

## Řízení vztahů se zákazníky - CRM

(Customer Relationship Management)

## CRM

- Komplex technologií, podnikových procesů a personálních zdrojů určených pro řízení a průběžné zajišťování vztahů se zákazníky
- Oblast podpory obchodních činností, zejména prodeje, marketingu a podpory zákazníka

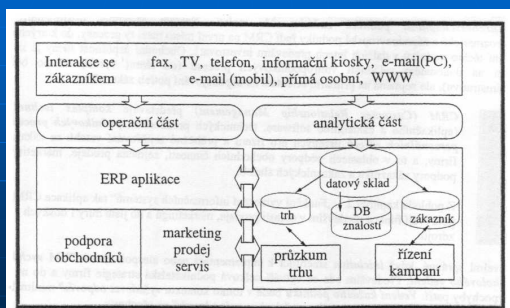
## Otázky vedení podniku

- Jak si vychováme a udržíme loajálního zákazníka?
- Jak vytvoříme strategii CRM pro celý podnik?
- Se kterými prodejními kanály začneme nejdříve?
- Jak do roka dosáhnout výsledků?
- Jak do současné struktury zahrnout nové prodejní e-kanály?

## Projekt CRM dává možnost:

- znovu nastavit podnikové procesy,
- zrevidovat motivační systém zaměstnanců,
- jako hlavní metriku stanovit loajalitu zákazníka,
- využít technologie internetu ke kvalitativně nové komunikaci se zákazníkem

## Architektura CRM



## Kontaktní centra

- Aplikace v rámci CRM
- Podpora komunikace se zákazníkem založená na integraci telefonů a informačního systému.
- Automatické interaktivní hlasové odpovědi.
- Zpracování elektronické pošty.
- Hlasová komunikace přes web.
- Vedení marketingových kampaní.
- Vývoj z „Call center“

## Rozdíly mezi „Call centrem“ a kontaktním centrem

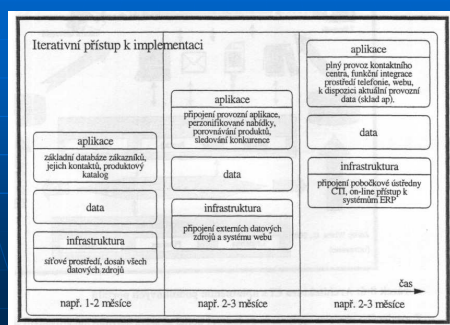
- Vyřizuje momentální problém volajícího
- Je to místo, kde se vyřizují reklamace a dotazy
- Je zaměřeno na produkt
- Úkolem je vyřídit jednotlivé transakce
- Cílem je snížení nákladů
- Provozuje izolované transakce
- Vede se zákazníkem dialog
- Je to místo komunikace se zákazníkem
- Je zaměřeno na zákazníka
- Úkolem je budovat vztah se zákazníkem = „co ještě pro vás můžeme udělat“
- Cílem je růst zisku (prostřednictvím dalších obchodů)
- Integruje veškeré komunikační kanály

## Funkcionalita CRM

Mezi hlavní funkce patří:

- Spojité sledování a analýzy zákaznických požadavků a chování
- Tvorba nové hodnoty s využitím zmíněných zákaznických informací
- Zaměřování obchodních zdrojů na aktivity, vedoucí k vyjádření dlouhodobých a ekonomicky hodnotných vztahů se zákazníky

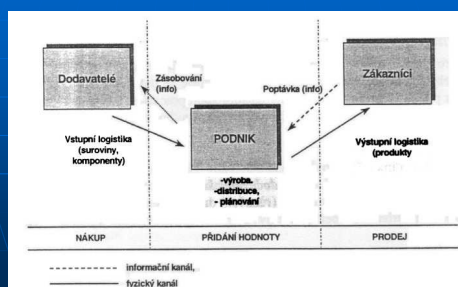
## Implementace a provoz CRM



## Řízení dodavatelských řetězců - SCM

(Supply Chain Management)

## Základní koncept SC



## Funkcionalita APS

- Strategické plánování sítě
- Plánovací požadavky
- Naplnění požadavků a ATP (Available To Promise)
- Hlavní plánování
- Plánování a rozvrhování výroby
- Plánování distribuce a dopravy
- Plánování materiálových požadavků – MRP

## Implementace a provoz SCM

Řešení se dělí do následujících kroků:

- Implementace funkcí pokročilého plánování a rozvrhování (APS)
- Implementace funkcí řízení dodavatelských řetězců v rámci podniku
- Rozšíření záběru z úrovně řízení interních dodavatelských řetězců do dodavatelského a distribučního prostředí