



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης**  
**& Επιχειρησιακής Έρευνας**

# Ηλεκτρονικό Εμπόριο (E-Commerce)

CRM



**Νικόλαος Α. Παναγιώτου**  
**Αθήνα, 2010**

# Περιεχόμενα Παρουσίασης

1. Εισαγωγή στη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM)
2. Τεχνολογίες CRM
3. Αναμενόμενα Οφέλη Χρήσης
4. E-CRM & E-Marketing

# Ορισμός Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων

- Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management ή CRM) ονομάζεται η στρατηγική που βοηθά στην απόκτηση και διατήρηση κερδοφόρων πελατών και στην μετατροπή μη κερδοφόρων πελατών σε κερδοφόρους



## Τι προσφέρει το CRM

Το CRM μπορεί να προσφέρει στρατηγική διαφοροποίηση στις επιχειρήσεις:

- Αύξηση πίστης πελατών, μείωση φθοράς
- Αύξηση αποδοτικότητας πωλήσεων, marketing και υπηρεσιών
- Μείωση κόστους και βελτίωση κερδοφορίας

@ N. A. Παναγιώτου, Σ. Τ. Πόνης

## Τι απαιτείται

Η Διοίκηση ενός έργου στο οποίο θα πρέπει να καλυφθούν τα ακόλουθα:

- Διαμόρφωση στρατηγικής
- Επιλογή τεχνολογίας
- Υποστήριξη υλοποίησης

# Ορισμός CRM κατά Turban

- Η Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων είναι μία πελατοκεντρική προσέγγιση που επικεντρώνεται στην διαμόρφωση μίας μακροχρόνιας και διατηρήσιμης σχέσης μίας επιχείρησης με τους πελάτες
- Η σχέση αυτή θα πρέπει να προσθέτει αξία και στα δύο συνεργαζόμενα μέρη, δηλαδή και στην επιχείρηση και στους εξυπηρετούμενους πελάτες

# Κατηγοριοποίηση Προγραμμάτων CRM

- Προγράμματα πιστών πελατών (loyalty programmes)
  - Προγράμματα προσέλκυσης νέων πελατών (prospecting)
  - Προγράμματα διάσωσης πελατών ή επαναπροσέλκυσης πελατών (save/ win-back programmes)
  - Προγράμματα cross-selling και up-selling
- 
- Εκτός από τα συστήματα CRM, υπάρχουν και τα συστήματα eCRM, στα οποία, οι πελατειακές σχέσεις χρησιμοποιούν τεχνολογίες Διαδικτύου

# Καλυπτόμενες Υπηρεσίες

- Απόκτηση πελατών (pre-purchase acquisition)
- Υποστήριξη πελατών κατά την αγορά
- Εξυπηρέτηση πελάτη και παροχή αναμενόμενων προϊόντων/ υπηρεσιών
- Συνεχής υποστήριξη πελατών (Continuous customer after-sales support)

# Οφέλη & Υφιστάμενοι Περιορισμοί

- Τα βασικότερα **οφέλη** είναι:
  - Δυνατότητα επιλογής προϊόντων και υπηρεσιών κοντά στις ανάγκες του κάθε πελάτη
  - Γρήγορη επίλυση προβλημάτων και άμεση ανταπόκριση σε κάθε απαίτηση του πελάτη
  - Εύκολη πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες
- Ορισμένες απαιτήσεις που δρουν ως **περιορισμοί** είναι:
  - Απαίτηση ομαλής διασύνδεσης με άλλα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης
  - Δυσκολία (αν και όχι αδυναμία) υποστήριξης «ευκίνητων» υπαλλήλων (mobile employees)

# Λόγοι Υλοποίησης Συστημάτων CRM

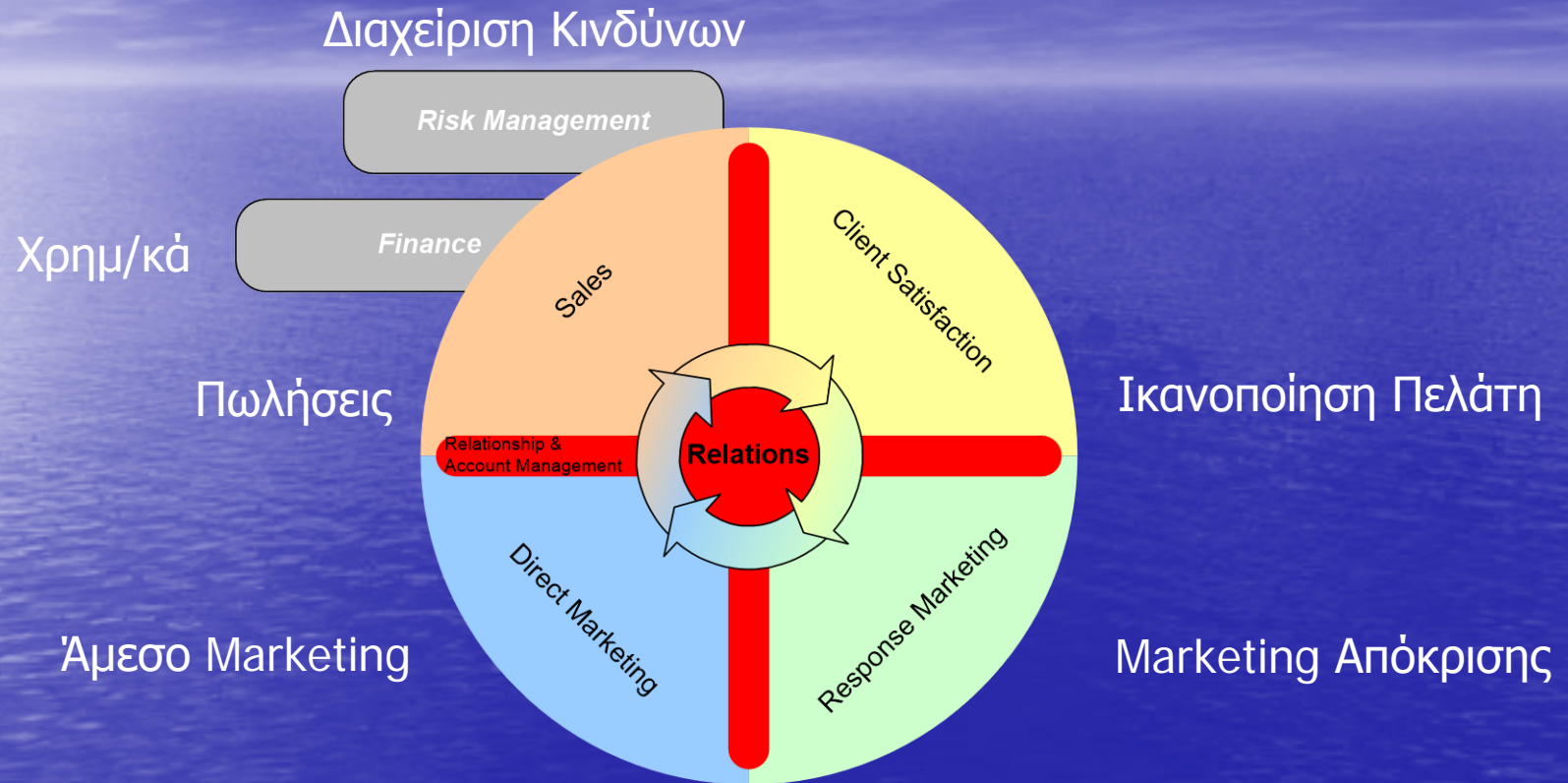
- Έμφαση στις σχέσεις με τους πελάτες και όχι απλά στις δοσοληψίες
- Προσπάθεια εξάλειψης πληροφοριακών νησίδων (information islands)
- Προσπάθεια εκμετάλλευσης ευκαιριών και περιορισμός κινδύνων
- Ανάγκη διαμοίρασης πληροφοριών
- Αναγνώριση και εκμετάλλευση συνεργιών
- Διαμόρφωση απλούστερων και αποδοτικότερων διαδικασιών εξυπηρέτησης πελατών
- Διάθεση παροχής προστιθέμενης αξίας στους πελάτες σε σταθερή βάση
- Αύξηση της απόδοσης και αποτελεσματικότητας λειτουργίας



# Δομικοί Λίθοι CRM

- Διαδικασίες
- Δεδομένα και πληροφορίες
- Συστήματα και λειτουργικότητα
- Κατάλληλη οργανωτική δομή και κουλτούρα

# Διαδικασίες CRM



Πηγή: KPMG, 2000

# Οργανωτική Δομή & Κουλτούρα

## Ρόλοι CRM

- Ύπαρξη **Πρότυπων Ρόλων**
- **Βασικών:** Ρόλοι Σχέσεων
  - Βασικός Partner
  - Υποστήριξη λογαριασμού
  - Partner Πελάτη
  - Manager Πελάτη
  - Ιδιοκτήτης Σχέσης
- **Δευτερευόντων:** Ρόλοι Διαδικασιών
  - Partner Ευκαιρίας
  - Manager Ευκαιρίας
  - Δ/ντής Έργου Direct Marketing
  - Partner Διαχείρισης Κινδύνων
- **Τριτευόντων:** Κεντρικοί Ρόλοι
  - Servicedesk
    - Ποιότητα Δεδομένων
    - Υπηρεσίες Απόκρισης Marketing
    - Υποστήριξη Direct Marketing (mailings)
  - Ιδιοκτήτες επιχειρησιακών διαδικασιών
  - Τεχνική & λειτουργική διαχείριση

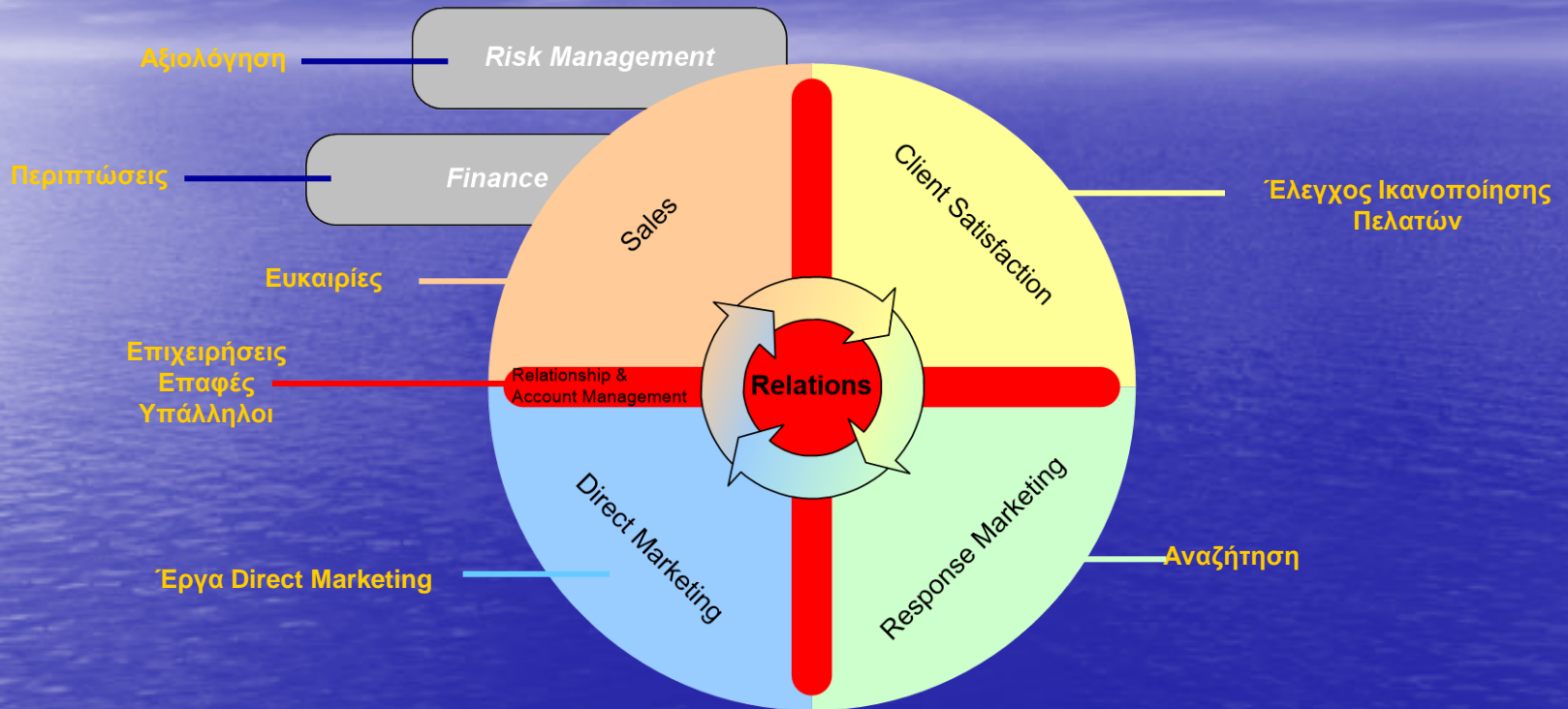
## Κουλτούρα

- Δημιουργία ιδιαίτερης κουλτούρας:
  - Προτεραιότητα στη σχέση
  - Έμφαση στην αξία στη συνολική διάρκεια ζωής (Life Time Value)
  - Ανταμοιβή διαμοίρασης γνώσης και ομαδικής εργασίας
  - Τιμωρία δράσεων που βλάπτουν τις σταθερές σχέσεις
  - Έμφαση στην ποιότητα που θα επιφέρει μελλοντική αξία
  - Παρακίνηση ηγεσίας με βάση το καλό παράδειγμα (top down)

# Τύποι Διαδικασιών

- Μία βασική διαδικασία
  - Διαχείριση σχέσεων και λογαριασμών
- Τέσσερις υποστηρικτικές διαδικασίες
  - Πωλήσεις
  - Άμεσο Marketing (Direct Marketing)
  - Marketing Απόκρισης (Response Marketing)
  - Ικανοποίηση Πελατών
- Δύο διαδικασίες ενίσχυσης
  - Διαχείριση κινδύνων (κύρια διασυνδεδεμένο με τις πωλήσεις)
  - Χρηματοοικονομικά (κύρια διασυνδεδεμένο με τις πωλήσεις και τη διαχείριση σχέσεων)

# Δεδομένα & Πληροφορίες



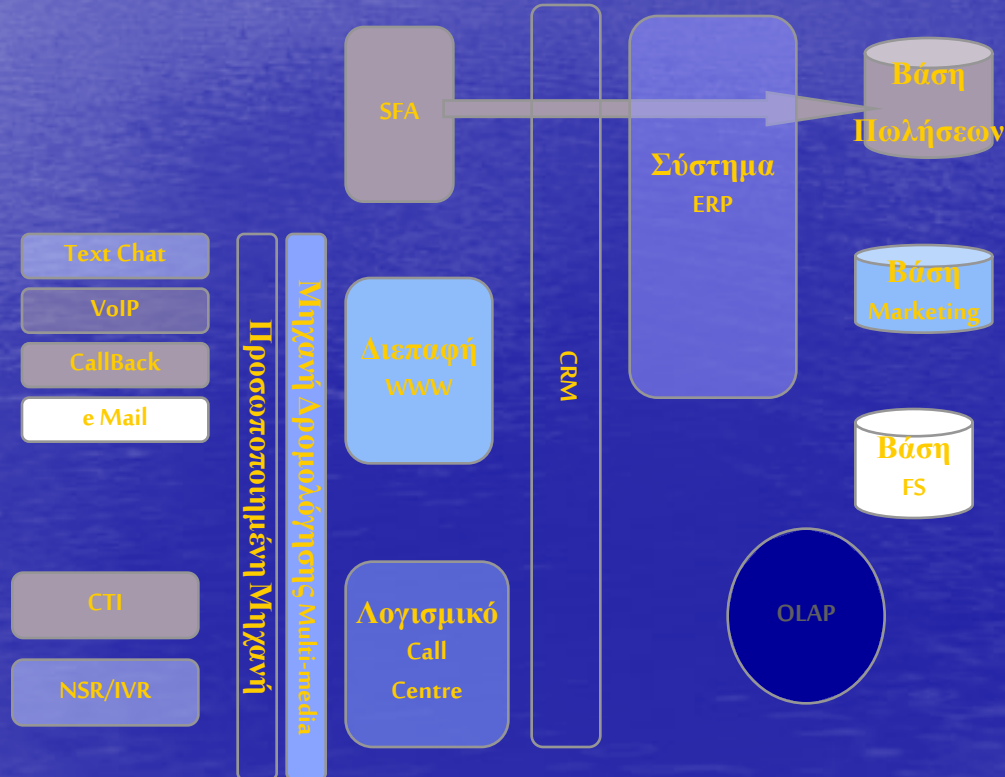
Πηγή: KPMG, 2000

# Προϋποθέσεις Επιτυχούς Υλοποίησης Συστημάτων CRM

- Πελατοκεντρική στρατηγική επιχείρησης
- Ουσιαστική υποστήριξη και δέσμευση υπαλλήλων
- Βελτιωμένες και ανασχεδιασμένες διαδικασίες
- Τεχνολογία λογισμικού (software)
- Υποδομή (infrastructure)

# Τεχνολογικά Συστήματα & CRM

- Οι χρησιμοποιούμενες τεχνολογίες σε ένα σύστημα CRM είναι πολλές και διαφορετικές
- Το CRM δεν είναι μόνο τεχνολογία, υποστηρίζεται όμως σημαντικά από την τεχνολογία



# Πιθανοί Χρήστες Συστημάτων CRM

- Οποιαδήποτε επιχείρηση επιθυμεί να βελτιώσει την εξυπηρέτηση των πελατών και τη χρησιμοποίηση της φιλοσοφίας του «Οργανισμού Marketing» μπορεί να εισάγει ένα σύστημα CRM
- Ένα σύστημα CRM μπορεί να λύσει υφιστάμενα προβλήματα

**Χρήση**

**Call Centre**

(περίπου κατά 70% το CRM χρησιμοποιείται σε call centres)

**Πώληση μη  
διαφοροποιημένων  
προϊόντων**

**Υποβοήθηση  
Πωλήσεων**

**Απώλειες  
Πελατών**

**Προβληματική  
εξυπηρέτηση πελατών  
και μειωμένα έσοδα**

**Υψηλό Κόστος  
Πωληθέντων**



# Εμπλεκόμενες Διευθύνσεις

- Διευθύνων Σύμβουλος
- Διευθυντής Marketing
- Διευθυντής Πωλήσεων
- Διευθυντής Πληροφορικής

# Η Ανάγκη για Ένα Σύστημα CRM

- Στην πραγματικότητα, όλες οι επιχειρήσεις έχουν κάποιο είδος διαδικασιών CRM που χρησιμοποιούν, έστω και άτυπα
- Είναι δυνατό να εμφανίζονται διαφορετικές απαιτήσεις για εργαλεία και διαδικασίες CRM, ανάλογα με τη στρατηγική της εκάστοτε επιχείρησης
- Παρά την εισαγωγή προηγμένων τεχνολογικών λύσεων και εργαλείων, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων συνεχίζει και απαιτείται σημαντικό ποσοστό «χειροκίνητων» εργασιών
- Τα διαθέσιμα δεδομένα μίας επιχείρησης μπορούν να καταστούν σημαντικό περιουσιακό στοιχείο για αυτήν, οπότε θα πρέπει να εξασφαλιστεί η ποιότητά τους, η επικαιρότητά τους και η δυνατότητα χρησιμοποίησή τους για τον προγραμματισμό διαδικασιών εξυπηρέτησης πελατών

# Στρατηγικοί Στόχοι CRM

- Διατήρηση επικέντρωσης της επιχείρησης στους πελάτες
- Ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των εμπορικών επωνυμιών
- Δημιουργία υψηλής αναγνωρισιμότητας επιχείρησης και προϊόντων/υπηρεσιών που παρέχει
- Συντονισμένη διαχείριση επαφών με τους πελάτες και παροχή προσωποποιημένων υπηρεσιών
- Επικοινωνία πληροφοριών πελατών μεταξύ διαφορετικών συνεργατών που εξυπηρετούν τους πελάτες και με τη Διοίκηση
- Υποστήριξη σχέσεων Marketing 1-1

# Συμπτώματα Προβληματικής Λειτουργίας

- Προβληματικά βασικά δεδομένα
- Ασυνεπείς, αντιφατικές και προβληματικές αναφορές
- Ελλιπές σύστημα διοικητικής αναφοράς
- Χαλαρή αίσθηση υπευθυνότητας
- Προβληματική ροή πληροφοριών
- Διπλοεγγραφές
- Προβλήματα στην ιστορικότητα των δεδομένων

Η εισαγωγή ενός συστήματος CRM μπορεί να μετατρέψει την διαχείριση των πελατών σε:

- Ολοκληρωμένη, συνεπή, κατανοητή, επίκαιρη, συντονισμένη και εύκολα ανακτήσιμη

# Αναμενόμενες Βελτιώσεις

- Δυνατότητα προσέγγισης συγκεκριμένων τμημάτων – στόχων πελατών με εξειδικευμένες πληροφορίες που αποκτώνται άμεσα και εύκολα
- Ενημέρωση για το όνομα της επιχείρησης σε επιλεγμένους στόχους
- Ενίσχυση συστήματος αναφορών
- Παρακολούθηση τεχνολογικών εξελίξεων σε ένα ταχέως διαφοροποιούμενο και μεταλλασσόμενο περιβάλλον
- Περιορισμός λειτουργικού κόστους μέσω της χρήσης νέων επιχειρηματικών μοντέλων και τεχνολογικών προσεγγίσεων

# Μελέτη Περίπτωσης - Compaq

Μελέτη Περίπτωσης – Compaq

Πηγές: Compaq, KPMG

- Η Compaq είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής συστημάτων υπολογιστών στον κόσμο και μέχρι πρότινος, η εξυπηρέτηση των πελατών της γινόταν από Κέντρα Εξυπηρέτησης διεσπαρμένα σε ολόκληρη την Ευρώπη.
- Η Compaq επικεντρώθηκε στη βελτίωση του branding, εξασφαλίζοντας την παροχή υπηρεσιών και υποστήριξης των πελατών της με αποδοτικό τρόπο.
- Για την επίτευξη των στρατηγικών της στόχων, η Compaq αναδιοργάνωσε τα Call Centres που διαθέτετε, ενοποιώντας τα 12 Κέντρα Εξυπηρέτησης Πελατών στην Ευρώπη σε 2.
- Η εταιρεία απέκτησε ένα μεγάλο Κέντρο Εξυπηρέτησης στο Δουβλίνο, το οποίο διαχειρίζεται κλήσεις υποστήριξης και παροχής υπηρεσιών, καθώς και ένα μικρότερο στη Γλασκόβη, που επικεντρώνεται στις πωλήσεις.
- Η Compaq θεωρεί ότι το Κέντρο Εξυπηρέτησης στο Δουβλίνο είναι άριστων επιδόσεων σε διεθνές επίπεδο (world class), αφού επιτυγχάνει σταθερά υψηλές βαθμολογίες σε έρευνες ικανοποίησης πελατών που διεξάγονται συστηματικά.

Κατασκευαστής Computer Hardware

Περίληψη – Ευρωπαϊκό Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών

# Μελέτη Περίπτωσης - Sequent

Μελέτη Περίπτωσης – Sequent

Πηγές: Τύπος, KPMG

- Η Sequent Computer Systems είναι ένας κατασκευαστής εξοπλισμού υπολογιστών (hardware) που εδρεύει στο Oregon των ΗΠΑ που εξαγοράστηκε από την IBM το 1999. Η βασική λειτουργία της εταιρείας είναι παροχή ανοικτών συστημάτων Unix για κρίσιμες εφαρμογές επιχειρήσεων.
- Η επιχειρηματική δραστηριότητα της Sequent στηριζόταν στην ικανότητά της να προσφέρει άριστες υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών(customer care) 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο.
- Η Ευρωπαϊκή διοικητική έδρα βρίσκεται στο Surrey, και αυτή αποτελεί την μοναδική τοποθεσία για εξυπηρέτηση πελατών και διαχείριση προβλημάτων στην Ευρώπη. Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών απασχολεί 250 υπαλλήλους της επιχείρησης.
- Πελάτες της Sequent αποτελούν οι ακόλουθοι:- EDS, Inland Revenue, Natwest, British Telecom, BTCellnet, One2One και Alliance & Leicester.
- Η εξυπηρέτηση πελατών της Sequent ανακηρυσσόταν συστηματικά ως η καλύτερη στον κλάδο. Η φιλοσοφία της επιχείρησης ήταν ότι η εξυπηρέτηση πελατών θα πρέπει να είναι διαχρονικά αξιοσημείωτη, και την στρατηγική αυτή την ακολουθούσε σταθερά.
- Όταν η επιχείρηση αποκτήθηκε από την IBM ένας από τους διασημότερους αναλυτές του κλάδου σχολίασε: “Η IBM θα πρέπει να συνεχίσει την παραδειγματική εξυπηρέτηση πελατών της Sequent στο μέλλον”.

Κατασκευαστή Computer Hardware

Περίληψη – Βραβευμένο Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών μίας στάσης

# Μελέτη Περίπτωσης - Nortel

Μελέτη Περίπτωσης – Nortel

Πηγές: Τύπος

- Η Nortel networks είναι μία διεθνής επιχείρηση που παράγει τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό για 150 περίπου χώρες.
- Για να μπορέσει να παραμείνει ανταγωνιστική και να συνεχίσει να αυξάνει τα έσοδά της, η επιχείρηση βελτιώνει συνεχώς τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης των πελατών της. Τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πελατών είναι ένας βασικός τρόπος παροχής υπηρεσιών, και γι' αυτόν τον τρόπο βελτιώνονται σε συνεχή βάση.
- Για την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στις ΗΠΑ, επιχειρήθηκε η κεντρική διαχείριση της διαδικασίας εξυπηρέτησης.
- Η Nortel ενοποίησε τα δύο διαθέσιμα Κέντρα με στόχο την αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την μείωση του λειτουργικού κόστους.
- Τα αποτελέσματα από το κεντροστραφές σύστημα που υιοθετήθηκε ήταν πολύ ενθαρρυντικά σε όλους τους τομείς. Τα επίπεδα εξυπηρέτησης βελτιώθηκαν σημαντικά και προήλθαν από την ενοποίηση των ουρών αναμονής.
- Τα ετήσια λειτουργικά κόστη μειώθηκαν κατά 20%, ή περίπου κατά \$500,000, οπότε λόγω της μείωσης του κόστους, η εταιρεία ήταν σε θέση να προσλάβει πρόσθετους υπαλλήλους για την περαιτέρω βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης.

Κατασκευαστής Τηλεπικοινωνιακού Υλικού

Περίληψη – Κεντροστραφές Σύστημα Τηλεφωνικών Κέντρων Εξυπηρέτησης Πελατών



# Μελέτη Περίπτωσης – Norwich Union

Μελέτη Περίπτωσης – Norwich Union

Πηγές: Τύπος

- Η Norwich Union Direct (NUD), ιδρύθηκε το 1996 και αποτελεί θυγατρική της ασφαλιστικής εταιρείας Norwich Union. Η Norwich Union Direct διαθέτει πάνω από 1,500 υπαλλήλους και διαχειρίζεται γύρω στις 20,000 κλήσεις την ημέρα.
- Η Norwich Union Direct ξεκίνησε τη λειτουργία της με ένα μοντέλο τεσσάρων κέντρων εξυπηρέτησης πελατών στις περιοχές Liverpool, Sheffield, Northampton και Norwich. Όταν οι πελάτες καλού την Norwich Union Direct, η κλήση τους μπορεί να διαχειριστεί από οποιοδήποτε από τα τέσσερα τηλεφωνικά κέντρα, καθένα από τα οποία διαθέτει περίπου 300 υπαλλήλους (agents).
- Το 1998, τα τηλεφωνικά κέντρα της Norwich Union κέρδισαν βραβείο για την αποδοτικότερη διαχείριση εισερχόμενων κλήσεων (inbound calls).
- “Η παρακίνηση είναι το κλειδί για την επιτυχία”, αναφέρει η κ. Connolly, Διευθύντρια Εξυπηρέτησης πελατών, “οι άνθρωποι διασκεδάζουν με την εργασία τους. Προσπαθούμε να ενισχύσουμε την ιδέα ότι δεν διαχειριζόμαστε 60 κλήσεις για απαιτήσεις αυτοκινήτων αλλά αντιμετωπίζουμε 60 διαφορετικούς πελάτες κάθε ημέρα”.

Παροχή Ασφαλιστικών Υπηρεσιών

Περίληψη – Βραβευμένο Μοντέλο Εξυπηρέτησης Πελατών

# Μελέτη Περίπτωσης – Thomas Cook

Μελέτη Περίπτωσης – Thomas Cook

Πηγές: Τύπος, Thomas Cook

- Η Thomas Cook έχει εισάγει μία υπηρεσία διεθνούς εξυπηρέτησης για την υποστήριξη των ταξιδιωτών.
- Η Thomas Cook παρέχει ένα μοναδικό πακέτο που προσφέρει στους ταξιδιώτες πρόσβαση σε μία στάση (one-stop) σε μία ποικιλία προσωποποιημένων υπηρεσιών. Το πακέτο περιλαμβάνει νομικές και ιατρικές υπηρεσίες, παροχή ρευστού σε έκτακτες ανάγκες ή αντικατάσταση εισιτηρίων. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε 30 διαφορετικές γλώσσες και μπορεί να προσπελαστεί διεθνώς με την κλήση σε έναν μοναδικό αριθμό.
- Όταν η Thomas Cook ξεκίνησε την υπηρεσία, σκέφτηκε να χρησιμοποιήσει το διεθνές δίκτυο κέντρων εξυπηρέτησης, στη συνέχεια όμως διαπίστωσε ότι ένα κεντροστραφές σύστημα θα επέτρεπε την καλύτερη αξιοποίηση προσωπικού με διαφορετικές ικανότητες και την διαμοίραση των διαθέσιμων πληροφοριών. Ταυτόχρονα, η λύση αυτή ήταν αρκετά πιο αποδοτική σε σχέση με το κόστος παροχής των υπηρεσιών.
- Το 2000 η εταιρεία διαχειρίστηκε πάνω από 2.000.000 κλήσεις.
- Το κεντροστραφές σύστημα εξυπηρέτησης πελατών της Thomas Cook's το βραβείο 'The European Call Centre of the Year Award' δύο φορές για εξέχουσες προσφερόμενες υπηρεσίες.

Παροχή Τουριστικών Υπηρεσιών

Περίληψη – Βραβευμένο Κεντροστραφές Εξυπηρέτησης Πελατών

# Μελέτη Περίπτωσης – Virgin Direct

Μελέτη Περίπτωσης – Virgin Direct

Πηγές: Τύπος, Virgin Direct

- Η Virgin Direct λειτουργεί χρησιμοποιώντας μία τοποθεσία στο Norwich, έχοντας στο δυναμικό της 250 εργαζόμενους που ασχολούνται με την εξυπηρέτηση πελατών.
- Η Virgin Direct έχει κερδίσει το Diamond Award στον διαγωνισμό UK Teleperformance Grand Prix telephone service awards για τα έτη 2000, 1999 και 1998. Έχουν επίσης κερδίσει και άλλα βραβεία με βάση το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών και την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.
- “Παρότι ένα καλό call centre παρέχει άριστες υπηρεσίες σε 9 από τις 10 περιπτώσεις, η Virgin Direct επιτυγχάνει την παροχή άριστης εξυπηρέτησης στο μέγιστο ανθρωπίνως δυνατό βαθμό. Με λίγα λόγια, κάθε στοιχείο σχεδόν κάθε κλήσης είναι άριστο” - Neil Perring, Γενικός Διευθυντής της BPS Teleperformance.

Παροχή Χρηματοοικονομικών  
Υπηρεσιών

Περίληψη – Βραβευμένο Κεντροστραφές Σύστημα Εξυπηρέτησης Πελατών

# Μελέτη Περίπτωσης – UPS

Μελέτη Περίπτωσης – UPS

Πηγές: [www.callcentre.co.uk](http://www.callcentre.co.uk)

- Η UPS δραστηριοποιείται στην αγορά των courier και express παραδόσεων. Ο ανταγωνισμός στην αγορά είναι πολύ έντονος, ενώ ο βαθμός εξυπηρέτησης βελτιώνεται συνεχώς αφού οι επιχειρήσεις καινοτομούν προσπαθώντας να αποκτήσουν το πολυπόθητο συγκριτικό πλεονέκτημα. Ταχύτεροι χρόνοι παράδοσης, βελτίωση στον εντοπισμό των αποστολών και της κατάστασης στην οποία βρίσκονται και βελτίωση των υπηρεσιών εξυπηρέτησης των πελατών απαιτούν σημαντικές επενδύσεις.
- Το 1994, η επιχείρηση αναθεώρησε την εξυπηρέτηση πελατών στη Μεγάλη Βρετανία.
- Επιλέχθηκε η χρήση ενός κεντρικού Κέντρου Εξυπηρέτησης Πελατών ως η καλύτερη λύση, ταιριάζοντας στις απαιτήσεις της UPS για συνέπεια και παρακολούθηση των αποτελεσμάτων μέσω της μέτρησης επιλεγμένων δεικτών απόδοσης. Μία κεντρική τοποθεσία θα επέτρεπε στην επιχείρηση να εκπαιδεύσει τους εργαζόμενούς της καλύτερα, συστηματικότερα και αποτελεσματικότερα.
- Το πρώτο κέντρο εξυπηρέτησης πελατών της UPS λειτούργησε τις 27 Νοεμβρίου 1995, και υλοποιήθηκε σε λιγότερο από 4 εβδομάδες απασχολώντας έως και 100 υπαλλήλους. Στη συνέχεια, η εταιρεία απέκτησε το ISO 9002 για την παροχή υπηρεσιών.
- Ο Clive Paragreen, Διευθυντής της UPS UK Customer Service, εξηγεί: “Παρέχουμε υψηλά επίπεδα εξυπηρέτησης από την πρώτη ημέρα λειτουργίας μας και λαμβάνουμε θετικά μηνύματα από τις πωλήσεις μας για την αντίληψη των πελατών μας σχετικά με την επαγγελματικότητα της UPS”.

Επείγουσες Διανομές

Περίληψη – Βραβευμένο Κεντροστραφές Σύστημα Εξυπηρέτησης Πελατών

# Πλαίσιο Εισαγωγής Συστήματος CRM



# Σκέψη

Στάδιο

Σκέψη

Απόφαση

Νεωτερισμός

Συνέπεια

Επιτυχία

## Πληροφόρηση & Αξιολόγηση

- Συμφιλίωση με τους στόχους, τις λειτουργίες και τις στρατηγικές CRM
- Αξιολόγηση προσφοράς αξίας που μπορεί να προκύψει από το σύστημα CRM
- Υποστήριξη Διοίκησης για την εισαγωγή συστήματος CRM

## Όφελος Επιχείρησης

Πρόταση συστήματος CRM με βάση τις συγκεκριμένες επιχειρηματικές ανάγκες και τον απαιτούμενο τεχνολογικό εξοπλισμό

# Απόφαση

Στάδιο

Σκέψη

Απόφαση

Νεωτερισμός

Συνέπεια

Επιτυχία

## Πληροφόρηση & Αξιολόγηση

- Καλύτερη κατανόηση δυνατοτήτων από τους μελλοντικούς χρήστες
- Κατανόηση κόστους απόκτησης πελατών
- Καθορισμός τμημάτων αγοράς με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και την κερδοφορία της επιχείρησης

## Όφελος Επιχείρησης

Σαφώς διατυπωμένη στρατηγική CRM και τρόπου αξιοποίησης δεδομένων πελατών ώστε να υπάρξει αλλαγή προσανατολισμού από τα έσοδα προς το κέρδος

# Νεωτερισμός

Στάδιο

Σκέψη

Απόφαση

Νεωτερισμός

Συνέπεια

Επιτυχία

## Πληροφόρηση & Αξιολόγηση

- Υλοποίηση της διατυπωμένης στρατηγικής με χρήση της τεχνολογίας
- Απόλυτη κατανόηση και ακριβής καθορισμός των αναγκών σε σχέση με τις πωλήσεις, το Marketing και τις προσφερόμενες υπηρεσίες

## Όφελος Επιχείρησης

Αίτηση Υποβολής Προσφοράς (Request For Proposal ή RFP) ώστε να εξασφαλιστούν οι ακριβείς λειτουργικές απαιτήσεις της επιχείρησης με χρήση της τεχνολογίας



# Συνέπεια

Στάδιο

Σκέψη

Απόφαση

Νεωτερισμός

Συνέπεια

Επιτυχία

## Πληροφόρηση & Αξιολόγηση

- Εξασφάλιση υλοποίησης στρατηγικής μέσω της χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας με υπηρεσίες Διοίκησης Έργου υψηλού επιπέδων
- Εξασφάλιση βέλτιστου τρόπου αντίδρασης στις αλλαγές που επιφέρει η υιοθέτηση του συστήματος CRM
- Καθορισμός στόχων, ορόσημων, και βασικών δεικτών απόδοσης

## Όφελος Επιχείρησης

Αναφορές προόδου έργου και εκτίμηση της επιστροφής της επένδυσης που πραγματοποιείται

# Επιτυχία

Στάδιο

Σκέψη

Απόφαση

Νεωτερισμός

Συνέπεια

Επιτυχία

## Πληροφόρηση & Αξιολόγηση

- Αξιολόγηση της επιτυχίας του έργου
- Έλεγχος της επιχειρησιακής στρατηγικής μετά τις αλλαγές των διαδικασιών που έχουν πραγματοποιηθεί
- Κατανόηση της εξέλιξης του έργου και των πρόσθετων πιθανών απαιτήσεων σε τεχνολογία

## Όφελος Επιχείρησης

Αρχική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων του έργου και καθορισμός επόμενων βημάτων

# Στη Διάθεσή σας για Περαιτέρω Ερωτήσεις!

