

Případová studie implementace CRM Leonardo ve společnosti Státní tiskárna cenin, státní podnik



Stručný popis zákazníka

STÁTNÍ TISKÁRNA CENIN, státní podnik (dále jen STC) je podnikem s dlouholetou tradicí v oblasti ceninové výroby od roku 1928. Kromě tisku bankovek, státních dokumentů (řidičské průkazy, občanské průkazy, pasy aj.) se zabývá i tiskem dalších produktů ceninového, ale i neceninového charakteru. Z cenin jsou to například tabákové kolky, alkoholové nálepky, dálniční nálepky, akcie, jízdní doklady, stravenky, vstupenky, záruční listy, šeky, směnky apod., z neceninových hlavně různé druhy formulářů a tiskopisů. Novým výrobním programem je pak výroba plastových karet.

Sídlo podniku je v Růžové ulici na Praze 1, kde je realizována většina výroby zakázek ceninového charakteru. Vzhledem ke stále se rozvíjejícím požadavkům trhu a na ně navazující modernizaci a rozšiřování technologie, přestala prostorová kapacita tohoto objektu vyhovovat a aktivity Státní tiskárny cenin se rozšířily do dalších dvou výrobních závodů. Výrobní závod II, ve kterém je realizována centrální personalizace občanských průkazů, řidičských průkazů a pasů, se nachází na Praze 7 a Výrobní závod III na Praze 3. V tomto závodě je umístěn moderní 10barvový rotační stroj vybavený osmi ofsetovými tiskovými jednotkami, jednou flexotiskovou a jednou sítotiskovou věží.

V současnosti je Státní tiskárna cenin největším poskytovatelem služeb v oblasti tisku cenin v České republice.

Cíl řešení

Vytvořit centrální zdroj informací s cílem podpořit probíhající změny v přechod STC na zákaznický orientovanou firmu, která obsluhuje trh s využitím metodiky segmentace a diferenciací přístupu k zákazníkům podle jejich bonitace.

Popis výchozího stavu

Marketingové a obchodní činnosti jsou realizovány centrálně v sídle společnosti. Centrálně jsou stanovena pravidla pro realizaci těchto činností ve vazbě na konkrétní potřeby a požadavky. Organizačně je výkon těchto činností začleněn v rámci obchodního úseku vedeného obchodním ředitelem.

Pro kvalitní výkon těchto činností bylo nezbytné zajistit sjednocení informací o zákaznících, které se ve společnosti STC nacházely v různých informačních systémech na různých místech, nebo existovaly pouze



lokálně u jednotlivých pracovníků. Zároveň bylo třeba zajistit, aby některé informace byly k dispozici v takovém rozsahu, hloubce a struktuře, aby bylo možné vytváření segmentů zákazníků s určitou charakteristikou.

Průběh implementace

Před implementací byla provedena detailní analýza současného stavu, byly popsány jednotlivé informace a jejich zdroje, dále byly definovány potřeby firmy a očekávání od systému - tedy zejména optimalizace toku informací, odstranění duplicitních činností a podpora změny společnosti na zákaznický orientovanou firmu.

Samotná implementace začala na jaře roku 2005 zpracováním realizačního projektu implementace. V tomto dokumentu byly dále popsány jednotlivé dostupné datové zdroje, vydefinování datových rozhraní na jednotlivé stávající systémy STC a stanovené organizační zajištění pro úspěšnou realizaci implementace. Po úvodní customizaci systému a vytvoření datových rozhraní na stávající informační systémy STC, následně proběhlo uživatelské školení v průběhu kterého došlo k doladění jednotlivých úloh a výstupních sestav. V září 2005 pak došlo k předání CRM Leonardo do rutinního provozu. V následujícím období bylo CRM Leonardo dále rozvíjeno dle nových potřeb společnosti STC, např. o oblast informační podpory v rámci realizace event akcí s klíčovými zákazníky.

Přínosy

Informační systém Leonardo je implementován s cílem stát se skutečným nástrojem řízení změn ve společnosti STC, která usiluje o stabilizaci své pozice na svých tržních segmentech a o využívání tržních příležitostí k dalšímu růstu. Jednotlivé přínosy a měřitelné výstupy lze charakterizovat v následujících oblastech:

1. Podpora rozhodovacích činností - kvalitativní změna z intuitivního rozhodování na systémové rozhodování podpořené výstupy z CRM Leonardo.
2. Strategické a operativní řízení - vytvoření pravidelného reportingu a controllingu.
3. V souladu s normami ČSN EN ISO 9001:2001 umožňuje CRM Leonardo informační propojení všech útvarů, které jsou ve styku se zákazníky a je tak prostředkem pro soustavnou péči o zákazníky.

