

CRM systémy pro malé firmy

JAMES A. MARTIN

Dnes je software CRM pro správu vztahů se zákazníky neodmyslitelným vybavením společností, které chtějí se svými klienty udržovat kontakt. Pro malé subjekty patří mezi nejpřitažlivější produkty CRM ty realizované v cloudu.

Salesforce.com

V současné době už většina vlastníků malých firem s dobrým přehledem o internetu minimálně slyšela o společnosti Salesforce.com. Uvedená korporace byla založena v roce 1999 a stala se díky poskytování svého systému CRM umístěného v cloudu průkopníkem. Produkt byl určen pro malé a středně velké firmy a dnes je tato společnost lídrem v oblasti cloudových systémů CRM. Protože existuje mnoho dalších cloudových služeb od jiných dodavatelů,

které umožňují integraci s řešením Salesforce.com, mají uživatelé k dispozici více možností a funkcí. Salesforce.com navíc nabízí nástroje pro firmy všech velikostí. Například služba Salesforce Contact Manager stojí pět dolarů měsíčně za uživatele.

Salesforce.com však v žádném případě není jediným cloudovým nástrojem CRM pro malé firmy. Ve

skutečnosti trh oplývá různými zajímavými nabídkami. Některé jsou zdarma nebo velmi levné. Jiné, tzv. sociální nástroje CRM, přidávají komponenty pro sociální média a usnadňují on-line sledování aktivit klientů, jejich zájmů a potřeb. Některé CRM systémy nyní nabízejí mobilní verze, takže lze k datům o zákaznících přistupovat rovněž na cestách.

Levné systémy CRM

„Jestli jste ještě nikdy nezkoušeli systém CRM, je nejlepším řešením experimentování s nějakým bezplatným nebo levným cloudovým nástrojem,“ radí James E. Gaskin, technologický konzultant. „Pohrajte

si s ním, abyste zjistili, co se vám líbí a co ne. Až budete připraveni, můžete do systému začít přidávat další uživatele a data nebo ho můžete vyměnit

za jiný, pokud ten existující nástroj už nebude splňovat vaše potřeby.“

Mezi bezplatné a levné cloudové služby CRM patří například:

■ **Zoho CRM** – nabízí mnoho funkcí CRM a také integraci se sadou cloudových aplikací Zoho včetně e-mailu a webových konferencí. Jako většina aplikací Zoho je Zoho CRM zdarma, i když to platí jen pro omezenou verzi a maximálně tři

uživatele. Při širších možnostech stojí služba minimálně 12 dolarů na uživatele měsíčně.

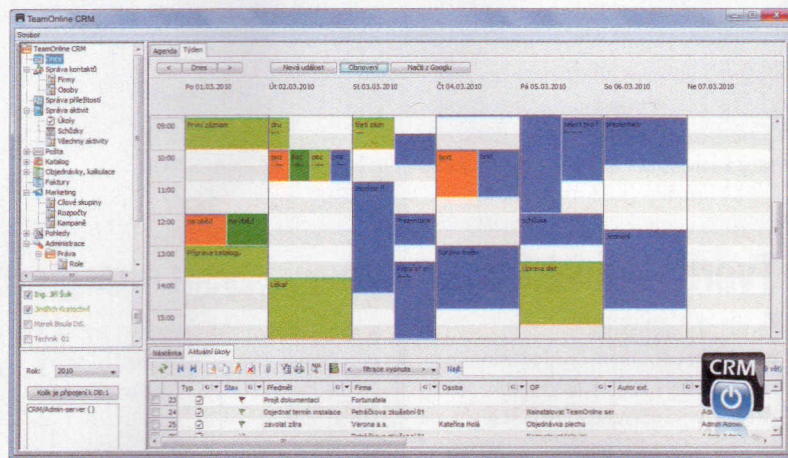
■ **Free CRM** – to je, jak asi správně tušíte, název dalšího bezplatného CRM nástroje, který podporuje až pět uživatelů a až 10MB úložiště. Vyžaduje určitý čas při úvodní konfiguraci a seznámení, ale nabízí přímocare sledování perspektiv, předpovědi prodeje a další funkce. Pro-

závislé subjekty mohou těmto nástrojům přidávat funkce a flexibilitu. Produkt SugarCRM je dostupný v edicích Professional (za 360 dolarů) a Enterprise (600 dolarů) s rozšířenými sadami funkcí.

Sociální CRM

„Sociální CRM je v současné době žhavým tématem,“ tvrdí William Band, viceprezident a hlavní analy-

i Správa vztahů se zákazníky (CRM) je velmi potřebná pro všechny podniky. Řešení realizovaná v cloudu mohou tyto služby nabídnout za relativně nízké či dokonce nulové náklady i těm malým.



V Česku bylo pro cloudové prostředí vyvinuto například CRM řešení TeamOnline.

fesionální edice poskytují (za 15 dolarů a více na uživatele měsíčně) on-line podporu, neomezené datové úložiště a další funkce.

■ **SugarCRM a vTiger CRM** – bezplatné open-source aplikace CRM obsahující některé cloudové komponenty. Obě mají aktivní vývojářské komunity, což znamená, že ne-

stik společnosti Forrester Research, který se specializuje na strategie a technologie nástrojů CRM.

„Například čtyři z každých pěti dospělých občanů USA jsou členy nějaké sociální sítě,“ dodává Band. Výsledek: Firmy se ve zvýšené míře snaží sledovat změny v sociálních sítích svých zákazníků. Je to logické

Jak implementovat CRM řešení realizované v cloudu do své infrastruktury

Stejně jako u nasazování kteréhokoliv nového softwaru – než si jakýkoli cloudový systém CRM předplatíte, proveďte si vyhodnocení a dopředu plánujte.

■ **Vyhodnotte potřeby své společnosti.** „Zjistěte, které obchodní a marketingové problémy chcete od cloudového nástroje CRM vyřešit,“ doporučuje Leary. Zkontrolujte všechny zavedené procesy, abyste viděli, co funguje a co ne a co lze eliminovat. „To vám poskytne jasný obrázek toho, co od systému CRM potřebujete,“ vysvětluje. „Získáte tak kontrolní seznam úkolů, které vám pomohou srovnat různé systémy CRM a provést správné rozhodnutí.“

■ **Využijte výhod bezplatných zkušebních verzí.** Využijte bezplatná zkušební období služeb (obvykle 15 až 30 dní) k seznámení se s každou funkcí

a rozhraním systému. Mějte na paměti, že po uplynutí zkušebního období můžete být vázáni smlouvou a její předčasné ukončení může být penalizováno.

■ **Počítejte.** „Cloudový CRM systém vám může pomoci snížit investice do serverů, softwaru a IT personálu,“ poznamenává Jeremiah Owyang, který dohlíží na zákaznické strategie ve společnosti Altimeter Group. Namísto toho získáte předvídatelný měsíční poplatek, který lze umístit do rozpočtu. Udělejte si ale od počátku jasno, jaké měsíční výdaje to budou. Zjistěte všechny CRM funkce, které požadujete, avšak jsou placeny separátně.

■ **Ptejte se na bezpečnost.** Poskytovatelé cloudových služeb CRM „jsou mnohem více zaměřeni na zabezpečení a mají v této oblasti více zna-

lostí, než kdy malé firmy budou mít,“ prohlašuje Gaskin. Protože na cloudové CRM systémy migrují stále více také velké společnosti, musí poskytovatelé cloudových CRM dokázat, že jejich úroveň zabezpečení je minimálně stejně tak účinná, jako je ta v korporátních prostředích. Dříve než svěříte data svých zákazníků kterémukoli poskytovateli CRM, věnujte čas otázkám záruk zabezpečení.

■ **Zvažte mobilní možnosti.** Několik cloudových služeb CRM vyvinulo aplikace pro iPhone a jiná mobilní zařízení, takže lze k záznamům o zákaznících přistupovat na cestách.

■ **Zajistěte si souhlas svého obchodního oddělení.** „Mnoha malým firmám se přechod na on-line CRM systémy nepodaří, protože jejich obchodní tým považuje dotyčný systém při používá-

ní za příliš nešikovný,“ tvrdí Gaskin. Neuvědomují si jeho hodnotu při seznamování se s ním nebo se cítí ohroženi sdílením informací o svých zákaznících s ostatními lidmi ve firmě. Obchodní tým „musí vidět způsob, jak díky systému CRM budou schopni vydělat více peněz, jinak budou řešení odmítat,“ dodává.

■ **Vytvořte si strategii úniku.** Ověřte si, že jste schopni zrealizovat export svých dat z cloudové služby CRM. Díky tomu se při rozhodnutí migrovat později na jiný systém nedostanete do pastí tvořených nemožností exportovat data. Než ukončíte využívání služby, zajistěte si export všech dat. Některé cloudové služby upozorňují, že skartují všechny vaše záznamy, jakmile službu přestanete využívat.

rozšíření CRM, které je navrženo tak, aby pomohlo podnikům k širšímu chápání zájmů, potřeb a starostí svých zákazníků.

„Mnoho obchodních vztahů dnes začíná na internetu a zákazníci stále více hledají firmy prostřednictvím vyhledávače Google, stránek fanoušků Facebooku a prostřednictvím návštěv webových stránek,“ dodává Brent Leary, technologický analytik pro CRM a malé firmy. Je tedy velmi smysluplné sledovat a vytvářet takové vztahy prostřednictvím cloudových služeb CRM, zejména nabízejí-li monitoring sociálních sítí.

Následující služby slučují sociální média a CRM:

■ **LinkedIn Profile Organizer** – přidává základní funkce podobné CRM na webu sociální sítě firemních profesionálů, a to včetně schopnosti organizovat kontakty do složek a přidávat k profilům poznámky. Služba vyžaduje účet LinkedIn Premium Account (za 25 dolarů měsíčně nebo více).

■ **Gist** – importuje kontakty ze služeb Facebook, LinkedIn, Salesforce.com, Twitter, z aplikace Outlook a ze služby Gmail do jednoho informačního panelu. Tato zatím bezplatná služba hodnotí důležitost lidí a společností ve vašich databázích kontaktů na základě vašich interakcí s nimi. Také můžete přehledně zobrazit nejnovější e-mailovou korespondenci u každého kontaktu zároveň s poznámkami, které jste si pro něj vytvořili, jeho nejnovější tweety atd.

■ **BatchBook** – kombinuje správu kontaktů s nástroji pro sledování jejich příspěvků v sociálních médiích, sledování komunikace se zákazníkem a umožňuje používat for-

Zkušenosti s cloud computingem v Česku

Ze zkušeností s našimi zákazníky, tedy uživateli účetních a obchodních agend, je zatím více akceptován takzvaný privátní cloud, tedy provozovaný uvnitř firmy na vlastních serverech. Na představu, že by svá účetní data měla firma uložena někde na pronajatém prostoru, si zatím klienti zvykají pomalu.

Výhody cloud řešení ale jednoznačně převažují a usnadňují život jak uživatelům (čerstvé informace stále k dispozici, při havárii počítače si stačí pouze sednout k jinému, žádná starost

o zálohování), tak i samotným poskytovatelům řešení (snadnější správa systémů, distribuce nových verzí, rychlejší asistence při výskytu potíží a další a další výhody plynoucí z odstranění původních bariér prostoru a času). Nakonec i o samotné zabezpečení cenných dat se více postará specializovaná firma než běžný uživatel.

Všechny výše jmenované vlastnosti byly také důvodem pro rozhodnutí vytvořit sadu komponentů, z nichž lze jednoduše poskládat běžnou

lehkou databázovou aplikaci, vhodnou právě pro provoz v prostředí internetu.

V současné době existují první dvě aplikace vybudované na této platformě. Komerční produkt pro řízení vztahů se zákazníky TeamOnline CRM, který integruje svět ekonomických systémů se světem softwaru pro týmovou spolupráci s využitím technologie Google Apps. Druhým produktem je pak zakázkový systém pro řízení pobočkové sítě.

Stanislav Mrzena, TeamOnline

muláře pro vytváření vzorů či provádět výzkumy nebo vytvářet různé seznamy a reporty. BatchBook je dostupný v omezené verzi bezplatně. Placené účty stojí měsíčně od 10 do 100 dolarů.

■ **HubSpot** – ucelené komplexní řešení zahrnující sledování a péči

zaci pro vyhledávače. Všechny tyto funkce služby HubSpot jsou za jednu cenu, ale ta je měsíčně od 250 dolarů výše.

■ **Chatter** (cena od 25 dolarů a více měsíčně na uživatele) – přidává komponentu sociálních sítí do prostředí Salesforce.com CRM. Chatter

také předplatitelům umožňuje přímo se připojit k účtům Facebook a Twitter. Služba je nyní ve verzi beta-testování.

Další možnosti

Existují další tři cloudové alternativy CRM ke zvážení:

■ **Microsoft Dynamics CRM**, který je flexibilním systémem. Můžete ho nainstalovat a používat ve svých lokálních počítačích a serverech nebo ho

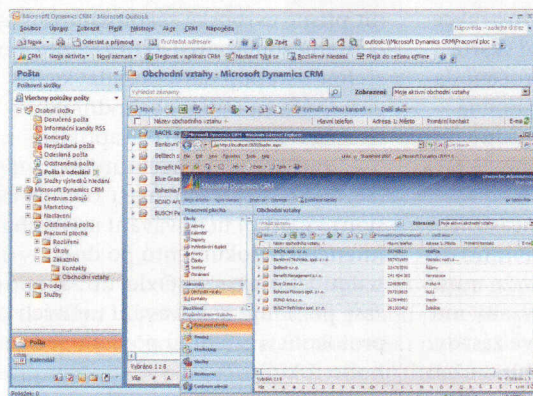
nasadit jako cloudový systém CRM (za 44 dolarů na uživatele měsíčně). Rozhraní je podobné jako v sadě Microsoft Office, takže ho většina uživatelů bude dobře znát.

■ **Infusionsoft Email Marketing 2.0** – vyzdvihuje integraci CRM s e-mailovým marketingem. Je vhodný pro malé firmy, které mají velmi složité marketingové potřeby a chtějí sledovat prakticky veškerou interakci se zákazníkem. Tarify jsou měsíčně od 199 do 499 dolarů.

■ **Highrise** – cloudový CRM systém oblíbený mnoha malými společnostmi. Spolu se svými funkcemi CRM systém poskytuje různé aplikace zákaznických služeb od nezávislého dodavatele, jako např. MailChimp, který je e-mailovou službou pro marketingové kampaně. Highrise nabízí bezplatný tarif pro dva uživatele s až 250 kontakty. Nad tímto limitem jsou měsíční tarify začínající na 24 dolarech za šest uživatelů.

V Česku mohou menší organizace kromě výše zmíněných produktů, z nichž asi nejznámější je Salesforce.com CRM, použít i řadu řešení využívajících hostování například CRM systémů společnosti Microsoft, dále služby jako TeamOnline, CAS PIA, Bluejet a mnoho dalších.

(pal) 10 0267



Často je CRM v cloudu řešeno hostováním produktu Microsoft Dynamics CRM.

o hlavní části prodeje, integraci se službou Salesforce.com, marketingové analýzy a další funkce CRM, monitoring sociálních médií, blogování, hostování webů a optimali-

TeamOnline CRM Vám poskytne aktuální informace pro Vaše úspěšné rozhodování. Spojte svůj pracovní tým a dělejte business bez časového a prostorového omezení. www.teamonline.cz



TeamOnline®

TeamOnline a.s., www.teamonline.cz, obchod@teamonline.cz, tel.: 267 310 345, fax: 271 720 971