

# Nový CRM systém ve společnosti LMC – efektivní management a raketový růst

Společnost LMC je lídrem na českém trhu práce a vzdělávání. Provozuje známé kariérní portály Jobs.cz a Práce.cz. Prostřednictvím širokého portfolia produktů a služeb pomáhá desítkám tisíc českých firem nalézat ideální zaměstnance. Obchodní oddělení LMC pro plnění všech svých úkolů a poskytování služeb zákazníkům od roku 2004 využívalo CRM systém. Ten však byl schopný pokrýt jen základní potřeby a při rychlém růstu firmy již nedokázal účinně a efektivně podporovat společnost ve zvládnání jejich úkolů. LMC se proto v roce 2011 rozhodla, že CRM systém změni.

## Starý CRM systém nenabízel potřebné funkce

Dosavadní systém CRM v prostředí IBM Lotus Notes uspokojivě zvládal pokrýt potřeby společnosti LMC v oblasti správy kontaktů, plánování schůzek a administrace základní obchodní agendy. S růstem zákaznické báze i obchodního oddělení však vznikaly nové potřeby, jež vyžadovaly neustálé úpravy CRM. Přitom každá úprava musela být externě programována, což bylo zdlouhavé a nákladné. S růstem objemu dat začal systém vykazovat fatální problémy s rychlostí. Otevření obchodní příležitosti například běžně trvalo půl minuty. V okamžiku, kdy LMC požadovala propojení systému s call centrem a tvorbou reportů, byly možnosti stávajícího CRM zcela vyčerpány. Společnost LMC se proto rozhodla přejít na nový, profesionální CRM systém.

## Implementace SugarCRM se nezdařila

LMC zvolila systém SugarCRM, který podle produktových informací i prezentace dodavatele měl veškeré potřeby společnosti pokrýt. Realita však byla odlišná. Projekt se zpozdil, dodavatel navíc nezvládl správně migrovat data ze starého na nový systém. Po spuštění systém dokonce ani neodpovídal požadavkům a nepokrýval základní požadované agendy. Dvoutýdenní paralýzu obchodního oddělení společnosti LMC tak vystřídal rychlý návrat k původnímu CRM systému.

## Nový CRM systém musel nabídnout jistotu ve funkcionalitě i implementaci

Bylo však zřejmé, že se firma LMC bez nového CRM systému neobejde. Pro management bylo nezbytné a životně důležité získat účinné nástroje řízení obchodního týmu, především kvalitní a okamžitý reporting, detailní kategorizaci klientů, nástroj pro správu obchodních příležitostí a přímé propojení s call centrem, které se staralo o desítky

tisíc zákazníků. Na konci roku 2012 proto firma rozhodla zopakovat implementaci nového CRM. Tentokrát však stanovila podstatně přísnější kritéria volby systému i dodavatele.

## Microsoft byl sázkou na jistotu

Pokud jde o výběr systému, LMC hledala jen silná a osvědčená řešení. Důraz kladla i na bezproblémovou spolupráci s Exchange Serverem, respektive Microsoft Office 365, kam LMC migrovala z nevyhovujícího prostředí IBM Lotus Notes. Volba proto padla na Microsoft Dynamics CRM.

## LLP znamenala jistotu při implementaci

Toto řešení společnosti LMC ve výběrovém řízení nabídli hned dva certifikovaní partneři Microsoftu, z nichž LMC si v září 2013 vybrala LLP. LLP totiž opakovaně prokázala, že má s realizací podobně rozsáhlých projektů řadu úspěšných zkušeností, a zároveň nabídla detailní znalosti o všech typech obchodních procesů a best practices. Velmi pozitivní mezinárodní reference pro LLP, například od Konica Minolta či KBC Advanced Technologies, pak dávaly společnosti LMC jistotu, že tentokrát implementace proběhne úspěšně.

*„Pozitivně hodnotím, že kromě technologického partnera jsme získali i zkušeného mentora pro oblast obchodu a marketingu, který nikdy neztrácí tah na branku.“*

**Petr Procházka, Obchodní ředitel, LMC s.r.o.**

## Sázka na jistotu se vyplatila

Rozsáhlá implementace CRM zahrnovala kompletní redesign původních procesů, přímé propojení s ERP systémem a pokrytí desítek nových agend. Proto začínala téměř dvouměsíční procesní analýzou, v jejímž průběhu byly přesně definovány požadavky klíčových uživatelů i členů vedení společnosti. Původní požadavky LMC byly v této fázi ještě rozšířeny, protože Microsoft Dynamics CRM nabízel podstatně více volnosti než dříve zvolený SugarCRM.

Celý projekt byl poté rozdělen do dvou fází implementace; v jejich průběhu však zákazník ještě měnil některé požadavky a priority. I s dodatečně zvýšeným množstvím funkcionalit se LLP podařilo projekt realizovat v požadovaném termínu, a to včetně velice náročné kompletní migrace dat. Počátkem dubna 2014 tak LMC začala využívat nový CRM systém v ostrém provozu, včetně call centra, které se mezitím rozrostlo.

*„Management chtěl vždy vědět a vidět, co se ve firmě děje. To nám také umožnil Microsoft Dynamics CRM, který se díky profesionální práci a úsilí LLP stal efektivním a přesným nástrojem pro řízení byznysu.“*

*„Microsoft Dynamics CRM nás mile překvapil svou schopností se přizpůsobit i těm nejdrobnějším požadavkům. Pokud se budeme bavit o řešení na míru, je právě toto řešení tím nejlepším příkladem.“*

**Petr Procházka, Obchodní ředitel, LMC s.r.o.**

#### Management může obchod řídit na denní bázi

Spuštění nového CRM představovalo obrovskou změnu ve způsobu i v možnostech řízení obchodu. Už dříve obchodníci pravidelně vyplňovali obchodní plány a u jednotlivých obchodních příležitostí evidovali pravděpodobnost úspěchu. Vedení však nemělo možnost získat reporty o rozpracovaných obchodních případech či informace o plnění u jednotlivých produktů. Každý měsíc se v Excelu zpracovávaly pouze upřesňující odhady prodejních plánů na následujících 12 měsících. Samostatnou kapitolou byly čtvrtletní uzávěrky produkce, kdy bylo kvůli technickým omezením Lotus Notes nutné údaje poslední den čtvrtletí dopočítávat ručně.

S nástupem Microsoft Dynamics CRM se vše změnilo. Vedení si během třiceti sekund může například zjistit, jaké jsou výhledy u prodejů nově zaváděného produktu, s jakou pravděpodobností, v jakých regionech a typech firem atd. Obchodní ředitel má přehled o celém takřka stočlenném obchodním týmu, plánovaných schůzkách, rozjednaných příležitostech apod. Dále může kdykoliv proaktivně pomoci svým obchodníkům s uzavřením rozsáhlé či náročné smlouvy. To přináší obrovské výhody zejména v okamžiku, kdy firma provádí změny v produktovém portfoliu. Reakce trhu lze totiž sledovat prakticky online, což umožňuje rychlé rozhodování a následně rychlejší implementaci změn.

#### Spolehnutí na prognózy a odhady (forecast) je stoprocentní

Další radikální zlepšení přinesl nový systém v oblasti predikce obchodních výsledků. Přesnost odhadů výsledků na následujících 12 měsících či plnění čtvrtletních plánů se záhy začala blížit 100 %. Prodeje produktového portfolia LMC stojí z velké části na retenci. Pro usnadnění práce tak nyní každá úspěšně uzavřená příležitost automaticky přechází do plánu na příští rok. Obchodník ale může jednoduše provádět potřebné úpravy příležitosti reflektující specifika

dané zakázky. Také fakturace (a započítání obchodu do produkce a účtu obchodníka) se nyní realizuje přímo v CRM, který automaticky předává veškerá data ERP systému. Obchodníci jsou tak motivováni udržovat co nejaktuálnější údaje o všech příležitostech i úspěšných prodejkách. Přesné reporty umožňují managementu včas přijmout potřebná opatření pro navýšení nejen celkové produkce, ale i prodejů konkrétních produktů. Což v konečném důsledku vede k lepšímu a efektivnějšímu plnění cílů.

#### Call centrum zvýšilo tržby o 20 %

Další významnou změnou byl raketový nárůst produktivity a efektivity call centra, které je nově úkolováno automaticky, přímo CRM systémem. Ten zadává úkoly do fronty buď z nových registrací k aplikaci Teamio, nebo na základě automaticky importovaných a filtrovaných dat o návštěvách webových stránek a dat ze služby leady.cz, případně na základě pravidelných aktivit v rámci péče o zákazníky. Nasazení Microsoft Dynamics CRM do call centra, včetně jeho propojení s telefonní ústřednou, obratem přineslo zvýšení jím generovaných tržeb o úctyhodných 20 %.

#### Obchodníci díky novému CRM ušetří půl hodiny denně

Díky úzké integraci s ERP systémem a nastavení sofistikovaných workflow nyní obchodníci při práci s CRM ušetří denně v průměru půl hodiny času. Jednak jim odpadla nutnost vytvářet manuálně v Excelu řadu reportů, jednak mohou všechny činnosti provádět přímo v CRM. Dříve museli pracovat ve více systémech, ručně přepisovat data, vkládat je navzájem do různých systémů atd. To bylo nejen pracné, ale zvyšovalo i riziko chyby, tedy ztráty.

#### Standardizace obchodního kontaktu poskytne lepší informace o zákaznících a jejich potřebách

V blízké budoucnosti LMC plánuje vybavit obchodníky standardizovanými formuláři pro vedení obchodní schůzky. Jejich využívání bude pro zákazníky LMC znamenat vysoký a jednotný standard poskytované péče. Obchodníkům pak pomohou rychleji vkládat všechna potřebná data do systému. Firma díky standardizovaným formulářům získá detailnější a přesnější informace o trhu a jeho potřebách. To LMC umožní efektivně zacílit obchodní nabídky i marketingové aktivity a zavádět inovace, které budou ještě lépe reagovat na měnící se potřeby zákazníků.

### O LLP CRM

LLP CRM poskytuje konzultační a implementační služby v oblasti řízení vztahů se zákazníky. LLP CRM se specializuje na řešení Microsoft Dynamics 365 a Pivotal. Mezi naše klienty patří Skanska, HBO, O2 Czech Republic, Raiffeisenbank, Whirlpool, sAutoleasing, Konica Minolta, Edenred a mnoho dalších.

Máme zkušenosti s implementacemi CRM systémů ve více než 15 zemích a patříme do mezinárodní skupiny LLP Group s 25ti-letou konzultační historií ([www.llpgroup.com](http://www.llpgroup.com)).

Více o LLP CRM na [www.llpcrm.cz](http://www.llpcrm.cz).