

Reference: SEKO system s.r.o.

Dodavatel: D3soft s.r.o.

Produkt: CRM Leonardo

Obor podnikání

Maloobchod, velkoobchod

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

10 000 000 - 29 999 999 Kč

Popis činnosti

Společnost SEKO system s.r.o. byla založena v roce 1998 se zaměřením na prodej a servis kopírovací techniky. Od roku 2000 rozšířili nabídku o prodej a servis prezentační techniky. Dnes mohou komplexně vybavit konferenční místnosti a přednáškové sály řídicími systémy a dalšími doplňujícími komponenty.

Výchozí situace před nasazením CRM

Firma se nezabývá pouze vlastním prodejem, ale díky dobrému technickému zázemí zajišťuje jak záruční, tak i pozáruční servis. Se zákazníkem se snaží spolupracovat dlouhodobě a nabízet vysoký standard služeb po celém území ČR prostřednictvím smluvních partnerů. Tuto filozofii umí vhodně podpořit CRM systém, proto se majitel rozhodl pro implementaci CRM Leonardo Small Business.

Typ CRM

Řízení obchodu
Marketingové aktivity
Řízení servisu

Mobilní aplikace

Ano

Typ provozu CRM

Na vlastním serveru

Dodání serveru

Požadují dodání

Počet uživatelů CRM

Do 10 uživatelů

Rozpočet na CRM

Do 250 tisíc Kč

Jazykové mutace

čeština

Země implementace

Česká republika

Napojení na stávající systémy

účetnictví

Nasazené řešení

Prvotní nastavení bylo proto provedeno na základě vyplnění vstupního dotazníku a upřesňující vstupní schůzky. Instalace proběhla do 14 dnů od podpisu objednávky, včetně integrace na účetní systém. V následujícím období byla interně zavedena nová metodika řízení obchodu ve společnosti, zejména v oblasti akvizice nových zákazníků. Vzhledem k důležitosti této změny procesů byl nastaven kontrolní reporting upozorňující, jak je nová obchodní strategie naplňována obchodníky v praxi, přímo ředitele a majitele společnosti.



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.

Přínosy po nasazení

Hlavní přínosy:

- získat přehled o stávajících zákaznících společnosti – jejich nákupech, ziskovosti, potenciálu, kontaktních osobách a historii spolupráce
- rozdělit potenciální zákazníky mezi jednotlivé obchodníky
- sledovat, jak je potenciál jednotlivými obchodníky rozvíjen, zda je jejich aktivita správně cílena a nakolik je efektivní
- mít přehled o úspěšnosti jednotlivých produktů a efektivně řídit produktové portfolio
- podpořit řízení obchodníků, mít přehled o jejich úspěšnosti a plnění plánu prodeje



Porovnání CRM systému



Hodnocení dodavatelů CRM



Aktuální novinky ze světa CRM.