

PROPONOWANE KORZYŚCI

Funkcjonalność CRM w rozwiązaniu SAP Business All-In-One



Firma SAP oferuje rozwiązanie SAP® Business All-in-One Solution przeznaczone dla małych i średnich firm. „Funkcjonalność CRM w rozwiązaniu SAP Business All-in-One” pozwala uzyskać korzyści w krótszym czasie dzięki przetestowanym i skonfigurowanym scenariuszom wspomagającym wyraźnie określony zakres procesów gospodarczych dotyczących relacji z klientami firmy.

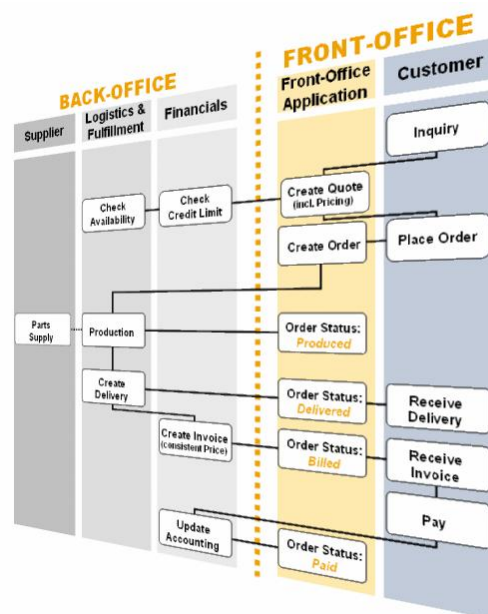
Oparta na pakietach SAP Best Practices oferta zawiera określony zakres funkcjonalny, szczegółowe przewodniki oraz dokumentację, które pozwalają na szybkie wdrożenie procesów umożliwiających zwiększenie efektywności zarządzania relacjami z klientami.

Znaczenie Zarządzania relacjami z klientami (CRM) wzrasta w środowisku, w którym klienci są uświadomieni i dobrze poinformowani. Dysponują oni wszystkimi niezbędnymi informacjami o danej firmie zanim pojawią się u nich osoby z działu sprzedaży. W takim środowisku należy w wyraźny sposób wyróżnić swoją organizację i zapewnić klientowi wyjątkowe traktowanie.

Ponad trzydziestoletnie doświadczenie w zakresie systemów CRM sprawia, że firma SAP ma doskonałe rozeznanie w najlepszych praktykach w tej dziedzinie. Zgodnie z tą wiedzą, klienci wybierający rozwiązanie CRM, które nie jest zintegrowane w ogóle lub jest zintegrowane z systemem klasy ERP niewielkim stopniem, mogą mieć ograniczony wgląd w relacje z klientami. Brak pełnego wglądu w sytuację klientów może doprowadzić do utrudnienia realizacji pełnej strategii CRM. To z kolei może to spowodować utratę wiedzy niezbędnej do skrócenia pełnego procesu sprzedaży (od oferty do płatności) lub zwiększenia średniej wartości sprzedaży do klienta.

Zaprojektowana w celu zapewnienia pełnego wglądu w interakcje z klientem „Funkcjonalność CRM w rozwiązaniu Business All-In-One” odnosi się do specyficznych potrzeb związanych z CRM. Wspiera odpowiednie procesy zarządzania klientami wymagane do zaspokajania codziennych potrzeb — od automatyzacji procesu sprzedaży, przez zarządzanie marketingiem, po zarządzanie działalnością serwisową.

Prekonfigurowane rozwiązanie, które umożliwia szybsze uzyskanie korzyści i zwrotu z inwestycji, jest przygotowane w taki sposób, aby sprostać rosnącym wymaganiom organizacji. Ponieważ oferta SAP jest przewidywalna, sprawdzona i bezpieczna, można ją szybko wdrożyć z pewnością, że łatwo ją dostosować do zmieniających się wymagań.



Czynniki biznesowe

- **Uświadomieni i lepiej poinformowani klienci:** Przy takiej przejrzystości istnieje większa potrzeba koncentracji na kliencie, a jego obsługa staje się czynnikiem wyróżniającym.
- **Koniec / upadek masowego marketingu:** Powoduje potrzebę komunikowania się z klientami i służenia im w taki sposób, aby zaspakajać ich indywidualne, zmieniające się potrzeby i wymagania.
- **Zanikanie różnic między produktami i rozrastanie się kanałów sprzedaży:** Firmy szukają sposobów wyróżnienia się.
- **Brak możliwości utrzymywania wyłącznie transakcyjnych modeli biznesowych:** Lojalność należy budować przez długotrwałe, opłacalne relacje z klientem.
- **Produkt i cena już nie wystarczają już do utrzymania przewagi konkurencyjnej w globalnej gospodarce:** Głównym czynnikiem wyróżniającym stał się poziom obsługi klienta.

Przegląd rozwiązania



Funkcjonalność CRM w rozwiązaniu SAP Business All-in-One obejmuje:

Marketing

- **Segmentacja i zarządzanie listami** — Tworzenie docelowych list marketingowych opartych na atrybutach użytkownika; dzięki łatwym w użyciu narzędziom mapującym można łączyć listy wewnętrzne z zewnętrznymi.
- **Zarządzanie kampaniami** — Planowanie, projektowanie i realizacja skoordynowanych wielokanałowych kampanii przy użyciu spersonalizowanych elementów komunikacyjnych, takich jak szablony wiadomości e-mail. Centralne koordynowanie i kontrola wszystkich planów marketingowych, promocji, inicjatyw, itp. w ramach organizacji przy użyciu interaktywnego kalendarza.
- **Zarządzanie potencjalnymi szansami** — Zbiorcze generowanie potencjalnych szans z kampanii marketingowych lub grup docelowych. Automatyczne generowanie i kwalifikacja potencjalnych szans z ankiet.
- **Telemarketing** — Umożliwienie operatorom rozmów telefonicznych z potencjalnymi klientami i kwalifikowanie potencjalnych szans za pomocą skryptów i ankiet.

Sprzedaż

- **Zarządzanie regionem sprzedaży** — Uporządkowanie zasobów sprzedaży w celu zoptymalizowania pokrycia i zrównoważenia obciążenia pracą w prawidłowo zdefiniowanych regionach sprzedaży. Zapewnienie, że specjaliści ds. sprzedaży są przypisani do najbardziej właściwych i strategicznych klientów.
- **Klienci i osoby do kontaktów** — Zapewnienie specjalistom ds. sprzedaży jednego pełnego wglądu we wszystkie informacje wymagane do zarządzania klientami w zakresie sprzedaży — łącznie z historią klienta, szczegółowymi profilami, kluczowymi osobami do kontaktów, zgłoszeniami serwisowymi, zleceniami, zaległymi zleceniami, informacjami o kredycie i kampaniami adresowanymi do klienta.
- **Zarządzanie szansami** — Śledzenie, analizowanie i optymalizowanie szans od początku do końca, automatyczne przypisywanie partnerów oraz wykorzystanie wbudowanych szablonów metodologii sprzedaży i obszernych schematów organizacyjnych
- **Ustalanie cen** — Automatyczne ustalanie cen
- **Telesprzedaż** — Wyposażenie operatorów sprzedaży przez telefon w arkusze danych o kliencie (podsumowujące wszystkie krytyczne informacje o kliencie), alarmy i skrypty interaktywne.

Zarządzanie serwisem

- **Obsługa klienta** — Zapewnienie najwyższej jakości obsługi klienta za pomocą narzędzi umożliwiających zarządzanie kontaktami z klientami, zgłoszeniami serwisowymi, ofertami, spotkaniami, produktami klienta i gwarancjami.
- **Zarządzanie zleceniami serwisowymi** — Zarządzanie całym procesem przetwarzania zlecenia serwisowego, od tworzenia zgłoszenia serwisowego i przydzielenia technika, przez potwierdzenia realizacji do rozliczenia i oceny usługi.
- **Zarządzanie umowami serwisowymi** — Zarządzanie umowami serwisowymi w celu zapewnienia spójności oferty serwisowej, poziomu cen, rabatów i innych warunków w ramach grupy umów
- **Reklamacje i zwroty** — Zarządzanie całym procesem reklamacji i zwrotów — od otrzymania reklamacji klienta, przez zwrot wadliwego produktu, do utworzenia faktury korygującej minus dla klienta. Klienci mogą tworzyć i śledzić swoje zwroty i żądania faktur korygujących minus, wymiany lub zamiany.
- **Zarządzanie instalacją klienta** — Umożliwienie klientom rejestrowania produktów online — w przypadku każdego zarejestrowanego produktu mogą przeglądać gwarancję lub tworzyć zgłoszenia serwisowe.
- **Zarządzanie gwarancjami** — Śledzenie przez klientów gwarancji zarejestrowanych produktów w kanale internetowym. W momencie tworzenia zlecenia serwisowego, system automatycznie sprawdza, czy istnieje gwarancja.
- **Planowanie zasobów** — Zarządzanie zasobami serwisowymi i ich optymalizowanie w celu umożliwienia przypisania właściwych zasobów do odpowiedniego zgłoszenia w stosownym czasie. Korzystanie z mechanizmu harmonogramowania pozwala na przedstawienie klientom kilku możliwości spotkań i dokładne oszacowanie czasu przyjazdu technika.

Zarządzanie Centrum obsługi — Automatyzacja procesów workflow, zadań i wymiany danych — takich jak wiadomości e-mail i rozmowy telefoniczne w zakresie marketingu, sprzedaży i serwisu w środowisku dostępnym przez przeglądarkę WWW.

Aplikacje analityczne — Analizowanie kluczowych wskaźników sprzedaży, pomagających lepiej śledzić i zamykać szanse oraz kluczowych wskaźników marketingowych, ułatwiających tworzenie i konwersję większej liczby potencjalnych szans.

Proponowane korzyści

Przy użyciu scenariuszy zawartych w „Funkcjonalności CRM w rozwiązaniu SAP All-In-One” klienci mogą:

- Poprawić zwrot z inwestycji w marketing przez przekształcenie wiedzy w działanie.
- Zawrzeć więcej umów za pomocą narzędzi, które pomagają zwiększyć wydajność i efektywność sprzedaży.
- Utrzymać klientów i zwiększyć ich lojalność dzięki obsłudze najwyższej jakości.
- Szybko rozpocząć działanie dzięki łatwemu w obsłudze, intuicyjnemu interfejsowi dostępnemu przez przeglądarkę WWW.
- Zintegrować się z procesami ERP w rozwiązaniu SAP Business All-in-One.
- Zmniejszyć koszty i ryzyko — rozwiązanie zaprojektowano przy użyciu najnowocześniejszej technologii, na podstawie sprawdzonych, skalowalnych aplikacji SAP światowej klasy, umożliwiających szybkie dostosowanie do zmieniających się potrzeb biznesowych i branżowych.

Customer	Industry	ROI/ IRR
Brother	High Tech	129% ROI
Tyrol	Manufacturing	83% ROI
Canada Post	Services	26% ROI
Pfizer	Pharmaceuticals	63% IRR
Waters & Koch	Consumer	30% IRR
IPSCA	Media	7% IRR
Waters	High Tech	35% IRR
Mazda	Consumer	272% IRR
CJ	Consumer	15% IRR
Aid Technology	Media	68% IRR
TATA	Telecom	129% IRR
Engele AG	Utilities	23% IRR
Shelco Group	High Tech	74% IRR
Paragas	Consumer	52% IRR
BW	Utility	16% IRR
Audi	Automotive	22% IRR



Marketing

- **Udoskonalenie koordynacji sprzedaży i marketingu:** Wielu szefów firm wymaga bardziej spójnych relacji pomiędzy grupami sprzedawców i osób z działu marketingu. Lepsza koordynacja wymagana jest do poprawienia jakości współpracy między działami marketingu i sprzedaży, co przekłada się na lepsze kwalifikowanie potencjalnych szans, osiąganie wyższych wskaźników konwersji i skrócenie całego cyklu od rozpoczęcia działania do realizacji celu.
- **Zwiększenie lojalności klientów:** Jeżeli firma nie dba o swoich klientów, zadba o nich ktoś inny. Wiele organizacji jest świadomych faktu, że utrzymanie dotychczasowych klientów jest znacznie tańsze, niż pozyskiwanie nowych. Dlatego znaczna liczba firm wykracza poza oczekiwania klienta, stosując programy, które nagradzają i popierają pożądane zachowania klientów, aby zwiększyć ich lojalność.

Sprzedaż

- **Zwiększenie efektywności sprzedaży:** Koncentracja na właściwych działaniach — identyfikacja działań, które powodują oraz które blokują przejście szansy przez cykl sprzedaży, ograniczenie zadań administracyjnych i wyeliminowanie niepotrzebnych kroków w celu zwiększenia wydajności.
- **Zwiększenie potencjału przychodu:** Poszukiwanie nowych sposobów pozyskania wartości od istniejących klientów. Zwiększenie własnego udziału w budżecie każdego klienta dzięki zrozumieniu jego potrzeb i reagowaniu na nie przez ukierunkowaną sprzedaż produktów dodatkowych i/lub droższych.
- **Zwiększenie dokładności prognoz:** Dokładność prognoz zależy od jakości podstawowych danych szansy; większą pewność w zakresie prognoz i osiągnięcia przychodów w przyszłości można uzyskać przez polepszenie jakości i aktualności tych danych

- **Zmniejszenie kosztów:** Zmniejszenie kosztów procesu sprzedaży przez identyfikowanie i eliminowanie nieefektywności; zapewnienie specjalistom ds. sprzedaży narzędzi potrzebnych do właściwego, bezpośredniego konfigurowania zleceń i eliminowania kosztownych błędów związanych z ich przetwarzaniem

Serwis

- Zarządzanie pełnym cyklem obsługi klienta po zakończeniu transakcji sprzedaży
- Całodobowa, całotygodniowa kontrola zgłoszeń serwisowych z centralnej lokalizacji pozwalająca reagować w efektywny i skuteczny sposób
- Tworzenie nowych ofert serwisowych i modeli dostaw w celu zwiększenia przychodu
- Wykorzystanie pełnego potencjału biznesowego serwisu: Kontrola operacji i pełny wgląd w sytuację klienta pomagają organizacjom kierować nowe oferty związane z serwisem do odpowiednich grup docelowych i pozycjonować je w taki sposób, aby przynosiły zysk

Informacje kontaktowe

Azja, region Pacyfiku i Japonia

Robert Tan

SME Solution Center Asia Pacific Japan

SAP Asia

47 Scotts Road #16-00
Goldbell Tower
228233 Singapore
Tel. komórkowy +65 9656-4990
Tel. +65 6768-5462
E-mail rob.tan@sap.com

Ameryka Łacińska

Guillermo Simbeck

SME Solution Center Latin America

SAP Mexico

Prolongación Av. Paseo de la Reforma 600 PB
Santa Fe 01210 México, DF
Tel. +52/55/52577500
D +52/55/52577572
C +52(1)/55/54137291
E-mail guillermo.simbeck@sap.com
<http://www.sap.com/mexico>

Europa, Bliski Wschód i Afryka

Oliver Merten

SME Solution Center EMEA

SAP Deutschland AG & Co. KG

Hasso Plattner Ring 7
D-61690 Walldorf
Tel. komórkowy +49/170/2200242
Tel. +49/6227/7-70290
Faks +49/6227/78-25838
E-mail oliver.merten@sap.com

Cały świat

Dieter Mazic

SME Solution Portfolio Team

SAP Deutschland AG & Co. KG

Hasso Plattner Ring 7
D-61690 Walldorf
Tel. komórkowy +49/171/308571
Tel. +49/6227/7-49503
E-mail dieter.mazic@sap.com
<http://www.sap.com/smb>