

Reference: OEZ s.r.o.

Dodavatel: D3soft s.r.o.

Produkt: CRM Leonardo

Obor podnikání

Výroba a strojírenství

Webové stránky<http://www.oez.cz/>**Obrat**

1 500 000 000 Kč a více

Popis činnosti

OEZ, s. r. o. má dlouholetou tradici a bohaté zkušenosti s vývojem, výrobou a prodejem jisticích přístrojů nízkého napětí. V současnosti patří k největším výrobcům a dodavatelům jisticí techniky v České republice. Kromě působnosti v České republice společnost OEZ s.r.o. vyváží své produkty do řady zemí Evropy, Asie, Afriky i Ameriky. V roce 2007 dochází k podepsání smlouvy se strategickým partnerem - skupinou Siemens.

Výchozí situace před nasazením CRM

V rámci zesílení konkurenčního tlaku a zkvalitnění poskytovaných služeb svým zákazníkům zahájila společnost OEZ v roce 2000 projekt budování cílené zákaznické orientace. Při nastavování nových marketingových a obchodních procesů se projevila nutnost pořízení softwarové podpory jako podpůrného nástroje umožňujícího integraci velkého množství informací z interních i externích zdrojů včetně možnosti tvorby uživatelských výstupů, a to jak operativních, tak strategických.

Typ CRM

Řízení obchodu
Marketingové aktivity
Řízení servisu
Správa zákaznického centra

Mobilní aplikace

Ano

Typ provozu CRM

Na vlastním serveru

Dodání serveru

Požadují dodání

Počet uživatelů CRM

Více než 50 uživatelů

Rozpočet na CRM

Více než 1 milion Kč

Jazykové mutace

čeština, angličtina, němčina

Země implementace

Česká republika

Napojení na stávající systémy

účetnictví, skladový systém, výrobní systém



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Nasazené řešení

Implementace byla rozdělena do následujících oblastí:

- řízení vztahů se zákazníky (Customer Management)
- řízení vztahů s dodavateli (Supply Management)
- řízení produktů (Product Management)
- strategického marketingu (Marketing Management)

Paralelně s implementací CRM Leonardo byl zahájen projekt realizace marketingového plánu společnosti OEZ, s. r. o., který byl úspěšně dokončen.

Přínosy po nasazení

- zavedení standardizace marketingových a prodejních činností při obsluze zákazníků
- vytvoření pracovních postupů a jejich následná podpora v informačním systému.
- vytvoření pravidelného reportingu a controllingu.



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.