

PRZEFERWIJ

Status Quo

**Zakwestionuj bieżący
stan rzeczy. Odróżnij
się od konkurencji.
Wprowadzaj innowacje.
Nie naśladuj.**

Cyfrowa transformacja rozpoczyna się wraz z doświadczeniem klienta.



Cyfrizacja przekształca świat

Najnowsze rozwiązania technologiczne wynikające z rozwoju technologii mobilnych, mediów społecznościowych oraz trendów big data zmieniają to, jakich interakcji z firmą oczekują jej potencjalni klienci. Nawet jeżeli jesteś najlepszy w swojej branży, klienci porównują Cię już nie tylko z bezpośrednią konkurencją, ale również z przedsiębiorstwami z innych sektorów gospodarki, podnosząc poprzeczkę dla wszystkich.

W przypadku technologii IT, odpowiedź przedsiębiorstwa na zachodzące zmiany nie musi oznaczać modyfikacji w kierunku całkowicie cyfrowej interakcji z klientem. Czasami wystarczy po prostu odpowiednie wyważenie relacji w cyfrowym i realnym świecie. W niektórych przypadkach nic nie zastąpi klasycznej rozmowy w cztery oczy.

Customer Experience naszym Gwiazdą Północy

Obszar technologii cyfrowych rozwija się w wykładniczy sposób. Jak donosi

ChiefMartec, w roku 2016 wyróżniono ponad 3800 różnych systemów. Tendencja wzrostowa w tym zakresie nasila się z każdym rokiem.

W jaki sposób zapanować nad tym chaosem? Odpowiedź brzmi: skup się na fundamencie Twojego biznesu. Celem każdego przedsiębiorstwa jest zaspokojenie potrzeb klientów oraz udziałowców, rozwiązywanie problemów lub odpowiedź na wymogi uczestników rynku.

Firmy, które będą realizować powyższe zadania w sposób przystępny i wygodny dla drugiej strony, będą zdecydowanie bardziej efektywne w swoim działaniu od firm, które skupią się wyłącznie na ostatecznym celu bez względu na sposób jego osiągnięcia. Nieustanne doskonalenie Customer Experience można przyrównać do Gwiazdy Północy jako wyznacznika kierunku rozwoju firmy na przyszłość.



Idealne Customer Experience wymaga zgrania ze sobą wielu kanałów informacyjnych

Jeszcze nie tak dawno temu firmy mogły sobie pozwolić na prowadzenie dwóch typów komunikacji z klientami. Komunikat cyfrowy skierowany był do konsumentów obeznanych z nowoczesnymi technologiami. Pozostała grupa klientów wymagała bardziej osobistych relacji z firmą w realnym świecie.

Aktualnie podróż klienta (ang. Customer Journey) odbywa się przez wiele różnych kanałów komunikacji z firmą, prowadząc klienta do ostatecznego podjęcia decyzji zakupowej. Zbudowanie dobrego doświadczenia klienta z firmą podczas tej podróży powinno przebiegać płynnie i bezproblemowo.

CRM i Single Customer View

Które spośród wspomnianych ponad trzech tysięcy systemów powinny być wykorzystywane do przechowywania danych o klientach? Nowoczesne systemy do zarządzania relacjami z klientem (CRM)

projektowane są w taki sposób, aby zbierać i przetwarzać różnego rodzaju informacje o klientach. Stanowią one centralne repozytorium danych, które pozwalają zbudować pełen obraz relacji z klientem (Single Customer View).

To właśnie sprawia, że systemy CRM są idealnym spoiwem technologii oraz wykonywanych działań zmierzających do zapewnienia nieustannej satysfakcji klientów. Dzieje się tak niezależnie od tego, jakie kanały i narzędzia komunikacji są wykorzystywane do budowania Customer Experience.

CRM i kanały interakcji międzyludzkich

Ponieważ coraz więcej elementów dotyczących podróży klienta wspieranych jest przez kanały cyfrowe, interakcje z prawdziwymi ludźmi zarezerwowane są dla jej najważniejszych etapów.

Chociaż istnieją specjalistyczne rozwiązania do zarządzania mediami społecznościowymi, stronami

internetowymi oraz automatyzacji e-mail marketingu, to właśnie CRM jest narzędziem do zarządzania najistotniejszymi kanałami interakcji międzyludzkich.

CRM jako narzędzie zmiany kultury organizacji

Ponieważ tempo zmian cały czas przyspiesza, jednym z kluczowych wyzwań współczesnego biznesu jest pomaganie pracownikom w nadążaniu za innowacjami.

Nowoczesne systemy CRM wspierają ciągłe doskonalenie procesów biznesowych zapewniając pracownikom dostęp do informacji, których potrzebują. Dzieje się to poprzez wykorzystanie automatyzacji oraz mechanizmów typu workflow, ułatwiających zapamiętywanie co i w jaki sposób jest do zrobienia.

Jeśli kupisz takie samo oprogramowanie jak wszyscy, otrzymasz taki sam Customer Experience.

Wybierz właściwy system CRM

Ponieważ systemy CRM stanowią kluczowy aspekt tworzenia całości Customer Experience, podczas wyboru oprogramowania CRM nie wystarczy brać pod uwagę jedynie potrzeb Sprzedaży. Obecnie systemy CRM wspierają pracę wszystkich działów firmy, które biorą udział w kreowaniu podróży klienta. Dlatego wybór odpowiedniego dostawcy CRM jest decyzją o kluczowym znaczeniu dla całego przedsiębiorstwa.

Wesprzyj swoich pracowników

Idealny system CRM pozwoli Twoim pracownikom zapewnić pozytywne doświadczenia klientów z Twoją firmą; nie będzie to tylko narzędzie do raportowania lejka sprzedaży.

Znajdź rozwiązanie oferujące intuicyjny interfejs. Takie, które jest proste w obsłudze, a jego wersja mobilna jest zgodna z desktopową. Wymagaj od

systemu CRM potężnych narzędzi typu workflow oraz automatyzacji pracy, poprawiających wydajność pracowników i jednocześnie pozytywnie odbijających się na jakości obsługi klienta.

Elastyczność

Znajdź system, który będzie rosł i rozwijał się wraz z Twoim biznesem. Potrzebujesz elastycznego narzędzia, które może być swobodnie dostosowywane do zmieniających się przepisów, polityki firmy, potrzeb integracji czy kwestii bezpieczeństwa.

Całkowity koszt posiadania systemu

Przeanalizuj całkowity koszt posiadania systemu podczas podejmowania decyzji o wyborze CRM. Pamiętaj, że jeśli ograniczysz potrzebne funkcje ze względów budżetowych, to ucierpi na tym Customer Experience.

Twój CRM stanowi fundament pozytywnych doświadczeń klientów,

uważaj więc na ukryte opłaty, np. za zwiększenie pojemności bazy danych lub dodatkowe integracje po API. Opłaty takie często pojawiają się już w trakcie użytkowania systemu.

Zbuduj konkurencyjny Customer Experience za pomocą nowatorskiego systemu CRM

CRM to system, który łączy wszystkie działania i kanały komunikacyjne mające wpływ na pozytywne doświadczenie klienta na każdym etapie podróży.

Wybierając dokładnie taki sam system jak wszyscy zapewnisz klientom ten sam poziom Customer Experience co wszyscy. Niczym się nie wyróżnisz.

Sugar wyróżnia się w wielu istotnych kwestiach.

SugarUX

Sugar oferuje unikalny poziom User Experience, oddający władzę nad aplikacją w ręce jej użytkowników. Wcześniejsze generacje systemów CRM były tworzone w celu zbierania informacji od pracowników i tworzenia raportów dla osób zarządzających. SugarCRM zdał sobie jednak sprawę z tego, że to nie raporty poprawiają Customer Experience. W związku z powyższym zaprojektowano interfejs SugarUX, który wspiera interakcje z klientem, rozpoznaje kontekst i pozwala na indywidualne traktowanie każdego kontaktu.

Pojedyncza instancja

Sugar to system, w którym dla każdego klienta stworzona jest pojedyncza instancja oprogramowania, a nie, jak w większości opartych na chmurze rozwiązań, instancja współdzielona. Oznacza to, że każda firma posiada własną kopię systemu oraz własną bazę danych niezależną od jakiegokolwiek

innej firmy używającej Sugar. Z punktu widzenia technologii jest to subtelna zmiana, jednak jej wartość biznesowa jest nieoceniona.

Ponieważ aplikacja oraz baza danych nie są współdzielone, elastyczność systemu w celu jego indywidualnego dopasowania nie jest ograniczana koniecznością wzięcia pod uwagę potrzeb innych firm korzystających z Sugar.

System Sugar można zainstalować w chmurze publicznej, podobnie jak inne aplikacje tego typu, udostępnić w chmurze prywatnej, w prywatnym środowisku serwerowym lub w chmurze producenta (Sugar On Demand). Powyższe rozwiązania nie ograniczają funkcjonalności systemu oraz nie generują dodatkowych kosztów. Sugar zapewnia wszystkie korzyści aplikacji w chmurze przy zachowaniu bezpieczeństwa oczekiwanego od produktów zainstalowanych na prywatnych serwerach, wszystko to niezależnie od preferowanego sposobu instalacji.

Całkowity koszt posiadania Sugar

W porównaniu do swoich głównych konkurentów, Sugar zapewnia znacznie niższy całkowity koszt posiadania. Pozostali dostawcy systemów CRM stosują technikę ukrytych kosztów po to, aby niską ceną początkową przekonać do oferowanego narzędzia. Niedopowiedziane bywają koszty indywidualnego wdrożenia, integracji z innymi systemami czy chociażby rozbudowy standardowych modułów.

Dlaczego SugarCRM? **Ponieważ koncentruje się na tworzeniu niezwykłych relacji z klientami.**



Wspiera pracowników

CRM, który mieści się w dłoni – spójny interfejs desktopowy i mobilny,

Intuicyjny UX – w pełni konfigurowalny, ukierunkowany na klienta interfejs,

Wydajna współpraca – automatyzacja złożonych procesów w poszczególnych działach firmy,

Pełne zaangażowanie – zbieranie informacji o kliencie na każdym etapie podróży.



Najbardziej adaptowalna platforma

Działa wszędzie – w publicznej, bądź prywatnej chmurze, na własnych serwerach lub w infrastrukturze hybrydowej,

Nieskończenie elastyczny – najbardziej konfigurowalny system oparty na otwartej technologii (Open Source),

Łatwa integracja – z globalnymi aplikacjami biznesowymi oraz bazami danych,

Pełny dostęp do kodu źródłowego – jeden bazowy kod źródłowy niezależnie od środowiska instalacji.



Wielka wartość biznesowa

Przewidywalny cennik – żadnych ukrytych opłat, czy przymusowych aktualizacji,

Tańszy – w pracach integracyjnych i dostosowawczych z wykorzystaniem powszechnych narzędzi i umiejętności,

Najbardziej kompletny – moduły do zarządzania sprzedażą, serwisem i marketingiem w jednym systemie,

Najniższy na rynku całkowity koszt posiadania – najbardziej przystępne rozwiązanie do kupienia, dostosowania i administrowania.

Zbuduj maszynę wzrostu... poprzez bycie indywidualistą.

Clint Oram

współzałożyciel i
dyrektor marketingu,
SugarCRM

Może jest Ci znane takie doświadczenie: chciałbyś rozwijać swój biznes, ale nie ufasz swojej maszynie wzrostu. Twój zespół sprzedażowy pracuje na dobrym poziomie, ale nie ma mowy o rozkręceniu biznesu ponad przyjęte założenia. Często osiągnięciu zaplanowanych celów nie sprzyja również działalność marketingu, który dostarcza dużej liczby leadów o niskiej kwalifikacji i niewielkim potencjale konwersji na sprzedaż. Narasta ciśnienie, które negatywnie oddziałuje na zespół. To jasne, że formuła wzrostu nie działa.

Jak rozwiązać ten problem, kiedy Twojemu zespołowi sprzedażowemu brakuje spójności w kontaktach z potencjalnymi klientami? Kiedy przekazywanie klienta z działu do działu, wydaje się być ciągłym wyzwaniem? Kiedy po tylu latach ciężkiej pracy Twoich handlowców nadal frustruje utrata klientów oraz nieumiejętność zbudowania dobrego wrażenia o firmie?

Kiedy Twój budżet jest określony, a Ty nie jesteś pewien, czy zwiększenie wydatków na marketing posłuży wzrostowi sprzedaży?

Jeśli wszystko to brzmi znajomo, mam dla Ciebie wskazówkę, która pomoże zamknąć o wiele więcej transakcji i zatrzyma raz pozyskanych klientów bez konieczności przekroczenia przyjętego budżetu... Poświęć trochę czasu na analizę systemu CRM w Twojej firmie.

Oto dlaczego warto to zrobić: nowe, świeże podejście do systemu zarządzania relacjami z klientami może zmienić sposób, w jaki Twoja organizacja współpracuje z innymi. Odpowiednia kwalifikacja zamiarów i zarządzanie cyklem sprzedaży pomogą odróżnić się od konkurencji. W wielu przypadkach taka samoanaliza prowadzi do wniosku o konieczności wdrożenia nowego systemu CRM.

Przestarzałe systemy CRM to przede wszystkim raportowanie wyników do kadry zarządzającej, bez skupienia się na wytwarzaniu niepowtarzalnego Customer Experience. Poza kilkoma wyjątkami, różne przedsiębiorstwa z tej samej branży najczęściej oferują tylko odmiany tego samego produktu lub usługi. W pozyskiwaniu klientów sposób ich traktowania jest równie istotny lub nawet istotniejszy od sprzedawanego produktu.



Przerwij Status Quo. Zakwestionuj bieżący stan rzeczy. Odróżnij się od konkurencji. Wprowadzaj innowacje. Nie naśladuj.

Uzyskasz
300%-owe
zwiększenie
obrotu
sprzedaży



Potrzeba wyjątkowego, unikatowego Customer Experience jest jeszcze bardziej istotna, niż kiedykolwiek wcześniej. Pomyśl o tym. Nocowałeś w wielu biznesowych hotelach na całym świecie. Są pewne różnice pomiędzy nimi, ale wszystkie oferują wygodne, duże łóżka i dostęp do prywatnej łazienki. Lista jest długa: można porównywać linie lotnicze, wypożyczalnie samochodów, nawet Allegro oraz eBay. W jaki sposób odróżnisz się od bezpośredniej konkurencji, jeśli oferujesz podobny produkt?

Odpowiedzią jest Customer Experience. Wygrywają firmy, które tworzą lepsze relacje ze swoimi kontrahentami. Pytanie brzmi: Jak stworzyć lepszy wizerunek firmy w oczach klienta podczas korzystania z tego samego, banalnego rozwiązania CRM co konkurencja?

Podczas wydarzenia SugarCon 2016 usłyszeliśmy od klientów SugarCRM wiele ciekawych historii na temat tego, jak zaczęli szukać innego podejścia w realizowaniu założeń CRM. Wszyscy zwracali uwagę na jedno: nie chcieli być

tacy, jak ich konkurencja. Zdali sobie sprawę, że jest im potrzebny inny rodzaj systemu, który posłuży budowaniu pozytywnego doświadczenia z ich firmą. Wszyscy Ci ludzie byli wolnymi duchami, niezależnymi jednostkami, motywatorami zmian. Byli również zmęczeni przeciętnym, średnim i niezmiennym status quo w ich przedsiębiorstwach. Zobaczyli, że SugarCRM to szansa znalezienia lepszej drogi. Ich analiza i inwestycja opłaciły się.

► **Jaime Morillo z Marathon Sports** powiedział, że od czasu implementacji systemu Sugar jego organizacja odnotowała 225% wzrost zamówień oraz zwiększyła utrzymanie klientów z 47% do 57%.

► **Naomi Ward z CitySprint** (oddział w Wielkiej Brytanii), mówiła o tym jak Sugar wspiera logistykę oraz dostawy w ich spółce, pomagając uniknąć zakłóceń związanych z konkurowaniem z liderami takimi jak Amazon, czy Uber.

► **Rober Amber z Unifin** (firma oferująca usługi finansowe w Meksyku) powiedział, że jego organizacja była w stanie zmniejszyć czas rozpatrywania wniosków o 60% i zwiększyć przychody ze sprzedaży o 300%.

Zarówno te, jak i wiele innych firm, zrozumiały, że mają duży wybór jeśli chodzi o CRM. Bycie ostrożnym wcale nie było zbyt rozsądne. Nowoczesny system CRM może pomóc sprzedać więcej, zwiększyć przychód i zbudować markę bez konieczności zwiększania budżetu.

Nie bądź naśladowcą. Oddziel się od sfory CRM. Jeśli będziesz naśladować narzędzie konkurencji, będziesz naśladować wszystko inne. Poza tym, widok na czele jest o wiele lepszy.

Firmy kwestionujące Status Quo z Sugar CRM

htc

IBM®

ORION
HEALTH

 SENNHEISER

 YellowPagesGroup™

 marathon
SPORTS

 MACQUARIE
University

 UNIFIN

 SUGARCRM

HEADQUARTERS

10050 North Wolfe Road | SW2-130
Cupertino, CA 95014
T: 408.454.6900 | F: 408.873.2872

www.sugarcrm.com

GLOBAL OFFICES

North America Cupertino, New York, Raleigh

Europe London, Minsk, Munich

Latin America Mexico City, Sao Paulo

Asia-Pacific Hong Kong, Sydney

Copyright © 2017 SugarCRM, Inc. All rights reserved. SugarCRM and the SugarCRM logo are registered trademarks of SugarCRM, Inc. in the United States, the European Union and other countries.

Polskie tłumaczenie: eVolpe Consulting Group
(SugarCRM Elite Partner) - www.evolpe.pl

SugarCRM

Wiodąca na rynku CRM platforma SugarCRM jest niezbędnym narzędziem pracy dla każdej osoby utrzymującej relacje z klientami. Od handlowców, marketerów, agentów obsługi klienta, przez recepcjonistki do osób zarządzających SugarCRM poszerza perspektywy pracy z klientem, pomagając pracownikom podejmować lepsze decyzje i tworzyć niezwykle silne relacje z klientami.

