

Případová studie implementace CRM Leonardo ve společnosti Tokoz a.s.



Stručný popis zákazníka

Tokoz, a.s., je významným producentem zabezpečovacích mechanismů, stavebního a nábytkového kování. Stabilní výroba, inovace a prodej standardních výrobků umožňuje společnosti zaměřit se na zakázkovou výrobu a služby, což je trendem této společnosti již několik posledních let.

Popis výchozího stavu

Společnost TOKOZ, a.s., se rozhodla při řešení SW podpory svých primárních procesů obohatit toto řešení o část podporující obchodní a marketingové procesy. V souvislosti s tímto záměrem došlo k rozhodnutí implementovat CRM Leonardo.

Průběh implementace

CRM Leonardo bylo nasazeno, aby podpořilo prodejní a marketingové aktivity firmy, a to především v oblasti řízení vztahů se zákazníky. Dále bylo zapotřebí pokrýt informační potřeby obchodníků a manažerů prodeje především v činnostech spojených s operativou tj. schůzky se zákazníky, sledování obchodních případů. Poté se do řad uživatelů zapojilo oddělení reklamací a pracovníci z Nástrojárny.

V průběhu loňského roku se vedení společnosti rozhodlo převést verzi Leonardo 6 na verzi 7. V souvislosti s tímto bylo nutné znovu vyvinout aplikaci pro zadávání a sledování vývoje obchodních případů, protože stávající verze měla tyto nedostatky:

- o nazapadala do koncepce Leonardo 7,
- o byla vyvinuta pro webové prostředí a tudíž byla pomalá,
- o její ovládání bylo poněkud kostrbaté,
- o v průběhu jejího používání vyvstaly nové požadavky na funkčnost.

Na začátku provedena analýza původního řešení a bylo navrženo řešení nové – obchodní případ byl pojat jako cíl CRM Leonardo. Nové požadavky, které vyplynuly ze zadání pak byly zakomponovány do stávajícího řešení a byly vytvořeny také přehledné reporty.



Přínosy

- Podpora zákaznických procesů
 - Akvizice nových zákazníků
 - Správa obchodních případů - poptávky, nabídky, realizace atd.
 - Reporting, analýzy, vyhodnocování zákazníků
- SW podpora pro analytické činnosti v oblasti marketingu a obchodu
 - Centrální databáze zákazníků, sdílení klíčových údajů a uložení těchto údajů strukturovaným způsobem
 - Údaje o konkurenčních aktivitách u zákazníků
 - Reporting - specifické výstupy podle požadavků uživatelů dat
- SW podpora správy reklamací
 - Jednotná evidence a podchycení kompletního procesu řešení reklamací
- Přednastavený reporting pro vyhodnocení reklamací

