

Systemy CRM

Iwona Maselek

Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza

3MP-DI

12.12.2023 r.



This publication is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0).

Wprowadzenie do systemów CRM

Koordinacja działań

Systemy CRM (ang. *Customer Relationship Management*) pozwalają na scentralizowane zarządzanie kontaktami z klientami, dzięki czemu można skuteczniej koordynować działania między różnymi działami.

Podnoszenie lojalności klientów

Dobre wykorzystanie systemu CRM pozwala na lepsze zrozumienie potrzeb klientów i dostosowanie oferty, co zwiększa szansę na zbudowanie długotrwałych relacji.

Optymalizacja procesów sprzedażowych

Zautomatyzowane funkcje zarządzania sprzedażą w systemach CRM pozwalają skupić się na kluczowych zadaniach, jak pozyskiwanie nowych klientów.



Funkcje systemu CRM

Zarządzanie kontaktami

Przechowuj i zarządzaj informacjami kontaktowymi klientów w jednym miejscu.

Śledzenie interakcji

Monitoruj interakcje z klientami, takie jak rozmowy telefoniczne czy e-maile, aby lepiej zrozumieć ich potrzeby.

Analiza danych

Generuj raporty i analizuj dane dotyczące sprzedaży, obsługi klienta i innych kluczowych wskaźników, aby podejmować lepsze decyzje biznesowe.

Automatyzacja procesów

Automatyzuj powtarzające się zadania i procesy, aby zaoszczędzić czas i zwiększyć efektywność pracy z klientami.





Źródło
<https://www.finsoftconsulting.com.my/blog/digital-transformation-roadmap-epicor-erp>

Korzyści wynikające z zastosowania systemu CRM

Zwiększenie sprzedaży

Dzięki lepszemu zarządzaniu relacjami z klientami można zwiększyć ilość i wartość sprzedaży

Poprawa obsługi klienta

Dostęp do informacji o klientach pozwala na lepsze zrozumienie ich potrzeb i zapewnienie lepszej obsługi.

Wzrost efektywności

Automatyzacja procesów pozwala zaoszczędzić czas i zwiększyć wydajność pracy.

Uzyskiwanie cennych informacji

Analiza danych w systemach CRM dostarcza cennych informacji na temat preferencji klientów, trendów rynkowych i efektywności działań marketingowych.



Najważniejsze elementy systemu CRM

1 Baza danych klientów

Centralne miejsce przechowywania informacji o klientach, historii interakcji i transakcjach.

2 Narzędzia raportowania

Możliwość generowania raportów i analizowania danych w celu oceny efektywności działań i podejmowania decyzji biznesowych.

3 Automatyzacja marketingu

Automatyczne wykonywanie działań marketingowych, takich jak kampanie e-mailowe i *zarządzanie leadami.

4 Integracje

Możliwość integracji systemu CRM z innymi narzędziami, takimi jak systemy księgowość czy platformy e-commerce.

*Zarządzanie leadami - proces planowania, organizowania i kontrolowania działań związanych z pozyskiwaniem, śledzeniem i konwertowaniem potencjalnych klientów, zwanych "leadami", na rzeczywistych klientów.

Najlepsze praktyki w zarządzaniu systemem CRM

1 Efektywne szkolenie personelu

Zapewnij odpowiednie szkolenie pracowników, aby umożliwić im skuteczne korzystanie z systemu CRM.

2 Regularna aktualizacja danych

Dbaj o regularną aktualizację danych klientów, aby mieć dostęp do najbardziej aktualnych informacji.

3 Monitorowanie wydajności

Regularnie analizuj wydajność systemu CRM, w tym jakość danych i wskaźniki sukcesu.

Rodzaje systemów CRM



CRM sprzedażowe

Skoncentrowane na obszarach sprzedaży, takich jak prognozowanie sprzedaży i kampanie marketingowe.



CRM do obsługi klienta

Zorientowane na zapewnienie wysokiej jakości obsługi klienta, takiej jak zarządzanie zgłoszeniami i śledzenie historii obsługi klienta.



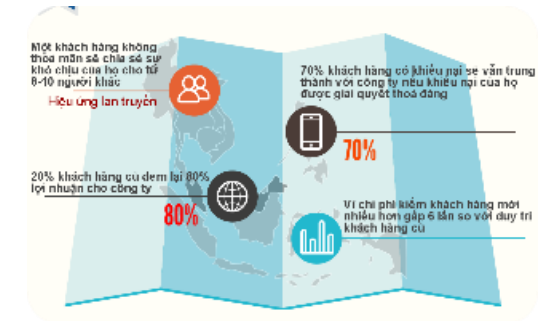
Systemy w chmurze

CRM w chmurze to rozwiązanie oparte na dostępie online, które zapewnia skalowalność, elastyczność i niższe koszty.



Systemy mobilne

Systemy CRM dostępne na urządzenia mobilne umożliwiają pracę zdalną i dostęp do najważniejszych informacji z każdego urządzenia



Systemy lokalne

Lokalne systemy CRM są instalowane na firmowych serwerach i dają pełną kontrolę nad danymi, ale wymagają dużych inwestycji.

Implementacja systemu CRM

1 Analiza wymagań

Pierwszym krokiem w implementacji systemu CRM jest dokładna analiza potrzeb i wymagań firmy oraz określenie celów, jakie ma spełniać CRM.

2 Customizacja i integracja

Ważnym etapem jest dopasowanie systemu CRM do specyficznych procesów firmy oraz integracja z innymi narzędziami, jak ERP czy systemy e-commerce.

3 Wdrożenie i szkolenia

Po zakończeniu customizacji i integracji, przystępujemy do fazy wdrożenia, kiedy to system CRM jest dostosowywany do potrzeb konkretnych użytkowników, a pracownicy są szkoleni w jego obsłudze.

Kluczowe czynniki sukcesu w zarządzaniu systemem CRM

Zaangażowanie zarządu

Wsparcie zarządu jest kluczowe, aby zapewnić sukces implementacji i utrzymanie systemu CRM na długą metę.

Efektywne zarządzanie zmianami

Zmiana systemu to wyzwanie dla pracowników. Skuteczne zarządzanie zmianami i edukacja są niezbędne, aby zminimalizować opór pracowników i maksymalizować korzyści.

Kontrola jakości danych

Dobrze zarządzana baza danych to podstawa efektywnego korzystania z systemu CRM. Regularna kontrola jakości danych jest kluczowym czynnikiem sukcesu.

Jak wybrać odpowiedni system CRM?

Zdefiniuj cele

Określ, jakie cele biznesowe chcesz osiągnąć poprzez wdrożenie systemu CRM.

Przeprowadź audyt

Przeanalizuj swoje obecne procesy i zidentyfikuj obszary, w których system CRM może być najbardziej pomocny.

Przetestuj różne rozwiązania

Wypróbuj różne systemy CRM, porównaj ich funkcje i możliwości integracji, aby wybrać najlepsze rozwiązanie dla Twojej firmy.

Przykłady systemów CRM

Salesforce:

- Jedna z najbardziej rozpoznawalnych platform CRM.
- Oferuje szereg funkcji, takich jak zarządzanie sprzedażą, marketingiem, obsługą klienta i analizy.

HubSpot CRM:

- Zintegrowany system CRM oferujący również narzędzia do zarządzania marketingiem i sprzedażą.
- Posiada wersję darmową oraz płatne plany.

Microsoft Dynamics 365:

- Elastyczny system CRM oferujący również narzędzia do zarządzania operacjami i finansami.
- Integracja z innymi produktami Microsoft, takimi jak Office 365.

Zoho CRM:

- Oferuje funkcje zarządzania kontaktami, sprzedażą, marketingiem i wsparciem.
- Jest dostępny w różnych wariantach, w tym darmowym oraz płatnych planach.

Pipedrive:

- Skoncentrowany głównie na zarządzaniu sprzedażą.
- Zapewnia prosty interfejs i narzędzia do śledzenia procesów sprzedażowych.

SugarCRM:

- Platforma CRM oferująca zarządzanie sprzedażą, marketingiem i obsługą klienta.
- Dostępna w chmurze lub w wersji on-premises.

Bitrix24:

- Zintegrowana platforma oferująca narzędzia do zarządzania relacjami z klientami, komunikacją zespołową i współpracą.

Oracle CX Cloud Suite:

- Oferuje kompleksowe rozwiązania do zarządzania relacjami z klientami, w tym obszarów sprzedaży, marketingu i obsługi klienta.

Freshworks CRM:

- Zapewnia narzędzia do zarządzania sprzedażą, marketingiem, obsługą klienta i analizami.

Nimble:

- Skupia się na integracji mediów społecznościowych z funkcjami CRM, umożliwiając lepsze zrozumienie klientów.

Podsumowanie i wnioski

Systemy CRM to potężne narzędzie, które może przyczynić się do zwiększenia efektywności i skuteczności działań biznesowych. Dzięki nim można lepiej zrozumieć klientów, lepiej nimi zarządzać i dostosować ofertę do ich potrzeb. Wykorzystanie systemu CRM i odpowiednie jego wykorzystanie mogą przynieść znaczące korzyści dla firmy, takie jak zwiększenie lojalności klientów, poprawa satysfakcji klienta i wzrost sprzedaży. Dlatego warto zainwestować w system CRM i odpowiednio go wdrożyć.



BIBLIOGRAFIA

- <https://gamma.app/>
- https://pl.wikipedia.org/wiki/System_CRM
- <https://www.oracle.com/pl/cx/what-is-crm/>
- <https://digitalx.pl/top-10-najlepszych-systemow-crm/>
- <https://www.livespace.io/pl/blog/system-crm-dla-firm/>