

Care sunt avantajele utilizării unui CRM online?



Avantajele utilizării unui CRM Online

Următorul document are ca **obiectiv** prezentarea principalelor avantaje aduse de utilizarea unei soluții profesionale pentru gestiunea relațiilor cu clienții.

Aceste avantaje sunt prezentate în contextul economic existent pe piața locală, în conformitate cu cele mai recente rapoarte statistice.

Concluzia care se desprinde este că, pentru a recupera decalajul de productivitate față de piețele mature, **companiile românești trebuie să investească în modernizare, atât ca procese și fluxuri de lucru cât și ca unelte informatice.**



Termeni folosiți în text:

- **CRM:** Customer Relationship Management
- **IMM/SMB:** Companii mici și mijlocii
- **Cloud:** termen generic pentru definirea unei aplicații informatice accesibile prin intermediul Internetului
- **On Premises:** Infrastructură IT deținută și operată intern de o companie
- **Lead:** Potențial client
- **Back-up:** Copie de siguranță a unor date

[1] Ce câștigă o companie mică/medie prin utilizarea unui CRM online?

Utilizarea unei soluții pentru gestiunea relațiilor cu clienții (CRM - Customer Relationship Management) schimbă fundamental modul în care o companie își desfășoară activitatea.

Orice companie are un proces de vânzare, prin care produsele sau serviciile ajung la consumatori clienți. Alături de calitatea produselor, **buna organizare a proceselor de vânzări și relații cu clienții, pe baza unui CRM, asigură succesul oricărei activități.**

CRM-ul permite colectarea mai multor lead-uri, creșterea vânzărilor, precum și servicii mai bune de suport. Până la urmă, valoarea oricărei companii stă în oameni, informații și clienți, iar CRM-ul le pune pe toate într-un singur sistem.

Găsiți mai jos cinci argumente esențiale privind importanța utilizării CRM-ului în companiile mici și medii:



Centralizează toate informațiile despre clienți și le păstrează în interiorul companiei

Scurtează timpul de vânzare a produselor sau serviciilor

Oferă mobilitate tuturor utilizatorilor și acces în timp real la informații

Crește eficiența angajaților și productivitatea muncii

Aduce vizibilitate și control asupra activității

Sunt doar câteva beneficii, însă utilizatorii raportează avantaje pe diverse arii operaționale, în funcție de specificul activității și structura organizațională internă.

România ca piața de Companii Mici și Mijlocii

Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) reprezintă 99,9% din numărul total de firme active din România, iar ponderea microîntreprinderilor în totalul IMM-urilor românești este de 88%. Aparent, sunt multe. Însă valoarea este mai mică decât media la nivelul Uniunii Europene, care este de 92%.

Din punctul de vedere al oficialilor europeni, IMM-urile reprezintă "coloana vertebrală a economiei" și baza creșterii economice.

În România însă lucrurile stau altfel și asta pentru că:

Doar 14% din IMM-uri își construiesc planuri pe termen mediu (3-5) ani ;

IMM-urile autohtone prefera să se autofinanțeze decât să se împrumute la bănci;

Finanțarea IMM-urilor a cunoscut scăderi generalizate pentru majoritatea tipurilor de credite;

IMM-urile investesc tot mai puțin în inovație.



Inovația, din perspectiva Institutului Național de Statistică, înseamnă metode noi de organizare sau de marketing și produse noi care aduc îmbunătățiri semnificative la nivel de business.

Studiul INS (4), realizat pe un eșantion de peste 27.000 de IMM-uri, arata că doar 6,3% au adoptat în intervalul 2012-2014 metode noi și doar 3,5% au implementat produse noi. Fenomenul evidențiat de studiul INS explica apetitul tehnologic scăzut al IMM-urilor autohtone.

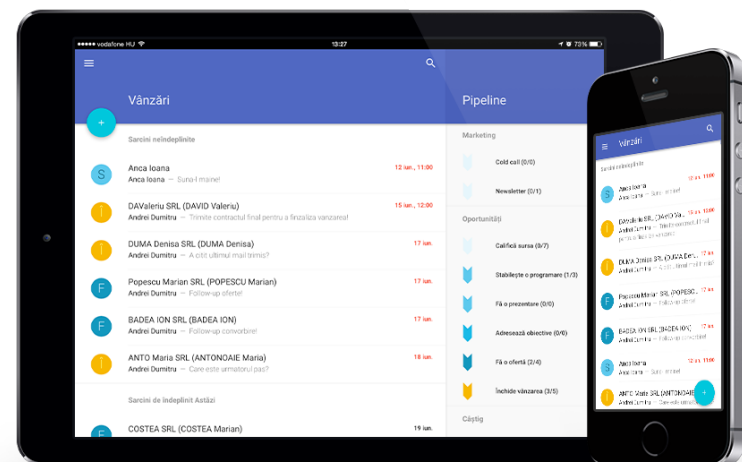
Conform celor mai recente statistici Eurostat (5), anul trecut România se menținea încă pe un loc codaș în ceea ce privește adopția unor soluții IT moderne pentru gestiunea afacerii.

[2] Piața locală și adopția soluțiilor de business

România este o țară care nu excelează la productivitate. Datele Eurostat arată că **rata productivității în România este de 5,6 euro/oră**, adică de șase ori sub media europeană și de aproape 12 ori mai mică decât rata productivității în Norvegia (59 euro/oră).

Dincolo de maturitatea pieței și a proceselor de business, rata redusă a productivității este asociată lipsei de utilizare a soluțiilor informatice moderne.

Prin urmare, nu se poate spune că **romanii muncesc mai puțin**, ci doar că **sunt mai puțin eficienți în lipsa unor unelte performante**.



Statistica europeană arată că rata de penetrare a soluțiilor CRM în România a fost de **18%** în 2010 și a crescut doar cu **1%** într-un interval de cinci ani. Similar, adopția soluțiilor de tip ERP a depășit cu puțin **20%** din piață, companiile românești folosind la fel de puțin și soluții de document management, colaborare sau e-commerce.



Principalele piedici în acest proces sunt: lipsa bugetelor pentru astfel de investiții, neînțelegerea beneficiilor reale și lipsa unui număr suficient de mare de „povești de succes”.

IMM-urile și relațiile cu clienții. Riscuri actuale

Tot acest cumul de factori începe să aibă rezultate din ce în ce mai vizibile. În 2014, ponderea companiilor românești în economia locală scăzuse la 47%. În 2015 ne situăm pe ultimul loc în UE ca număr de IMM-uri active la nivelul Uniunii.

În 2016, mai mult de 50% dintre companii erau în insolvență iminentă sau se confruntau cu dificultăți majore. Sunt semnale evidente ale faptului că IMM-urile locale nu reușesc să se adapteze noului climat economic și mediului concurențial de după 2008, că nu sunt capabile să inoveze și să se modernizeze.

În mod evident, relațiile cu clienții sunt cele mai afectate. **Rata de fidelizare a clienților este foarte mică în România, în timp de rată de înnoire a personalului este foarte mare.**



Companiile nu au vizibilitate asupra portofoliului, datele despre clienți stau de cele mai multe ori în fișier Excel, iar informațiile nu pot fi accesate centralizat. Multe informații despre clienți se pierd la plecarea unui angajat, iar integrarea unuia nou duce la pierdere de timp și eficiență. Managerii nu au control asupra echipelor, multe oportunități se pierd, iar timpul de răspuns la cerințele clienților este nepermis de lung.

Ce este de făcut în această situație? Cum își pot îmbunătăți companiile românești relațiile cu clienții, în lipsa unor bugete generoase pentru achiziții de servicii și soluții IT?

[3] CRM-ul online ca soluție

Companiile din România pot utiliza o soluție de business atât instalată pe infrastructura proprie (on premises), cât și livrată prin Internet de către furnizori (on line). Funcționalitățile sunt similare, diferă doar modelul de implementare și plată.

Soluțiile CRM on premises implica achiziția unor echipamente IT și a unor licențe pentru server și utilizatori. Pe de altă parte, CRM-ul online este accesibil pe baza unui abonament lunar.

Din această perspectivă, soluțiile CRM online sunt mult mai accesibile, flexibile, mai sigure și mai ușor de utilizat decât variantele clasice.

Care sunt avantajele unui CRM online?

Accesibilitate crescută



Spre deosebire de soluțiile on-premises, care necesită o investiție inițială mare, aplicațiile CRM online nu ridică astfel de probleme: investiția inițială nu depășește cu mult valoarea taxei lunare percepute pentru numărul contractat de utilizatori. Prin urmare pragul este coborât și practic orice companie își poate permite o soluție CRM, modul de abordare și consum este similar unui abonament de telefonie. Modelul de livrare online permite ca soluții relativ scumpe, în trecut disponibile doar companiilor mari, să fie acum accesibile oricărei organizații indiferent de numărul de utilizatori sau de cunoștințele tehnice deținute.

Costuri zero cu echipamentele IT și licențele



Utilizarea unei soluții CRM online nu necesită investiții în zona hardware (servele, echipamente de stocare, networking etc.) și nici nu ridică problema amortizării acestor investiții. De asemenea, CRM-ul online nu implică achiziția de licențe și nici plata unor servicii scumpe de personalizare. Investiția inițială este zero.

Flexibilitate în adăugarea/eliminarea de utilizatori



Numărul utilizatorilor soluțiilor CRM online poate fi crescut sau scăzut rapid - în funcție de cum variază nevoile companiei client - fără a mai exista problemele generate de numărul limitat de licențe achiziționate inițial, cum se întâmplă în cazul soluțiilor on-premises.

Costuri zero cu mentenanța



Utilizarea unei soluții CRM online nu necesită personal cu competențe tehnice în cadrul companiei clientului. Actualizările, personalizările, transferul de date din varii formate și aplicații către soluția CRM online și orice alte operațiuni de suport sunt asigurate de către furnizorul soluției, plata fiind inclusă în valoarea taxei lunare de utilizare. Mai mult, utilizatorii unui CRM online vor avea la dispoziție permanent ultima versiune a soluției. Orice modificare adusă de furnizor produsului va fi oferită tuturor beneficiarilor în mod automat. CRM-ul online nu are versiuni anuale sau update-uri care să implice schimbarea licențelor și instalarea versiunii noi a produsului.

Timp minim de implementare / Utilizare imediată



Utilizarea unui CRM online nu implică contractarea unor servicii complexe de personalizare. Soluțiile sunt simplu de utilizat și au fost dezvoltate special pentru companii mici și mijlocii. Sunt posibile totuși personalizări ale câmpurilor și ale unor fluxuri de lucru, însă aceasta nu necesită scrierea de cod și nici angajarea unor dezvoltatori. Prin urmare, timpul și efortul de implementare sunt minime, iar utilizarea este posibilă imediat după contractare și plata abonamentului. Importul datelor este simplu, iar unii furnizori oferă asistență gratuită prin telefon sau Skype.

Siguranță crescută



Soluțiile CRM online sunt furnizate din centre de date certificate, care oferă un nivel foarte ridicat de securitate și disponibilitate a serviciilor și datelor, de cele mai multe ori garantat contractual. Sunt condiții tehnice superioare, pe care puține companii client și le pot asigura fără investiții masive. Back-up-ul datelor este asigurat, utilizatorii au în grijă doar conexiunea la Internet, care trebuie să fie de calitate. Totuși, funcționarea soluțiilor CRM online nu este condiționată strict de disponibilitatea permanentă a conexiunii Internet. Unele soluții includ opțiuni de utilizare off-line, sincronizarea făcându-se automat atunci când conexiunea este restabilă.



Mobilitate extinsă

Accesarea datelor și aplicațiilor de business de oriunde, oricând și de pe orice echipament este la momentul actual o condiție critică pentru asigurarea eficienței și productivității angajaților. Soluțiile CRM online pot fi accesate de pe orice dispozitiv dotat cu o conexiune Internet, indiferent de sistemul de operare folosit și de versiunea acestuia. Multe dintre acestea oferă aplicații mobile dedicate, pentru cele mai frecvente platforme: Google Android și Apple iOS.

[4] CRM online - riscuri minime și beneficii

Pentru numeroase companii românești costul unui CRM tradițional a fost prohibitiv până recent, ceea ce justifică într-o bună măsură rata mică de utilizare. Când costul unui proiect ajunge la 30-40.000 de euro, managerii tind să amâne achiziția și să considere că investiția nu se justifică. Mai mult, costurile de mentenanță accentuează convingerea că o astfel de soluție este prea scumpă pentru o companie mică sau medie.

Situația s-a schimbat radical prin apariția soluțiilor CRM on line, plătite prin abonament lunar sau anual, fără nicio investiție inițială. Cu valori similare celor unui leasing auto, o companie poate folosi astăzi soluții CRM cu un nivel foarte ridicat de performanță. Amortizarea este extrem de rapidă, iar costul devine practic neglijabil. Astfel, CRM-ul nu mai are piedici legate de cost ci doar de inovație și viziune managerială.

Datorită investiției inițiale zero, adopția unui CRM online nu implică riscuri. Mai mult, beneficiile sunt evidente și măsurabile, iar pe piața sunt numeroase studii de caz ale unor companii care atestă astfel de experiențe.



La sfârșitul anilor 90, companiile moderne adoptau rapid telefonia mobilă, pentru a oferi angajaților un plus de comunicare și mobilitate. La costuri similare, astăzi acești angajați pot avea cele mai moderne instrumente de gestiune a relațiilor cu clienții, pe baza cărora să fie mai eficienți, iar companiile mai productive.

Prezentul documente se bazează pe informații preluate din:

1. Studiu 2016, Situația curentă a IMM-urilor românești, Fundația Post-Privatizare
2. Cartea Albă a IMM-urilor 2016, Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România
3. Raportul de stabilitate financiară, BNR;
4. Cercetare statistică privind inovația în industrie și servicii, INS
5. Enterprises making slow progress în adopting ICT for e-business integration, Eurostat
6. The New CRM Market în Central and Eastern Europe: Renewed Focus on the Customer, Internațional Data Corporation (IDC)
7. Forbes Magazine, ediția în limba engleză

