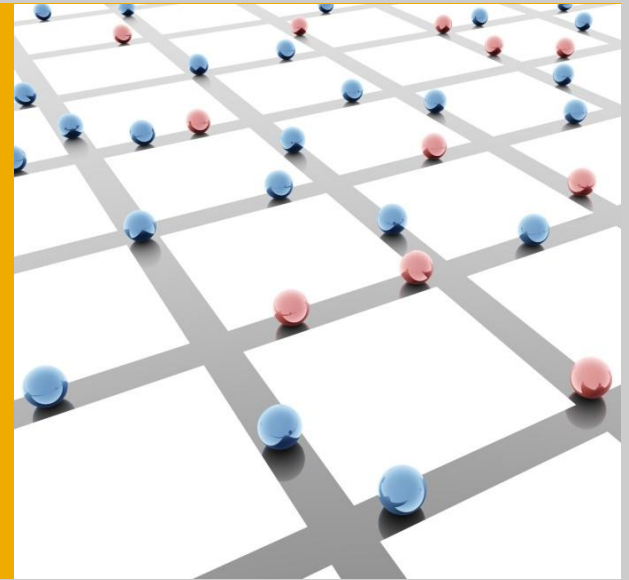


SAP CRM radionica

Mogući pristupi uvođenju CRM rješenja

→ Prilagođeno stvarnim poslovnim potrebama



Mario Semialjac

Solution Engineer, SAP CEE

Zagreb, 22.10.2009

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™



Sadržaj



- **Tipični izazovi sveobuhvatnih projekata**
- **Kako odabrati pravi pristup**
- **Ključevi uspjeha – što je najvažnije?**

Tipični izazovi sveobuhvatnih projekata 1/2



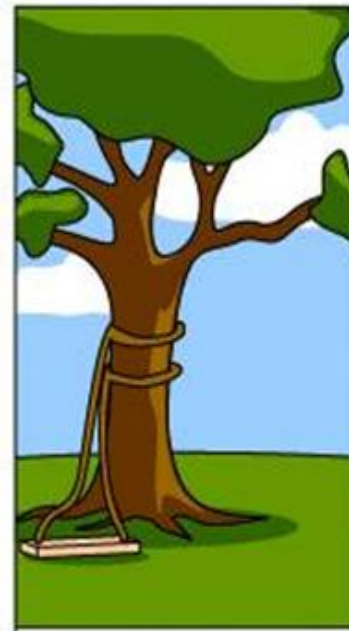
Ovako je korisnik objasnio zahtjeve



A ovako je to razumio voditelj projekta



Naravno, analitičar je napravio dizajn...

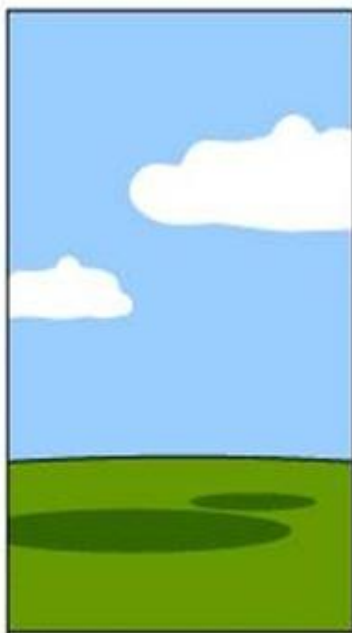


... a programer na toj bazi napisao program

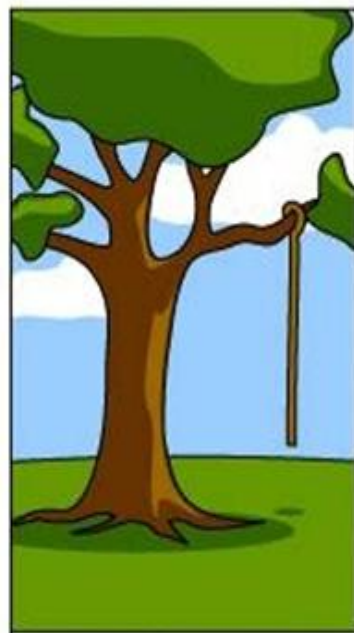


Poslovni savjetnik procijenio je potrebe

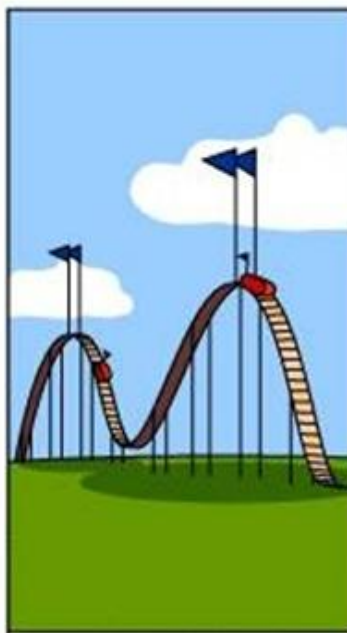
Tipični izazovi sveobuhvatnih projekata 2/2



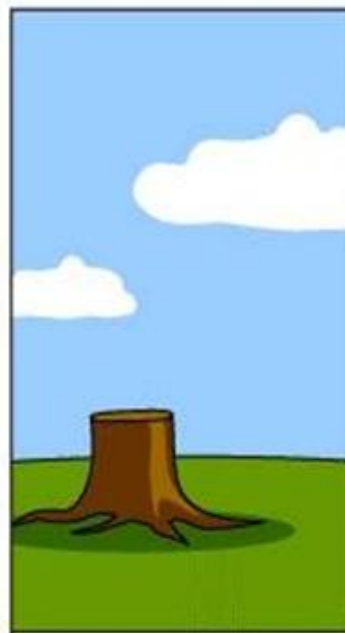
Projekt je uredno dokumentiran!?



Usljedila je precizna instalacija tehničara



... primjerena naplata korisniku



Isporučena je i podrška ultra-razine



A korisnik je ustvari htio OVO

Mijenja se model poslovanja

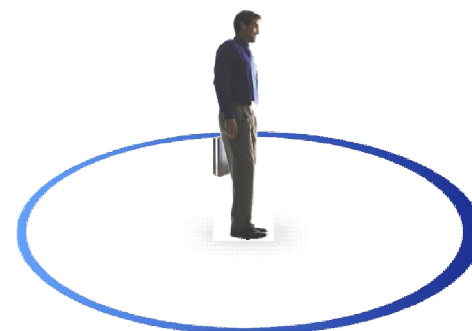
Organizacije, poslovni procesi i IT arhitektura prate nove zahtjeve



Filozofija poslovanja



Orijentacija na proizvod



Orijentacija na korisnika

Način razmišljanja

- **Prodati** naše proizvode **bilo kome** tko je spreman kupiti ih
- **Fokus na nove proizvode** (privlačniji korisnicima)

- **Prodati korisniku** ono što mu **treba**
- **Nadgledati leadove korisnika** za **maksimalnu zaradu** pri svakom kontaktu/transakciji

Zacrtni ciljevi

- Tržišni udio **po grupama proizvoda**
- Mjesečna prodaja **proizvoda**

- Prosječan **prihod od korisnika** po **segmentima**
- **Zasićenost proizvodima** po **korisniku**

Ključne koristi

- Inovacija i **izvrsnost proizvoda**

- Sinkroniziranje svih akcije **prema korisniku**

Sadržaj



- **Tipični izazovi sveobuhvatnih projekata**
- **Kako odabrati pravi pristup**
- **Ključevi uspjeha – što je najvažnije?**

Putovanje i trajanje puta ovisi o cilju

Osigurati trajnu vrijednost kroz plan i slijedenje poslovnih prioriteta



**A. CRM
'sistematski pregled'**

Razumjeti

B. CRM dizajn modela

Sveobuhvatan pogled

C. Business case

Realističan pristup

D. CRM mapa puta

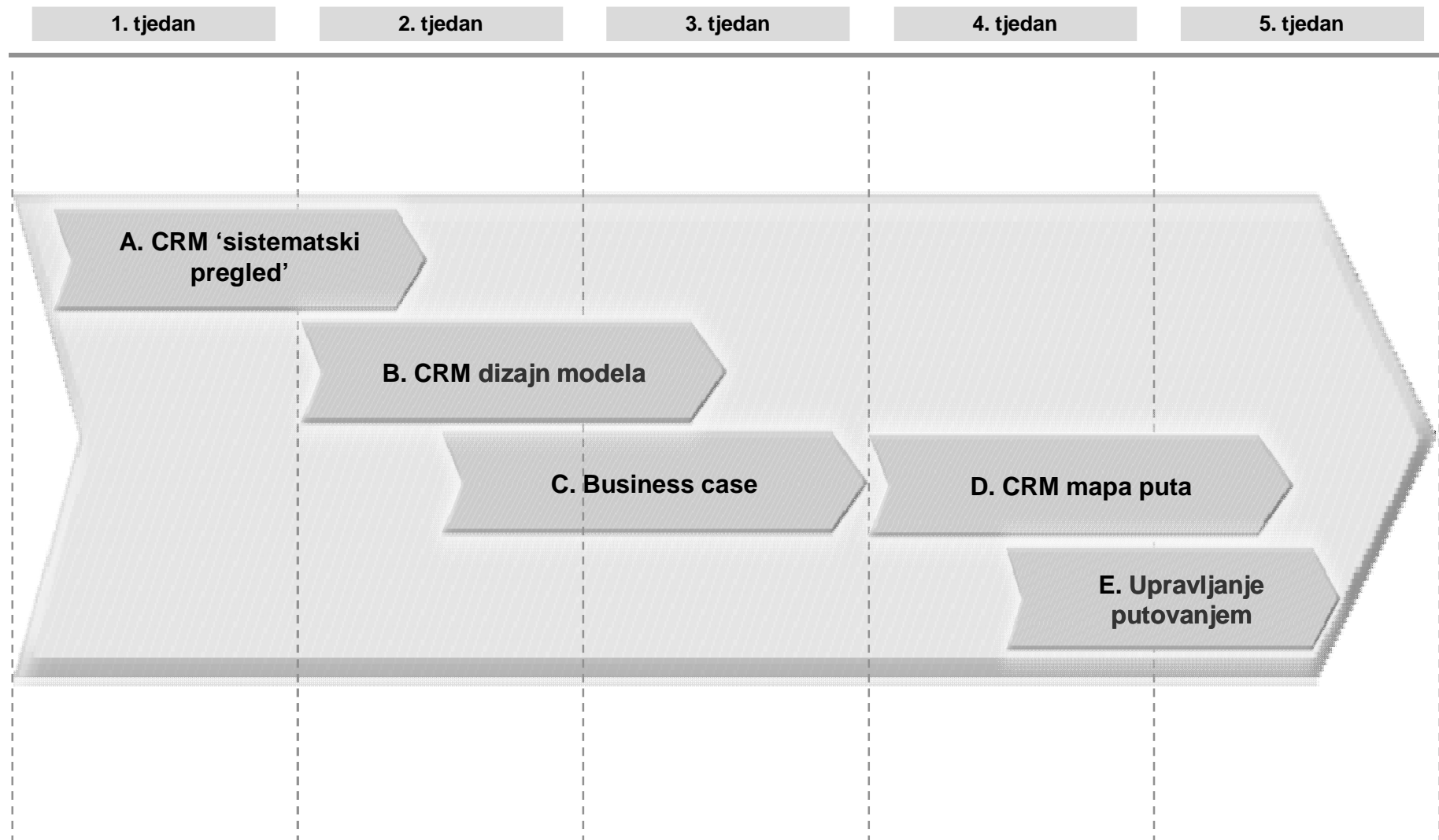
Pragmatizam i prioriteti

**E. Upravljanje
putovanjem**

Adresiranje barijera promjenama

Pripremna faza – planiranje na višoj razini

Vrijeme pripreme višestruko se vraća vrsnošću projektne izvedbe



Faza uvođenja rješenja

Područja koja se moraju pokriti



F. Uvid u korisnike

Praktičnost i modularnost

Usvajanje “double track” pristupa: taktička i ciljana rješenja

G. Interakcija s korisnicima

Jednostavnost i dosljednost

Izgradnja jednostavnih funkcionalnosti za usklađenje sa strategijom korisnika

H. Marketing automatizacija

Prilagodljivost

Postavke “mjenjača” prilagođene marketing potrebama

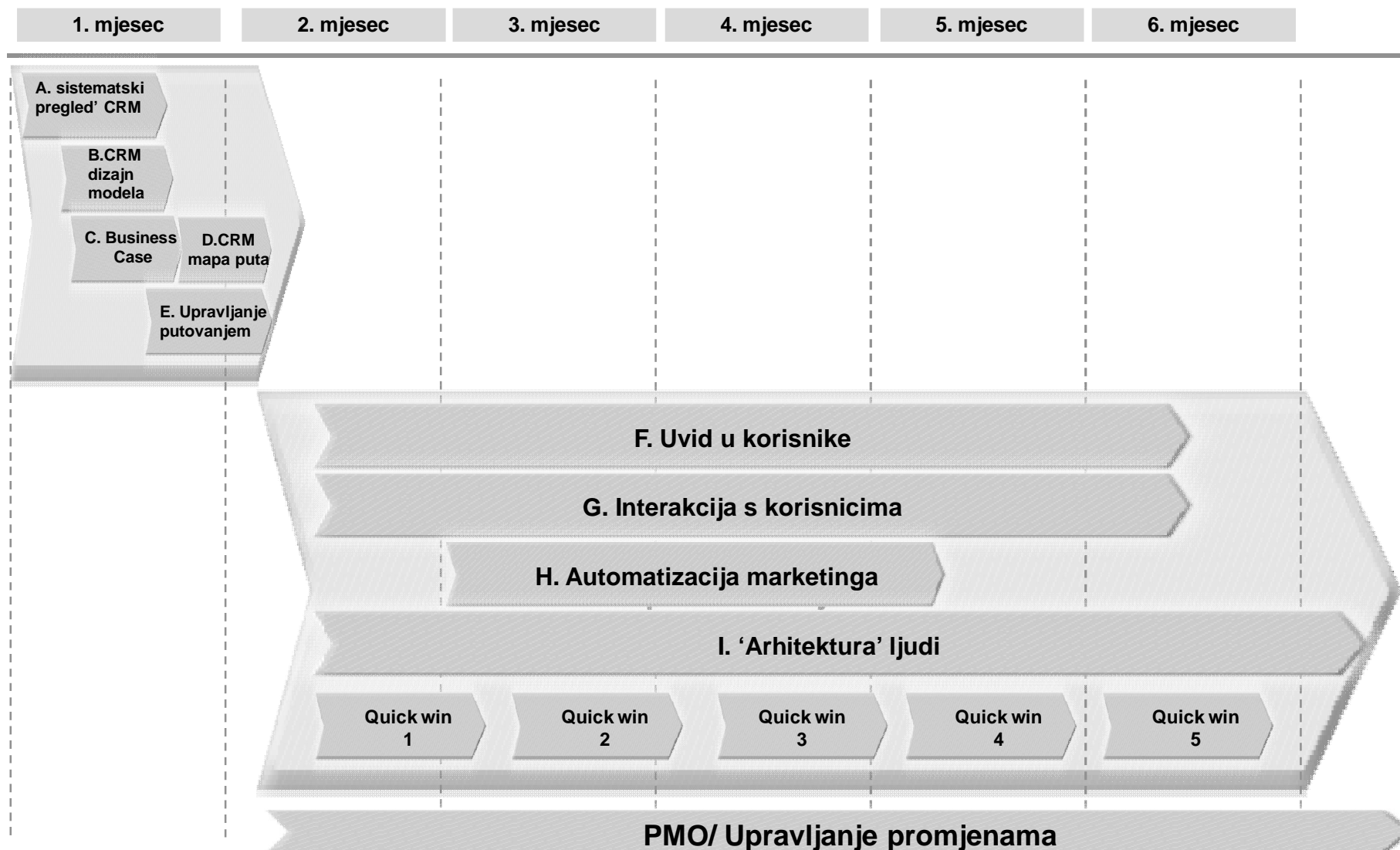
I. ‘Arhitektura’ ljudi

Prvo zdrava klima, onda sposobnosti

Promijeniti način razmišljanja i ojačati međusobnu suradnju

Faze pripreme i uvođenja

Planiranje na višoj razini



Sadržaj



- **Tipični izazovi sveobuhvatnih projekata**
- **Kako odabrati pravi pristup**
- **Ključevi uspjeha – što je najvažnije?**

CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 1/6



- **Promjena poslovnih prioriteta / pretpostavki**
 - Promjene strateških ciljeva trebaju biti podržane odgovarajućim ciljanim CRM mogućnostima koje će se usvojiti vremenom;
 - Mapa uvođenja CRM-a redovito se revidira i ažurira po potrebi



CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 2/6



- **Spriječiti velika kašnjenja u implementaciji / 'podivljale' izmjene obuhvata**
 - Odgađanja ili značajne promjene obuhvata / potrebnih napora nužno je kontinuirano nadgledati
 - Pratiti odnose i raspoloživost resursa planiranih i za druge projekte → cilj je izbjeći efekt lavine



CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 3/6



- **Razriješiti unutarnji otpor i osigurati sponzora projekta iz upravljačke razine**
 - Snažan fokus i jasna poruka s upravljačke razine kako bi se izbjeglo “da, ali” razgovore
 - Preobraziti ih u način razmišljanja “što možemo učiniti da ovo uspije?!”



CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 4/6



- **Planiranje je važno, brzina je krucijalna**
 - 80/20 načelo je primjenjivo,
 - Jednom kad su glavni građevni blokovi planirani, fina prilagodba detalja obavlja se usput tijekom realizacije



CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 5/6



- **Odgovornost leži na nositeljima poslovanja i izvršenja**
 - CRM mapa uvođenja sama po sebi ne donosi vrijednost!
 - Poslovna vrijednost dolazi od strane poslovanja koje izvršava dnevne aktivnosti bolje, brže i učinkovitije uz pomoć CRM alata (ako ih se koristi dosljedno i svrhovito)



CRM transformacija organizacije

Ključni čimbenici uspjeha 6/6

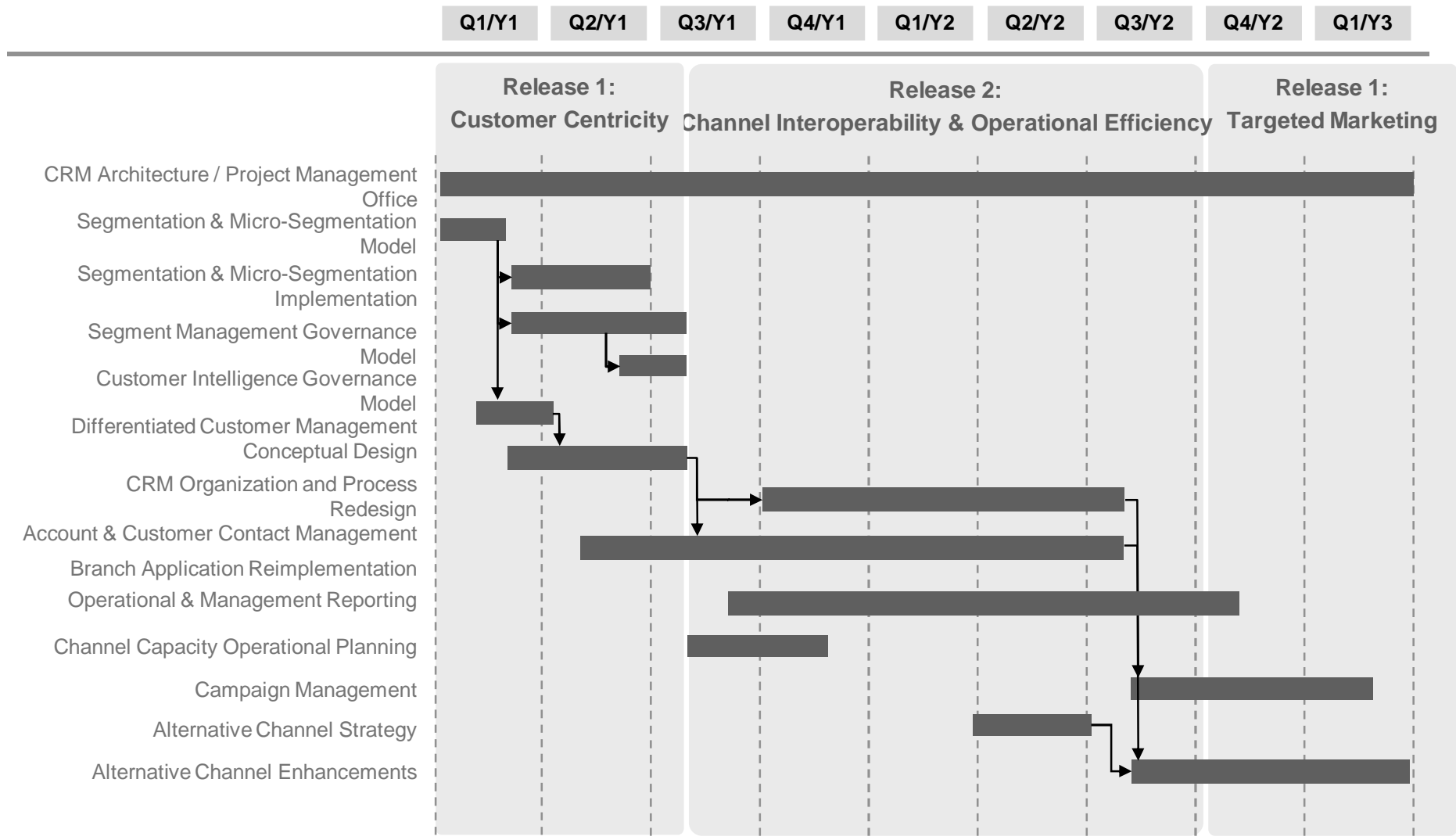


- **Osigurati kvalitetu projekta / Upravlјati pružateljima usluga**
 - Ostvarenje poslovnih koristi koje donose višestruki projekti povećat će potrebu za osiguranjem kvalitete
 - Osigurati ju i na razini pojedinačnih projekata kao i na razini cjelokupnih programa



Uzorak CRM mape uvođenja / transformacije (primjer)

Poslovanje diktira dinamiku – moguće su i paralelne akcije uz koordinirane napore => rezultat je mjerljiva novostvorena poslovna vrijednost



ZAKLJUČAK

1. Pažljivo planiranje

- Kamo idemo?
- Kako putujemo?
- Što nam to donosi?

2. Precizno izvršenje

- Držati se plana (80/20)
- Upravljati promjenama
- Komunicirati očekivanja



Hvala na pažnji!

