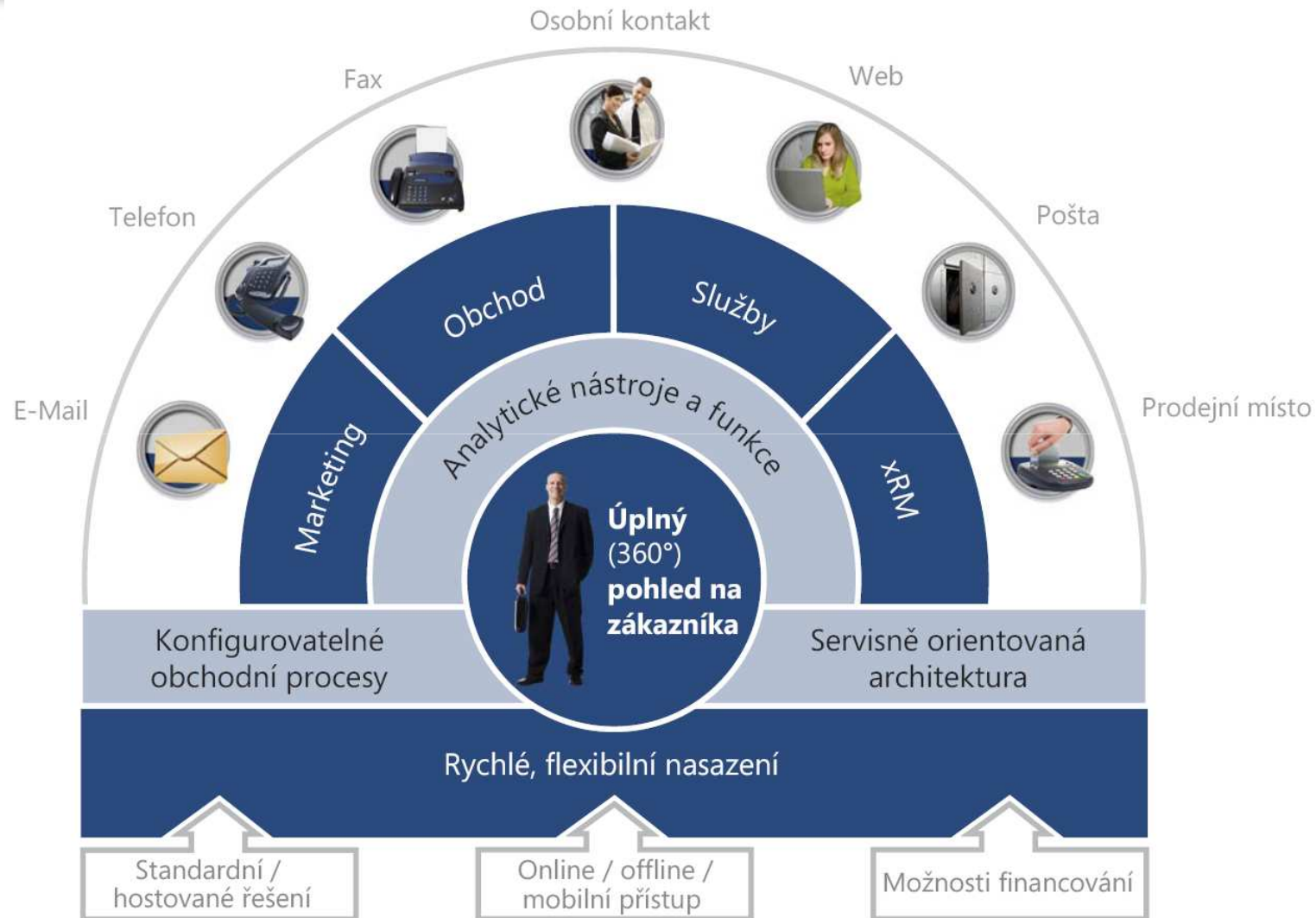




# Přichází čas, kdy každá firma bude mít CRM? aneb zkušenosti z reálných nasazení v ČR

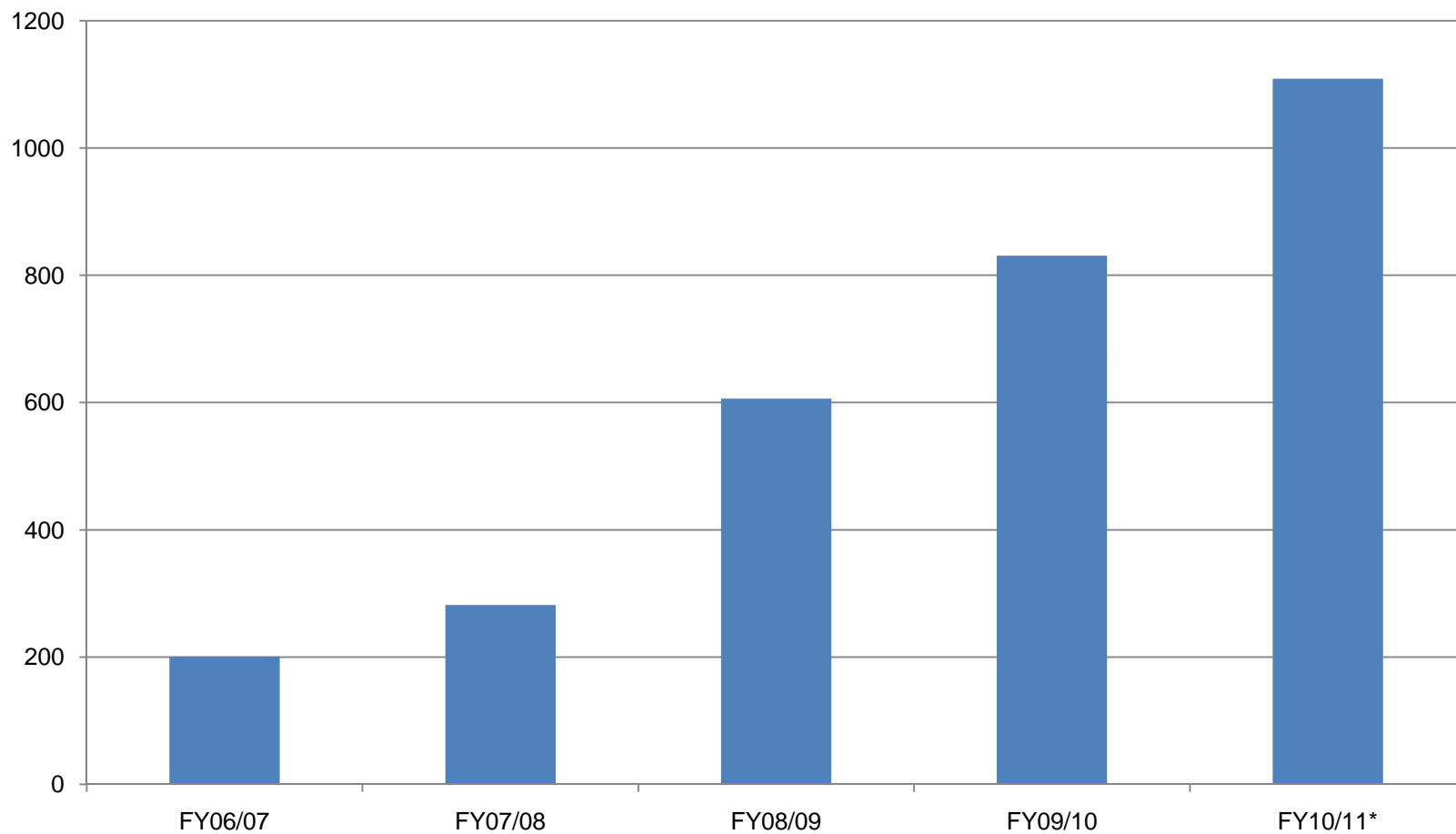
Petr Hampejs  
Microsoft Dynamics  
Česká republika

# 360° pohled na zákazníky, sdílení informací



# Vývoj Microsoft Dynamics CRM v ČR

## CRM Revenue



\* FY10/11 je aktuálně pouze za 9 měsíců

# Naši zákazníci

Microsoft Dynamics CRM je nejrychleji rostoucí CRM řešení na světě

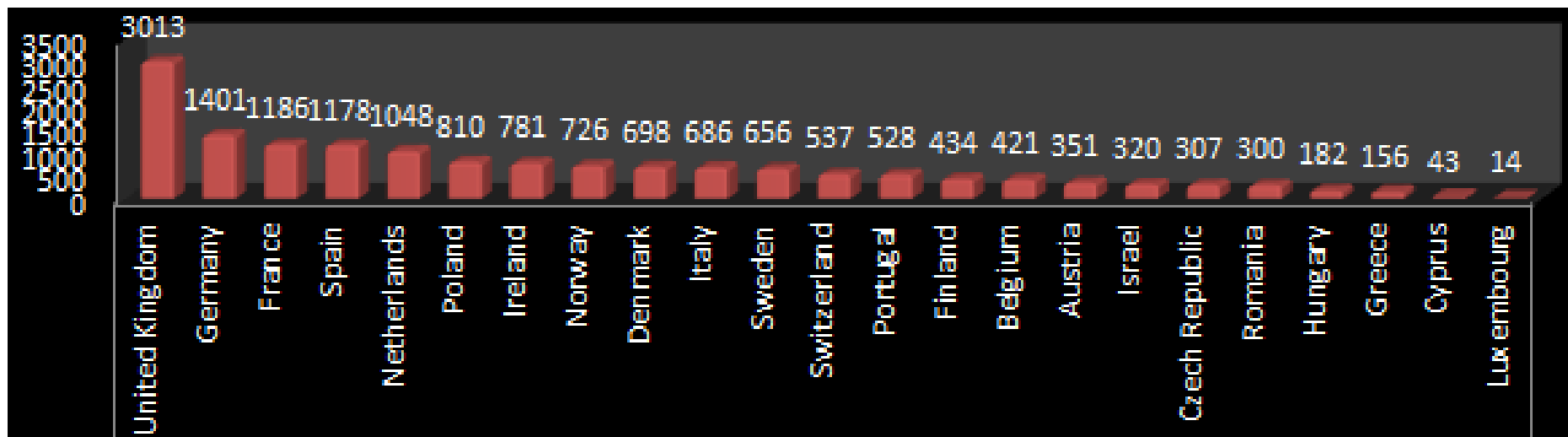
- 23 500+ zákazníků celosvětově a 150+ v České republice



# CRM Online trials v regionu EMEA

[www.zkuscrm.cz](http://www.zkuscrm.cz)

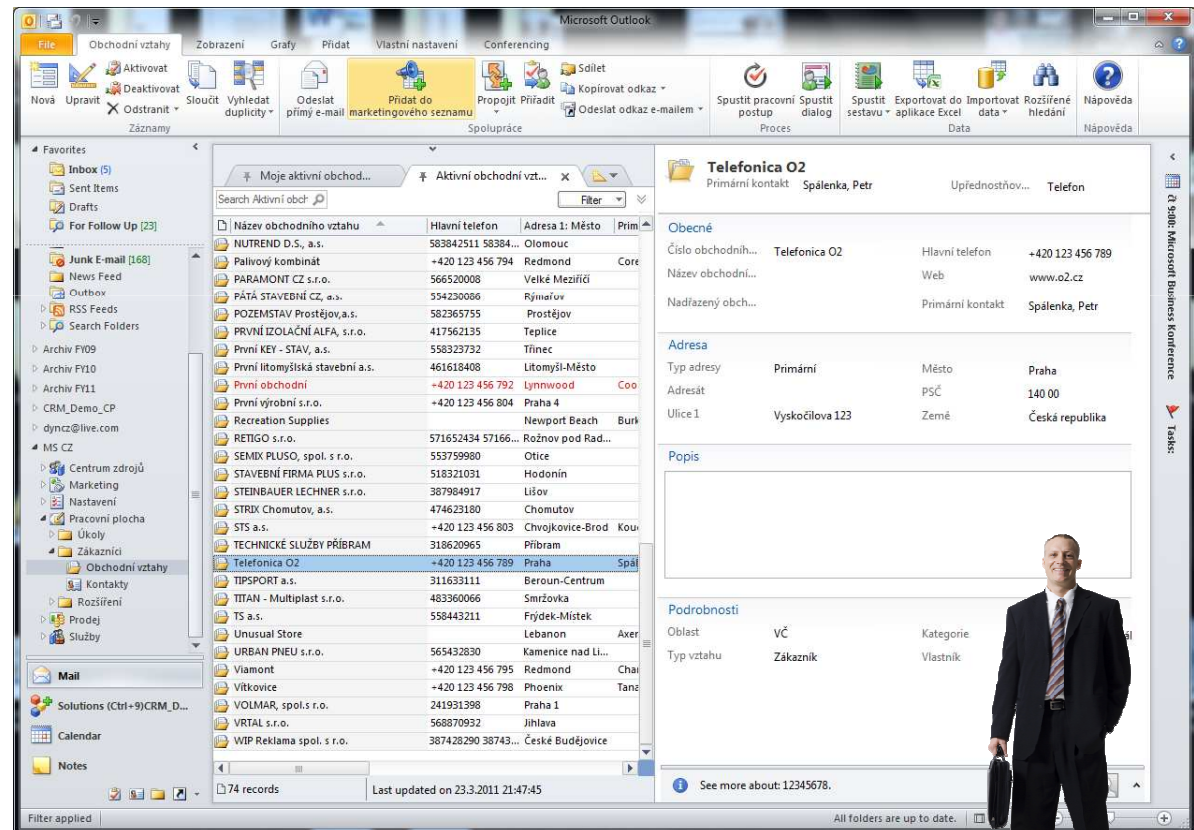
- Plná CRM funkcionalita bez nutnosti instalace/infrastruktury
- Okamžité zprovoznění, rychlejší implementace
- Plnohodnotné uživatelské rozhraní, včetně Outlook, offline, mobile
- Přístup odkudkoli
- Dostupné i pro menší zákazníky – pravidelné měsíční platby



# Kvalita dat - jednotná db zákazníků/klientů

*Kompletní pohled na zákazníky/klienty a interakce s nimi, v jednotné databázi umožňující jednoduchou segmentaci a hromadnou komunikaci.*

- Živá, aktuální databáze - nezbytná podmínka efektivního marketingu
- Spoluzodpovědnost **ostatních oddělení**, zejm. obchodní útvar
- Stanovení procesů **aktualizace db, čištění dat**
- Možnost napojení/práce s **externími daty/registry**

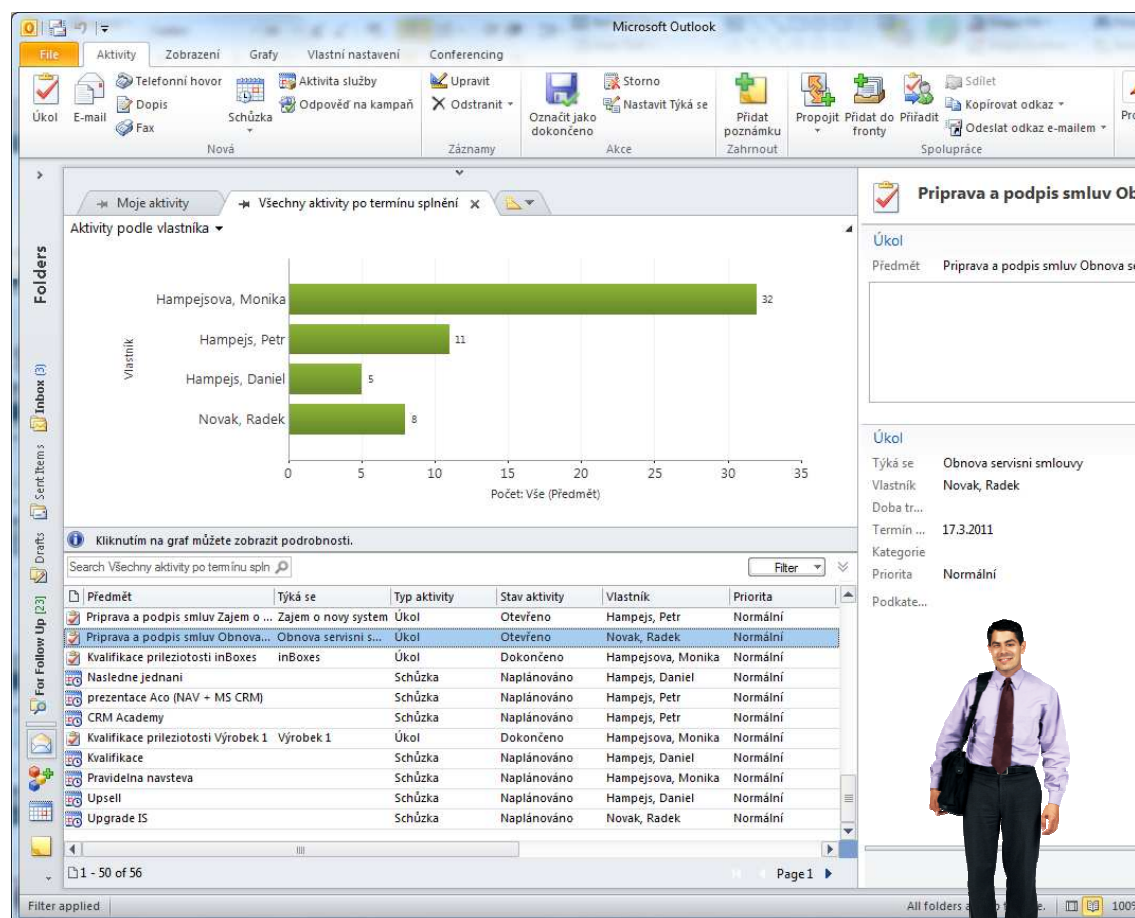


The screenshot displays the Microsoft Outlook interface. The main window shows a list of active business contacts under the heading 'Moje aktivní obchodní vztahy'. The list includes columns for 'Název obchodního vztahu', 'Hlavní telefon', 'Adresa 1: Město', and 'Primární kontakt'. The contact 'Telefonica O2' is selected and highlighted in blue. To the right, a detailed view of 'Telefonica O2' is shown, including fields for 'Číslo obchodního vztahu', 'Název obchodního vztahu', 'Nadřazený obch.', 'Adresa', 'Typ adresy', 'Adresát', 'Ulice 1', 'Popis', and 'Podrobnosti'. The 'Podrobnosti' section shows 'Oblast: VČ', 'Kategorie: Lebanon', 'Typ vztahu: Zákazník', and 'Vlastník: Vlastník'. A man in a suit is standing in the bottom right corner of the Outlook window.

# Přehled o stavu kampaně

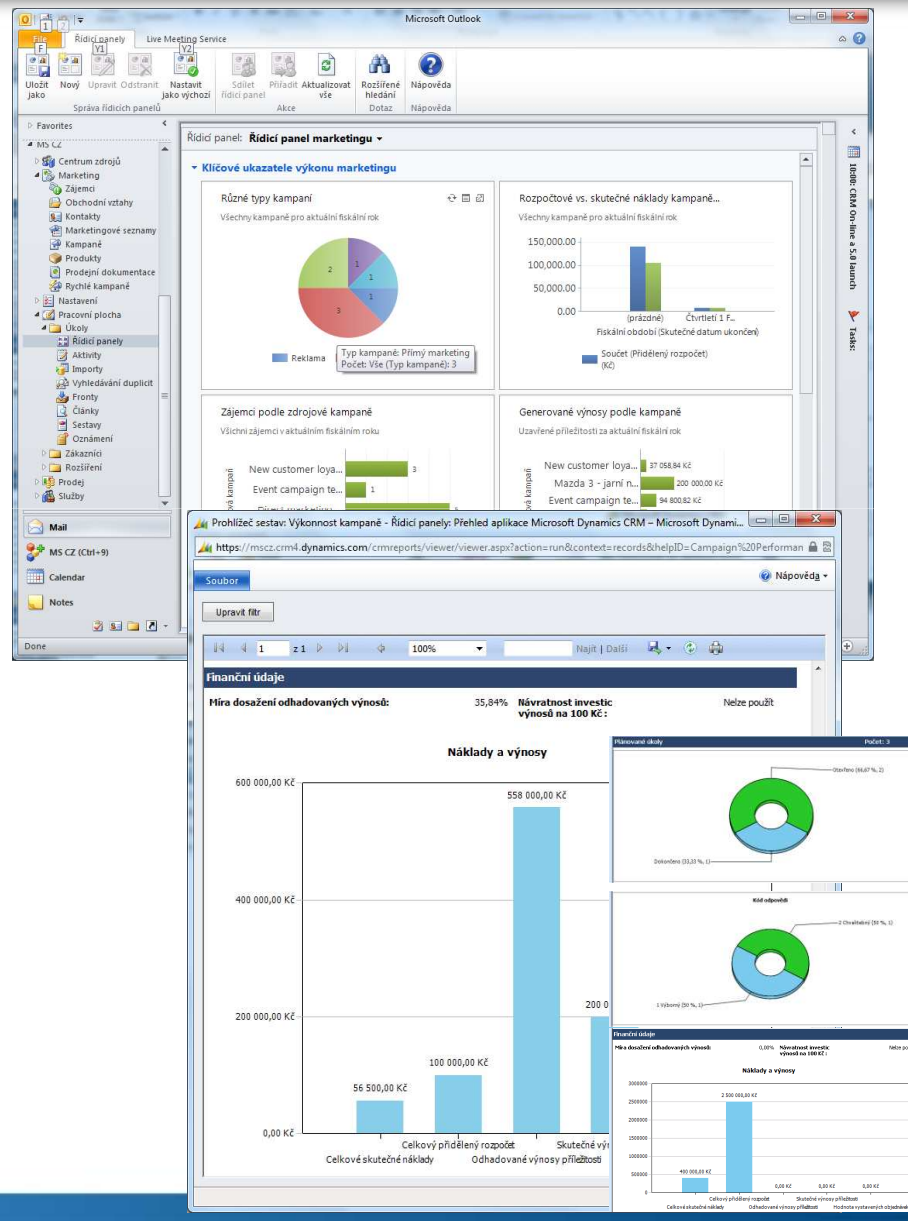
*Aplikace projektového řízení na procesy přípravy a realizace marketingových kampaní ...*

- Do kampaně je zapojeno řada **interních a externích subjektů, různých komunikačních kanálů**
- Generování **úkolů pro členy týmu** a sledování milníků a termínů splnění
- **Přehled o aktuálním stavu projektu, hlídání rozpočtu**
- Možnost **exportovat / importovat** data pro externí zpracování



# Vyhodnocování návratnosti mkg. investic

- **Evidence** jednotlivých **odezev** na kampaň/oslovení
- Hodnocení **přínosu/návratnosti** kampaní
  - Porovnání nákladů a výnosů kampaně
  - Rychlé předání (automatizace) zájemců obchodnímu oddělení
  - Nejen počet zájemců, ale sledování i dále v rámci prodejního cyklu
- **Efektivita** jednotlivých komunikačních **kanálů**
- **Hodnocení** jednotlivých oslovených **segmentů**





# Nasazení CRM systému v CK Fischer



- **Stav před implementací**
  - K dispozici množství dat, které nebyly systémově a systematicky využívány pro nabídku služeb CK FISCHER
- **Faktory, které vedly k výběru CRM systému**
  - Rozšíření portfolia produktů Cestovní kanceláře FISCHER
  - Konsolidace veškerých potřebných dat v jednom jediném systému
  - Získání znalosti Zákazníka – efektivita prodeje + marketingový potenciál
- **Hlavní cíle**
  - Díky lepším informacím o zákaznících prodat více produktů = zájezdů a služeb
  - Využít cross-sell a up-sell nabídky v rámci produktového portfolia
  - Nastavení takového kontaktního schématu, který nabídne správným lidem ty správné produkty ve správný čas
  - Dlouhodobě budovat loajalitu v souladu s kvalitou poskytovaných služeb

# Podporované obchodní procesy a CRM

- **Segmentace zákazníků, Kategorizace produktů**
- **Prodejní hypotézy**
  - Afinita k produktu – pro „každého“ zákazníka bude na základě historických dat určena afinita k dané nabídce – tedy pravděpodobnost, že zákazník o daný produkt projeví zájem, včetně jeho preferencí
- **CRM řídí procesy**
  - Nabídky zájezdů a služeb
    - prodejce + znalost klienta = správná „tailor made“ nabídka
  - Komunikace zájezdů služeb v rámci jednotlivých kampaní
  - Koordinace všech informačních procesů – unifikovaný přístup k zákazníkovi
- **Využití**
  - **Prodej** – prodejci, call centrum
  - **Marketing** – kampaně, on-line komunikace
  - **Produkt management** - optimalizace produktového portfolia



Vyzkoušejte ještě dnes na [www.zkuscrm.cz](http://www.zkuscrm.cz)!

**30 denní trial, otevřen pro všechny zákazníky**

<http://crm.dynamics.com/cs-cz/trial-overview.aspx>

**Více informací o Microsoft Dynamics CRM a navazujících produktech**

<http://crm.dynamics.com>



**Dotazy**



Microsoft Dynamics CRM