# CRM - Customer Relationship Management

Jest to kompleksowe zarządzanie klientami, a zatem taka strategia biznesowa, której założeniem jest tworzenie i pielęgnacja długotrwałych i korzystnych relacji z klientami. CRM się po prostu opłaca – według różnych szacunków pozyskanie nowego klienta w zależności od branży kosztuje 5-10 razy więcej niż jego utrzymanie, a jednocześnie najstarsze motto każdego kupca brzmi: Klient nasz Pan, a zadowolony klient do dobry klient … Warto tutaj zauważyć, że jakość obsługi klienta bardzo często wygrywa z potocznie uznawanymi czynnikami, jak: cena produktu, jakość czy terminowość dostaw.

CRM w takim ujęciu informatycznym jest zbiorem aplikacji lub usług ułatwiających realizację naszego celu – sprawnej i kompleksowej obsługi klientów oraz partnerów naszej firmy. Nowoczesne rozwiązania tego typu zaoferować mogą szereg narzędzi ułatwiających codzienne funkcjonowanie przedsiębiorstwa:

- baza danych podmiotów gospodarczych (klientów i partnerów) - są to dane podstawowe takie jak - nazwa, adres, kategorie, poziom zadowolenia, dane teleadresowe, informacje na temat personelu, struktura organizacyjna firmy lub holdingu, formy płatności, poziomy rabatów jak i również cała historia działań oraz zdarzeń związanych z klientem,
- baza danych kontaktów osobowych - gromadzenie pełnych danych na temat poszczególnej osoby, powiązanie jej z jednym lub wieloma podmiotami. Kartoteka kontaktu personalnego zawiera informacje takie jak nip i pesel osoby, adresy kontaktowe, dane teleadresowe, daty urodzin i imienin, historię zatrudnienia oraz oczywiście pełną historię kontaktów czyli informacje o spotkaniach, zadaniach, załącznikach, terminach itp.,
- organizowanie czasu pracy - wizualizacja przebiegu pracy, obsługa terminów z funkcją zapraszania uczestników, organizowanie wyjazdów. Planowanie zadań i czasu ich realizacji, – zarządzanie korespondencją - rejestry poczty przychodzącej i wychodzącej, przekazywanie jej do odpowiednich osób lub działów z dodatkowymi parametrami jak przypomnienie i powiadamianie przez upływem terminu wymaganej odpowiedzi. Zarządzanie pocztą elektroniczną, segregowanie w oparciu o nadawców lub tematykę. Ułatwienia dotyczące marketingiem przez e-mail, – współtworzenie i zarządzanie dokumentami (np. umowami, zamówieniami, polisami itp.) kontrola "fizycznych" dokumentów, umów identyfikacja dokumentów pod kątem ich miejsca przechowywania oraz terminów. Organizacja i kontrola terminów ważności umów, polis, ubezpieczeń,
- CallCenter - systemy współpracują z centralami telefonicznymi, oraz telefonami. Dzięki integracji pozwalają na przegląd aktywnych rozmów prowadzonych w obszarze całego przedsiębiorstwa, rozszerzają identyfikację rozmówcy z cyfrowej (tylko numer telefonu) do instytucjonalno-personalnej (Imię i Nazwisko/Nazwa firmy lub Instytucji). Dzięki temu

umożliwiają budowanie historii współpracy z klientem.

- zarządzanie i monitorowanie zamówień - Dzięki integracji z innymi systemami informatycznymi przedsiębiorstwa, umożliwiają analizę wystawionych faktur i korekt, należności, zakupionych towarów oraz ogólnego podsumowania historii handlowej z danym podmiotem. Dodatkowo umożliwiają pełny podgląd płatności klienta z podziałem na progi czasowe , jak i wygenerowanie raportów zbiorczych nierozliczonych płatności,
- przygotowywanie i zarządzanie ofertami - przygotowania oferty w wielu wariantach i walutach (przeliczanie po kursie pomiędzy różnymi walutami) na jednym szablonie i możliwość tworzenia wielu profili ofert,
- serwis i reklamacje - pełna historia serwisowa urządzenia po numerze seryjnym, możliwości ewidencjonowania kosztów związanych z wykonaniem usługi i okresów obowiązywania gwarancji, dodatkowo powiązanie serwisu z dowolnymi obiektami w systemie np. notatka z rozmowy telefonicznej, wyjazd do klienta, itd. daje nam pełny obraz pracy działu serwisowego. Dodatkowa integracja z czytnikami kodów kreskowych pozwala na pełną automatyzację obsługi zgłoszenia serwisowego.

źródło: oprac. Adam Dudek