

Čtvrtek & Průmysl 4.0

TON PRODEJ ŽIDLÍ DIGITALIZOVAL. „ZKROTI“ TÍM SVÉ OBCHOŘÁKY

OBCHODNÍ ZÁSTUPCE ODEJDE JINAM A VEZME S SEBOU VŠECHNY KONTAKTY. ŘEŠENÍM JSOU PRO FIRMY SYSTÉMY ZNÁMÉ POD ZKRATKOU CRM.

Roman Šitner
roman.sitner@economia.cz



CRM

Zkratka z anglického Customer Relationship Management označuje podnikové systémy, které se zabývají řízením vztahů se zákazníky. Sledují mimo jiné prodej, marketing i reklamacie.

Výrobce nábytku TON z Bystřice pod Hostýnem se zaměřuje spíše na designové, a tedy i dražší židle. Nejde o sortiment, který by se masově prodával v sítích prodejen s nábytkem nebo v e-shopech. Hlavními zákazníky jsou spíše restaurace a hotely. Rozhoduje proto hlavně aktivita obchodních zástupců, kteří musí umět zákazníka získat. Až donedávna drželi firmu téměř v pasti. Oni měli kontakty. Oni věděli, jak jsou na tom jednotlivé zakázky, a když se rozhodli odejít nebo je firma propustila, vzali si všechno své know-how také s sebou.

Jejich nástupci pak museli začínat prakticky od začátku, protože nevěděli, s kým a o čem se v minulosti jednalo. Nevěděli, na koho konkrétně se ve firmách obracet a na co navazovat. To, na čem firma stála, bylo mnohdy jen v hlavách konkrétních lidí a jejich zápisnicích. Bylo třeba to všechno dostat do jednoho počítačového systému.

Lepší odměny

Právě s digitalizací vztahů se zákazníci mají pomáhat podnikové systémy známé pod zkratkou CRM. Ty zjednodušeně obsahují informace o zákaznících a jejich objednávkách, reklamaci, spokojenosti, o všech obchodních jednáních i o použitých marketingových nabídkách a reakci na ně. Na trhu jsou v různé formě už třicet let.

TON je jednou z prvních firem v Česku, které do toho šly. Systém používá pět let. „Tehdy jsme mysleli, že jsme poslední na trhu, kdo to ještě nemá, ale zjistili jsme, že jsme naopak mezi prvními, kdo to zavedl kompletně, a ne jen některé části,“ říká šéf prodeje firmy Robert Valentík. „Před tím jsme nevěděli, kdo s kým co řeší. Záleželo jen na tom, co nám sám řekl,“ popisuje Valentík. Když obchodník odešel, špatně se na to navazovalo.

Pět let jsou všechny informace o obchodních jednáních, prodejích, zákaznících i reklamaci v jednom systému, který je zároveň propojený s účetnictvím i s e-maily. Vedení firmy to nabízí mnohem lepší přehled o tom, co se aktuálně děje.

Obchodníci prakticky on-line zadávají informace o svých jednáních, některá data vyplňují dokonce přímo se zákazníkem. Okamžitě je vidět, co s kým řeší a na čem se dohodli. Pro vedení firmy to znamená snadnější kontrolu odvedené práce, a proto i možnost férovějšího odměňování. „Snadněji zjistíme, kdo měl na které zakázce podíl. Je vidět, jestli zákazník kontaktoval nás, nebo si jej obchodník musel získat,“ popisuje Valentík. Říká, že systém dává poměrně velké

možnosti sledovat každý krok zástupců, ale na špióny si nehrájí. V datech spíše hledají informace o tom, proč se někomu tolik nedaří.

Výhodu pociťuje firma i pro oddělení marketingu, které je důležité u podniku, jenž se snaží budovat značku i na západních trzích. To se dříve muselo složitě ptát obchodníků, na koho vlastně cílit. Nyní mají k dispozici databázi zákazníků s jejich profily i tím, co kupují. Před zavedením CRM kampaně mířily prakticky plošně na všechny. Nyní vidí v systému všechny potřebné informace a marketing lépe plánují. Zjednodušila se i distribuce různých nabídek, marketing má nyní přístup ke všem kontaktům. Hlavně je ale prakticky okamžitě vidět, jaký má podpora prodeje efekt. Na co kdo reaguje a zda má vůbec smysl v tom pokračovat.

„Bylo těžké si tento systém prosadit, hlavně mezi obchodníky, ti hrají na to, že jsou nenahraditelní, protože právě oni mají kontakty,“ doplňuje Valentík. Náklady přesáhly milion korun, rychle se ale vrátily ve vyšší produktivitě. „Šetří nám to i spoustu práce, také už nejsme otroci obchořáků,“ hodnotí výsledek Valentík. Firma má v současnosti 65 obchodních zástupců v několika zemích a náklady na systém jsou podle Valentíka v poměru s tím jen malá položka.

TON využívá systém od společnosti Microsoft. Tomu dal přednost i proto, že od této společnosti po-

užívá i účetní software a další kancelářské aplikace. Jde ale o uzavřené systémy. CRM tak nejde bez spolupráce Microsoftu měnit ani rozšiřovat.

V současnosti je trendem používat otevřený software, tedy takový, který lze bez porušení autorských práv měnit nebo jej propojovat s dalšími podnikovými systémy. Každá firma bude mít ale trochu jiné požadavky a s konkrétním řešením by měli poradit specialisté, kteří dokážou nabídnout zavedení několika různých typů CRM od těch uzavřených až po ty otevřené.

Světový fenomén

Obrat na globálním trhu s CRM systémy se odhaduje na 36 miliard dolarů. Firmám vedle „zkrocení“ obchodníků nabízí mnohem více výhod. Lépe se odhaduje budoucí poptávka a snadněji se tak připraví výroba. Prakticky nutností se pak stávají s dalším rozšiřováním internetu, který nabízí možnost používat e-mailové nabídky přímo na míru. To by ale bez potřebných zákaznických informací nefungovalo.

Globální i český trh většinou ovládají velké firmy, jako je Microsoft, Oracle, Salesforce a SAP. Menší lokální softwarové firmy pak systém dodávají drobnějším podnikům. Jejich systémy jsou zpravidla jednodušší, a proto také i levnější.



Osm tisíc židlí týdně
Výroba ve firmě TON zůstává tradiční. Stále stojí na umu dělníků firmy. Obchod ale přešel na nově technologie.
Foto: ČTK

Komentář

UMĚLÁ INTEIGENCE ZMĚNÍ SPOLEČNOST



Pavel Kysela
generální ředitel, Aداstra ČR

Před 150 lety byli lidé nahnáni z polí do fabrik, nyní je potřeba je z těch fabrik zase dostat. Ale kam?

Ačkoliv je v řádcích výše dost nadsázky, ukazují na zásadní obavu dneška: co s těmi lidmi, které umělá inteligence připraví o práci, budeme dělat? Se shovívavým úsměvem se dnes díváme na historii před 150 lety, kdy dělníci ničili stroje, protože měli za to, že kvůli nim skončí v bídě a bez obživy. Stejně jako dnes, kdy čelíme Průmyslu 4.0, hrají prim emoce a obavy, co bude. A jaká je realita? Revoluce se nekoná, věci se mění průběžně a v rámci celku je vše funkční.

V průběhu celé historie zanikají jednotlivé profese a objevují se nové. Dnes se všichni budíme mobilem, dřív jsme používali budíky. Ještě před tím chodili ráno po ulicích pánové a dlouhými tyčemi klepali na okna.

Které pozice tedy pravděpodobně zmizí a které zůstanou? Zatímco

práci lékaře můžeme v oblasti diagnostiky zčásti nahradit umělou inteligencí, sestru v nemocnici už ne. Sběr dat z různých zařízení a určení pravděpodobné diagnózy jsou totiž záležitostmi inteligentní práce s daty. Tu můžeme přenechat „strojům“ a lékař se může věnovat vysoce specializovaným činnostem, kde je jeho úsudek nenahraditelný. Péči zdravotní sestry ale pípající mašinkou nahradit nechceme, protože její úloha v péči o pacienty je zejména z emočního a sociálního hlediska nezastupitelná.

Už dnes, aniž si to připouštíme, přitom pracujeme s prvky umělé inteligence a predikce běžně. Mobilní telefony jsou pokročilé počítače s kamerou a čidly – mnohonásobně výkonnější, než byly stolní počítače před pár lety. A uživatel nemusí být IT specialistou, aby chytrý telefon dokázal používat. Ačkoliv programovat je umí jen pár lidí, zabalili jsme je do obalu, ve kterém jsou srozumitelné a přístupné

téměř komukoliv. A toto je hlavní trend umělé inteligence – lidé se nebudou přizpůsobovat umělé inteligenci, ale umělá inteligence se bude přizpůsobovat lidem.

V současné společnosti jdou tak proti sobě dva transformační trendy a my postupně přijmeme a naučíme se maximálně využít oba. Na straně jedné budeme postupně více a více rutinních činností nahrazovat algoritmy a ty pak balit do příjemné a snadno použitelné formy, na straně druhé poroste význam činností, kde bude důležitá sociální interakce a kreativita, kterou nahradit nedokážeme a nejspíš ani nechceme.

Průmysl 4.0 může být katalyzátorem, který povede i k růstu dělnických platů, po němž masivně volají odbory. S rozšířením automatizace a následným zvýšením výrobních kapacit bude jeden dělník obsluhovat ne jeden, ale třeba pět strojů. Poroste tím jeho přidaná hodnota, a tedy i mzda.