



Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki

System zarządzania relacjami z klientem – Customer Relationship Management (CRM)

**Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Działanie 1.4 – 4.1**

Czas trwania projektu: 01.01.2011 - 30.09.2013

Główny cel projektu:

Głównym celem projektu jest utworzenie wersji systemu klasy CRM w formie gotowego produktu – który służy do obsługi klienta w wielu kanałach komunikacji, zgodnie z założeniami strategii marketingu relacyjnego. Celem nadrzędnym jest stworzenie pudełkowej wersji aplikacji, co umożliwi bardziej seryjne wdrażanie aplikacji, przy mniejszych kosztach i skróconym czasie realizacji. „Pudełkowy” charakter produktu umożliwi kierowanie aplikacji CRM do szerszego i silniej zróżnicowanego kręgu odbiorców.

Opis:

W ramach projektu ma zostać utworzone zunifikowane środowisko front-endowe umożliwiające obsługę procesów związanych z klientem zarówno w oddziale jak i w call center. Warty podkreślenia jest fakt, że wszystkie procesy obsługowe przeprowadzane w systemie będą zgodnie z zadaniami realizacji strategii CRM – ang Customer Relationship Management – zgodnie z którą należy nawiązać z każdym klientem relację, która przyniesie korzyści zarówno dla firmy jak i samego klienta. Nawiązanie takiej relacji możliwe jest poprzez bardzo dokładne poznanie klienta i jego potrzeb.

Tworzone rozwiązanie będzie głównym narzędziem do gromadzenia danych o kliencie. W ramach centralnej kartoteki klienta, prezentowane będą nie tylko dane teled adresowe, informacja o produktach klienta, ale także pełna historia interakcji między klientem a instytucją.

Z CRM’owego punktu widzenia bardzo ważnym jest fakt, że platforma będzie wspierać obsługę klienta w różnych kanałach komunikacji. Platforma zostanie wyposażona w uniwersalny interfejs pozwalający na połączenie się z różnymi typami CTI central telefonicznych. System będzie więc umożliwiał nie tylko obsługę face to face ale także za pomocą telefonu, e-maili czy SMS. Podejście takie da wgląd w pełną historię kontaktów między firmą a klientem.

Dzięki wyposażeniu rozwiązania w niezwykle elastyczny moduł BPM – klienci otrzymają unikalną możliwość zarządzania przebiegiem procesu. Administratorzy będą mogli tworzyć nowe formularze, a także zarządzać całym przebiegiem procesu, dzięki czemu firmy będą mogły jeszcze szybciej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki

reagować na zmiany w ich środowisku biznesowym. Z drugiej strony ustandaryzowane wszystkich procesów obsługowych da firmom pewność, że wszyscy klienci będą obsługiwani na takim samym wysokim poziomie. Jednocześnie aplikacja zostanie wyposażona w szereg innych wspierających funkcjonalności jak choćby wsparcie analityczne dla segmentacji, czy elastyczny moduł raportowy, w którym będzie można generować raporty ad-hoc. Z technologicznego punktu widzenia niezmiernie ważne jest opracowanie API umożliwiającego szybką integrację aplikacji ze środowiskiem posiadanym przez klientów.

Kompleksowe podejście do wielokanałowej obsługi klienta oraz funkcjonalności wspierających CRM, a także możliwość samodzielnego modelowania marketingowo- sprzedażowych procesów biznesowych stanowi innowacyjność na skalę co najmniej krajową. Innowacyjność rozwiązania CRM należy zaliczyć do kategorii innowacyjności produktowej. Innowacyjność produktowa na poziomie przedsiębiorcy polega na zmianie podejścia do realizacji tego typu projektów poprzez wcześniejsze stworzenie elastycznego produktu który może być wielokrotnie wdrażany u różnego rodzaju klientów. Rozwiązania CRM wdrażane do tej porty przez Comarch dla instytucji finansowych były projektami „pod klucz” – co wiązało się z dłuższym czasem implementacji i większymi kosztami wytworzenia.

Zastosowanie pudełkowego rozwiązania CRM pozwala na osiągnięcie wielu korzyści zarówno dla dostawcy oprogramowania jak i dla firm z niego korzystających. Poniżej wymieniono kilka z nich.

Spójność danych - Wszystkie informacje o kliencie będą przechowywane w jednej centralnej bazie danych. Modyfikacja lub wprowadzenie danych przez użytkowników któregośkolwiek modułu (np. call center) będzie natychmiast widoczna w pozostałych modułach (np. w oddziale).

Automatyzacja – dzięki zastosowaniu narzędzia klasy BPM do obsłużenia procesów sprzedażowo – marketingowych pewne kroki mogą zostać zautomatyzowane. Dzięki wizardom, oraz wyświetlaniu użytkownikowi odpowiednich formularzy i informacji, system znacznie ogranicza ilość błędów popełnianych przez użytkowników.

Elastyczność - administratorzy otrzymają narzędzie do tworzenia formatek systemu (możliwość konfiguracji informacji przechowywanych w bazie i zbieranych na etapie obsługi klienta) co umożliwi korzystanie z systemu przez firmy wywodzące się z różnych branż. Dodatkowo system będzie zapewniał wysoką konfigurowalność warstwy prezentacyjnej, w szczególności personalizowanie dostępnych narzędzi w zależności od poziomu uprawnień.

Wielokanałowość - wsparcie obsługi zdalnej umożliwi firmom jeszcze lepszą komunikację z klientem a także poszerzenie możliwości sprzedażowych. Sam system natomiast będzie dbał o wymianę informacji między poszczególnymi osobami obsługującymi klienta.