

Jednoduchá aplikácia eCRM v prostredí WWW (1)

Starostlivosť o zákazníkov nie je nový vynález, ale v poslednej dekáde venujú firmy omnoho viac pozornosti spokojnosti svojich zákazníkov. Skúsenosť zákazníka sa stále viac stáva súčasťou produktu. Niekoľko posledných rokov táto myšlienka naďalej silnie, získala prezývku v podobe niekoľkých veľkých písmen a bola pri zrode priemyslu s obratom niekoľkých miliónov dolárov. Dámy a páni, riadenie vzťahov so zákazníkmi – customer relationship management (CRM) je skutočne a nezvratne tu. S dostupnejšími a výkonnejšími nástrojmi informačných technológií a s rozšírením internetu sa postupne vytvorila istá globálna informačná infraštruktúra (GI), stručne povedané, internetom prepojené výkonné informačné systémy [1]. Popri klasických obchodných kanáloch priameho osobného predaja a predaja realizovaného prostredníctvom obchodných partnerov, dilerov a distribútorov, totiž vznikli kvalitatívne nové obchodné kanály využívajúce na komunikáciu so zákazníkom internet.

Systémy CRM všeobecne slúžia na podporu interakcie so zákazníkmi vo všetkých vzájomných komunikačných bodoch [2]. Pod pojmom zákazník treba chápať aj interných používateľov, partnerov, dodávateľov a ostatné subjekty, ktoré prichádzajú do styku so spoločnosťou. V tomto kontexte systémy CRM okrem iného umožňujú:

- efektívnu komunikáciu so zákazníkmi na základe všetkých potrebných informácií,
- zákazníkovi definovať obsah, čas a prostriedok komunikácie,
- konsolidovať dáta a následne získavať hodnotné informácie o zákazníkoch, produktoch a obchodných partneroch,
- zvýšiť jednoduchosť prístupu ku konkrétnemu zákazníkovi naprieč podnikom a všetkými komunikačnými kanálmi,
- zvýšiť efektívnosť a úroveň starostlivosti o zákazníka.

Vykonávanie obchodných aktivít s podporou aplikácií informačných a komunikačných technológií (ICT), napríklad groupvérových aplikácií, aplikácií e-platieb a elektronického bankovníctva, BI – business intelligence, supply chain managementu – SCM a CRM, sa nazýva elektronické podnikanie (e-podnikanie). To vo svojom dôsledku otvára nové možnosti, ako elektronicky efektívne realizovať vlastné produkty a služby na trhu. E-podnikanie, súčasťou ktorého by malo byť aj elektronické eCRM, rozhodne nemožno chápať iba ako prítomnosť firmy na webe. E-podnikanie nakoniec vedie k transformácii podnikových procesov, vyvolaných práve jedinečnou kombináciou vlastností internetu, ktoré umožňujú:

- voľný prístup k informáciám,
- univerzálnu a globálnu dostupnosť,
- poskytnúť informácie a služby na mieru každému jednotlivému používateľovi, a teda každému jednotlivému zákazníkovi.

Niekedy je otázkou, ako získať alebo vytvoriť jednoduchú aplikáciu CRM. Cieľom tohto príspevku je prezentovať jednoduchú, ale funkčnú aplikáciu eCRM – t. j. systém CRM v elektronickej forme, na ktorej by sa dalo zrozumiteľne vysvetliť a predviesť, ako programové vybavenie na riadenie vzťahov so zákazníkmi pracuje a aké sú jeho možnosti. Nebolo cieľom vytvoriť niečo nové a prevratné, ale ukázať funkcionálnosť softvéru CRM ľuďom, ktorí sa bežne nedostanú do styku s podobnými riešeniami. Riadenie vzťahov so zákazníkmi má veľkú budúcnosť, a preto všetci ľudia, ktorí sa pohybujú v oblasti marketingu, manažmentu a ekonomiky, či sú to už vrcholoví pracovníci, radoví zamestnanci alebo študenti, by mali vedieť, ako riadenie vzťahov so zákazníkmi funguje. A to nielen zo strany manažmentu, ale aj zo strany softvéru.

Pokúsme sa problematiku rozdeliť do komponentov – základných logických oblastí. Ako budú tieto komponenty fungovať? V úvode

sme definovali päť základných oblastí, ktoré by mali byť súčasťou každého systému CRM. Okrem nich by tento typ aplikácie mal obsahovať aj dve doplnkové zložky.

Základné komponenty:

- Zákazníci – cieľová skupina, pre ktorú je primárne systém CRM navrhnutý a s ktorými má zabezpečiť komunikáciu.
- Zamestnanci – skupina, ktorá zabezpečuje komunikáciu so zákazníkom.
- Riadenie zákaznických požiadaviek – systém získavania požiadaviek od zákazníkov a ich spracovania, pokiaľ možno k spokojnosti zákazníka.
- Analytická a vyhodnocovacia časť – sledovanie činnosti systému CRM a priebežné monitorovanie spracovania požiadaviek.
- Administrácia systému – zabezpečuje chod aplikácie, aktualizáciu zákazníkov a zamestnancov, definuje prístupy a pod.

Doplnkové komponenty:

- Telefónny zoznam – zamestnancov, zákazníkov a partnerov v záujme rýchleho kontaktu.
- Diskusné fórum, v rámci ktorého je možné riešiť problémy na všeobecnejšej úrovni aj medzi zákazníkmi, prípadne zamestnancami vzájomne.

Od návrhu vlastného riešenia k realizácii

V zmysle predbežného návrhu a rozdelenia aplikácie na jednotlivé oblasti – komponenty, obsahujú aplikácie tieto základné moduly:

- Identifikácia a prihlásenie sa používateľa (zákazníka alebo zamestnanca).
- Úvodná obrazovka v závislosti od prístupových práv – v princípe existujú dve skupiny administrácie. Jedna, ktorá má prístup vďaka a ostatní používatelia s prístupom do vybraných častí.
- Aktualizácia zamestnancov, ktorí reagujú na požiadavky zákazníkov.
- Aktualizácia zákazníkov, definovanie ich prístupových práv a kontaktných údajov.
- Zadávanie požiadaviek s uvedením ich priority.
- Správa a aktualizácia telefónneho zoznamu.
- Manažérske informácie o stave spracovania požiadaviek, rušenie vybavených požiadaviek a sledovanie požiadaviek podľa zákazníkov a zamestnancov.
- Administrátorské činnosti ako nastavenie aplikácie, systémové nastavenia a pod.

Literatúra

[1] DOHNAL, J.: Riadenie vzťahov so zákazníkmi – procesy, pracovníci, technológie. Grada Publishing, Praha 2002. ISBN 80-247-0401-3

[2] STRENTIZEROVÁ, M.: Vzdelávanie a odborný rozvoj ako súčasť procesu „Riadenie ľudských zdrojov“. Medzinárodný pracovný seminár „Education for Management“ – EDMAN 03. ISBN 80-86596-25-7

[3] KRUPA, M.: Aplikácia CRM systémov do riadenia služieb. Diplomová práca. ŽU 2003.

Pokračovanie v budúcom čísle.

Ing. Juraj Vaculík, PhD.

Ing. Marek Krupa

e-mail:juvac@fpedas.utc.sk

6

