



Aleman Software Group

# Tot ce doreați să știți despre CRM!

Înainte de a-l cumpăra...



## CUPRINS

|   |   |
|---|---|
| Ce este CRM?.....   | 3 |
| Ce tip de funcționalități ale managementului vânzărilor poate oferi un sistem CRM? .....  | 3 |
| Care sunt cele mai importante module în CRM? .....  | 3 |
| Ce se înțelege prin automatizarea marketingului? .....  | 3 |
| Care sunt diferențele esențiale între CRM și SFA? .....   | 4 |
| Ce este double opt-in? .....  | 4 |
| Când ar trebui să încep să urmăresc activitatea relațiilor cu clienții?.....  | 4 |
| Cum poate CRM să se ocupe de email-urile către clienți? .....   | 4 |
| Puteți să-mi dați câteva exemple de mesaje automate? .....  | 4 |
| CRM poate gestiona toate interacțiunile cu clienții, de exemplu conduse de clienți – angajați, clienți self-service, cumpărători sau parteneri? ..... | 5 |
| În ce industrii este utilizat CRM? .....  | 5 |
| Ce fel de organizații pot beneficia de CRM? .....   | 5 |
| Ce poate face CRM pentru mine? .....  | 5 |
| Cum poate CRM să ajute afacerea mea? .....  | 6 |
| Pot reprezentanții de vânzări (utilizatorii) să importe propriile obiective în sistem?.....   | 6 |
| Am o mică afacere și nu am foarte mulți clienți. Am într-adevăr nevoie de CRM pentru a-i gestiona?.....   | 6 |
| Poate fi extins sistemul când afacerea mea va crește?.....  | 6 |
| De ce este importantă utilizarea programului CRM? .....   | 6 |
| CRM poate fi integrat pe site-urile de socializare? .....   | 6 |
| Ce este social CRM?.....  | 7 |
| Cât de populară este o rețea socială în zilele noastre?.....  | 7 |
| De ce este important social CRM-ul pentru afacere? .....  | 7 |
| Cum se măsoară satisfacția clienților în diferite momente de timp? .....  | 7 |
| Ce este "cloud-ul"?.....  | 7 |
| Care este principala diferență dintre soluțiile CRM bazate pe cloud și cele on-premise?.....  | 7 |

|  |    |
|--|----|
| Care este diferența dintre CRM și ERP? .....   | 8  |
| CRM poate fi integrat cu ERP?.....   | 8  |
| Pot folosi CRM pe dispozitive mobile, cum ar fi iPad și iPhone?.....   | 8  |
| Care sunt avantajele utilizării CRM-ului pe dispozitive mobile? .....  | 8  |
| Este greu să înveți cum să folosești CRM? .....  | 10 |
| CRM poate fi integrat cu MS Outlook?.....  | 10 |
| CRM necesită asistență IT dedicată?.....   | 10 |
| Configurarea programului CRM este dificilă? .....  | 10 |
| Se pot importa date din alte sisteme CRM? .....  | 10 |
| Rapoartele CRM pot fi personalizate?.....  | 10 |
| Există alte sisteme CRM open source?.....  | 10 |
| Ce dezavantaje au sistemele CRM open source?.....  | 11 |
| Care sunt cele mai populare produse CRM? .....   | 11 |
| Programul CRM poate fi personalizat?.....  | 11 |
| CRM poate fi integrat cu orice modalitate de plată? .....  | 11 |
| Pot importa date din alte sisteme CRM?.....  | 11 |
| Cum pot ști după ce funcții CRM să mă uit?.....  | 11 |
| CRM este costisitor? .....   | 11 |
| Utilizatorii pot personaliza sistemul individual să lucreze așa cum vor ei să lucreze?.....                  | 12 |
| Sistemul CRM poate să automatizeze și să orchestreze procesele care se extind dincolo de departamente? ..... | 12 |
| Cât durează de obicei implementarea unei soluții CRM? .....  | 12 |
| Care sunt modalitățile de implementare a soluției CRM? .....   | 12 |
| CRM se poate integra cu ușurință cu alte surse de date ale clientului? .....                                 | 12 |
| Cu ce furnizor de CRM ar trebui să lucrez? .....   | 12 |
| Despre ASG.....  | 13 |

Software-ul CRM este ultimul răcnet astăzi! Devine foarte popular în rândul tuturor companiilor, din orice domeniu. Dacă aveți de gând să folosiți o soluție CRM, acest articol va fi valoros pentru dumneavoastră. Mai jos puteți găsi răspunsuri la cele mai importante întrebări despre implementarea software-ului CRM, despre utilizarea și întreținerea acestuia.

## CE ESTE CRM?

CRM este acronimul pentru *Customer Relationship Management*. Este un sistem software care poate fi folosit pentru a gestiona eficient procesul de vânzare, pentru a urmări interacțiunile cu clienții, pentru a stoca informații despre clienți (inclusiv istoricul achizițiilor, veniturile generate, oportunități de up-selling și cross-selling, etc.), precum și pentru consolidarea relațiilor cu clienții. Cu toate acestea, CRM nu este doar despre sisteme software. Este o filosofie pentru interacțiunea cu clienții dumneavoastră, pentru a vă asigura că sunt fericiți și că se vor întoarce la utilizarea produselor și serviciilor dumneavoastră.

## CE TIP DE FUNCȚIONALITĂȚI ALE MANAGEMENTULUI VÂNZĂRILOR POATE OFERI UN SISTEM CRM?

Un sistem CRM poate sprijini echipa dumneavoastră de vânzări în fiecare etapă a ciclului vânzării, de la conducători la managementul clienților. Mai jos sunt câteva cazuri întâlnite:

- Vizualizarea și gestionarea contului de activități și comunicarea agenților de vânzări
- Folosirea rapoartelor pentru a previziona vânzări, pentru a măsura activitatea afacerilor, pentru a identifica tendințe;
- Calificarea lead-urilor și urmărirea potențialilor clienți;
- Centralizarea datelor clienților;
- Crearea unui Forecast, a unui pipeline
- Accesarea, actualizarea și distribuirea informației echipelor și departamentelor.

## CARE SUNT CELE MAI IMPORTANTE MODULE ÎN CRM?

Principalele module ale sistemului CRM pot include:

- Marketing;
- Vânzări;
- Service desk;
- Facturare

## CE SE ÎNȚELEGE PRIN AUTOMATIZAREA MARKETINGULUI?

Automatizarea marketingului poate fi descrisă ca marketing declanșator pe baza evenimentelor pentru care este folosit, pentru a lansa mesaje și prezentări către clienți în anumite momente de timp. CRM ajută nu doar la declanșarea comunicărilor, dar măsoară și rezultatele.

## CARE SUNT DIFERENȚELE ESENȚIALE ÎNTRE CRM ȘI SFA?

Din perspectiva software-ului, SFA (*Sales Force Automation*) se referă de multe ori la o componentă primară a CRM-ului. SFA este de obicei folosit de oamenii de vânzări sau de manageri și acoperă funcții ca: managementul de documente, managementul conturilor, managementul activităților și oportunități. Uneori, sistemele SFA includ și capacități precum procesarea rapidă a comenzilor, facturarea, etc.

## CE ESTE DOUBLE OPT-IN?

Procesul *double opt-in* presupune că un abonat la o comunicare de marketing completează mai întâi formularul de înscriere și apoi confirmă abonarea la lista ta. Cu alte cuvinte, *double opt-in* funcționează în felul următor:

1. Un client semnează pentru a primi e-mailuri prin intermediul site-ului dumneavoastră, la un târg etc.
2. Trimiteți un e-mail de confirmare către el/ea cerându-i să acceseze un link care confirmă că a optat să se aboneze la mesajele dumneavoastră.
3. Primiți permisiunea *double opt-in* de la abonați.

Acest lucru elimină posibilitatea de abuz când cineva transmite adresa de e-mail a altei persoane, fără știrea sau împotriva voinței sale. Rețineți că în fiecare email trimis, abonatul are opțiunea de a se retrage oricând și de a înceta primirea notificărilor.

## CÂND AR TREBUI SĂ ÎNCEP SĂ URMĂRESC ACTIVITATEA RELAȚIILOR CU CLIENȚII?

Momentul cel mai bun de a începe este înainte ca aceștia să devină clienții dumneavoastră. Acest lucru vă va ajuta să maximizați ROI-ul și să păstrați fiecare client.

## CUM POATE CRM SĂ SE OCUPE DE EMAIL-URILE CĂTRE CLIENȚI?

CRM poate asigura posibilități de procesare a fluxului activ de e-mailuri. Poate prelua e-mailuri trimise de la clienții dumneavoastră, face trecerea lor în mod automat către utilizatorii și oamenii de vânzări potriviți, pe baza regulilor fluxului de lucru, trimite răspunsuri automat înapoi clienților, asociază e-mailuri cu subiecte și clienți, gestionează mai multe atașamente în e-mailuri, etc.

## PUTEȚI SĂ-MI DAȚI CÂTEVA EXEMPLE DE MESAJE AUTOMATE?

Da. Iată câteva cazuri des întâlnite:

- Mesaje automate de bun venit, trimise noilor clienți, personalizate pe baza tranzacțiilor lor cele mai recente;
- Mesaje de mulțumire pentru recunoașterea activităților clienților dumneavoastră;
- Mesaje de anunțare a expirării abonamentelor cu o ofertă irezistibilă de reactivare a valoroșilor foști clienți;
- Mesaje cross-sell bazate pe achizițiile anterioare;
- Campanii de publicitate derulate care depind de contacte repetate sau câteva "interacționări" cu potențiali clienți (ideal pentru produsele de mare valoare cu un îndelungat ciclu de vânzări).

## CRM POATE GESTIONA TOATE INTERACȚIUNILE CU CLIENȚII, DE EXEMPLU CONDUSE DE CLIENȚI – ANGAJAȚI, CLIENȚI SELF-SERVICE, CUMPĂRĂTORI SAU PARTENERI?

Scopul cel mai frecvent menționat a proiectelor CRM este obținut printr-o vizualizare la 360° a tuturor interacțiunilor între clienți și compania dumneavoastră. Prin urmare, CRM trebuie să fie capabil de consolidarea informațiilor clienților pe toate canalele posibile: email, telefon, sms, formulare de înscriere, evenimente de marketing etc.

## ÎN CE INDUSTRII ESTE UTILIZAT CRM?

CRM este folosit cu succes în diferite industrii, inclusiv pentru servicii financiare, high-tech, producție, mass-media, modă și magazine, precum și în organizații guvernamentale, non-profit și altele.

## CE FEL DE ORGANIZAȚII POT BENEFICIA DE CRM?

Numărul utilizatorilor de CRM este în continuă creștere. Cu posibilitățile avansate disponibile în soluțiile CRM, multe organizații profită de funcționalitatea oferită, inclusiv companiile mici și mijlocii, corporațiile, asociațiile, vânzătorii prin intermediul internetului, organizațiile de strângere de fonduri și altele – toate care vor mai mult gestionarea datelor, interacțiuni personale cu clienții, activitatea social-media, asocierile, sponsorii, donatorii, etc.

## CE POATE FACE CRM PENTRU MINE?

CRM vă poate ajuta să recunoașteți potențialii clienți, să învățați mai multe despre clienții actuali, să înțelegeți preferințele lor, să anticipați nevoile lor și să răspundeți cererilor lor rapid și eficient. Cu alte cuvinte, cu un sistem CRM, puteți urmări, organiza și consolida interacțiunile cu clienții.



Figura 1: Componente cheie ale unui CRM de succes

## CUM POATE CRM SĂ AJUTE AFACEREA MEA?

Cu un sistem CRM, organizația dumneavoastră va fi capabilă să-și îmbunătățească productivitatea, să-și atingă mai multe obiective și să încheie mai multe contracte. CRM vă poate ajuta:

- Să creșteți satisfacția clienților;
- Să măriți numărul clienților fideli;
- Să reduceți cheltuielile de marketing;
- Să anticipați nevoile și preferințele clienților;
- Să măriți eficacitatea operațiilor;
- Să îmbunătățiți eforturile marketingului vizat de clienți și obiective;
- Să furnizați rapid servicii către clienți;
- Să estimați cât mai precis cu cât veți încheia anul, luna sau trimestru fiscal, bazat pe oportunitățile de vânzări.

## POT REPREZENTANȚII DE VÂNZĂRI (UTILIZATORII) SĂ IMPORTE PROPRIILE OBIECTIVE ÎN SISTEM?

Sigur. CRM poate avea o secțiune de obiective, unde aceștia pot importa date despre obiectivele lor în sistem.

## AM O MICĂ AFACERE ȘI NU AM FOARTE MULȚI CLIEȚI. AM ÎNTR-ADEVĂR NEVOIE DE CRM PENTRU A-I GESTIONA?

CRM poate aduce beneficii afacerilor mici prin consolidarea datelor clientului într-un singur sistem. Cu cât afacerea dumneavoastră crește, păstrarea unei evidențe a tuturor tranzacțiilor poate deveni o provocare. CRM vă va da posibilitatea să gestionați interacțiunile clientului mai eficient, astfel încât să aveți mai mult timp să vă concentrați pe serviciul sau produsul dumneavoastră.

## POATE FI EXTINS SISTEMUL CÂND AFACEREA MEA VA CREȘTE?

Da, multe sisteme CRM permit mărirea, spre exemplu prin adăugarea de utilizatori și funcționalități.

## DE CE ESTE IMPORTANTĂ UTILIZAREA PROGRAMULUI CRM?

Satisfacerea clientului este un element cheie al loialității sale. Clienții fideli și satisfăcuți devin clienți pe termen lung și cei mai buni *avocați* ai dumneavoastră. Mai mult, recomandările creează cea mai convingătoare reclamă pentru compania dumneavoastră. În zilele noastre, feedback-ul negativ al clientului se transmite rapid prin Facebook, blogurile și comentariile online, deserviciul făcut clientului neputând fi trecut cu vederea.

## CRM POATE FI INTEGRAT PE SITE-URILE DE SOCIALIZARE?

Da, multe companii dezvoltatoare de CRM oferă integrare cu site-uri precum Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn și altele. Potrivit Gartner, până în 2017, 25% din companiile care adoptă CRM vor avea extinse

centrele lor pentru relațiile cu clienții pentru a include social media, inclusiv Facebook, Twitter și alte comunități online.

## **CE ESTE SOCIAL CRM?**

Social CRM este atât o filosofie, cât și o strategie de afaceri și comunicare cu privire la managementul relațiilor cu clienții, care se concentrează pe utilizarea rețelelor sociale pentru a spori angajamentul clientului.

## **CÂT DE POPULARĂ ESTE O REȚEA SOCIALĂ ÎN ZILELE NOASTRE?**

Viteza de adopție a rețelelor sociale este copleșitoare. Mai jos sunt prezentate cele mai populare platforme de socializare (conform anului 2013):

- Facebook are acum mai mult de 1 miliard de utilizatori activi lunar;
- Twitter a atins 200 milioane de utilizatori activi;
- Google+ are mai mult de 500 milioane de utilizatori;
- LinkedIn are mai mult de 200 milioane de membri;
- YouTube are mai mult de 1 miliard de utilizatori diferiți în fiecare lună.

## **DE CE ESTE IMPORTANT SOCIAL CRM-UL PENTRU AFACERE?**

Este absolut necesar ca firmele să arate constant că ascultă vocea clienților lor, că rezolvă cerințele lor, că implementează recomandările lor și lucrează la îmbunătățirea experienței clientului global.

## **CUM SE MĂSOARĂ SATISFAȚIA CLIENȚILOR ÎN DIFERITE MOMENTE DE TIMP?**

Nivelurile de satisfacție ale clientului pot fi urmărite în mod regulat prin sondaje și evaluări telefonice. Măsurarea satisfacției clientului se poate intui din vocea clientului, dar oferă de asemenea perspective care vă vor ajuta să îmbunătățiți parametrii cheie de performanță.

## **CE ESTE "CLOUD-UL"?**

"Cloud" este un cuvânt popular pentru utilizarea internetului pentru a accesa date, stocate pe servere la distanță, cum ar fi undeva în "nor". "Cloud-ul" face posibil ca dumneavoastră să ajungeți la informații și servicii de oriunde.

## **CARE ESTE PRINCIPALA DIFERENȚĂ DINTRE SOLUȚIILE CRM BAZATE PE CLOUD ȘI CELE ON-PREMISE?**

După cum sugerează și numele, CRM on-premise este rulat pe calculatoare în cadrul sediului unei organizații. De asemenea, în acest caz sunt stocate toate datele și informațiile în interiorul sediului companiei. În ultimii ani a existat o creștere constantă a popularității soluțiilor online. Programul bazat pe cloud presupune ca software-ul și toate datele relevante să fie accesibile prin intermediul internetului și afișate pe un browser web. Potrivit Gartner, 35% din implementările CRM de astăzi folosesc SaaS (Software-as-a-Service) și se estimează că va ajunge la peste 50% în 2020.



## CARE ESTE DIFERENȚA DINTRE CRM ȘI ERP?

CRM și ERP sunt adesea folosite împreună, deși au scopuri diferite. CRM combină Marketing, Vânzări, Managementul contactelor și Suportul clientului. ERP vine de la *Enterprise Resource Planning*. Sistemele ERP ajută la standardizarea și eficientizarea a numeroase procese de afaceri în fabricație, achiziții publice, servicii, vânzări, financiar, managementul resurselor umane, etc. ERP este folosit în principal de companiile mai mari, consacrate.

## CRM POATE FI INTEGRAT CU ERP?

Da. Deși câteva soluții CRM sunt utilizate ca aplicații separate, ele pot fi integrate cu ERP, unde datele pot fi împărțite între sistemele ERP și CRM, comunicând informații importante despre client și comportamentul acestuia de cumparare.

## POT FOLOSI CRM PE DISPOZITIVE MOBILE, CUM AR FI IPAD ȘI IPHONE?

Soluțiile avansate de CRM sunt disponibile de asemenea pe dispozitive mobile și vă permit operarea în mișcare cât timp rămâneți conectat la sistemul dumneavoastră CRM.

## CARE SUNT AVANTAJELE UTILIZĂRII CRM-ULUI PE DISPOZITIVE MOBILE?

Principalele avantaje sunt:

- Oportunități crescute de vânzare;
- Ciclu de vânzări simplificat;
- Flux de numerar accelerat;
- Colectare a datelor de la sursă;
- Productivitate crescută;
- Perspective îmbunătățite.

Găsiți mai multe detalii în infograficul de mai jos.

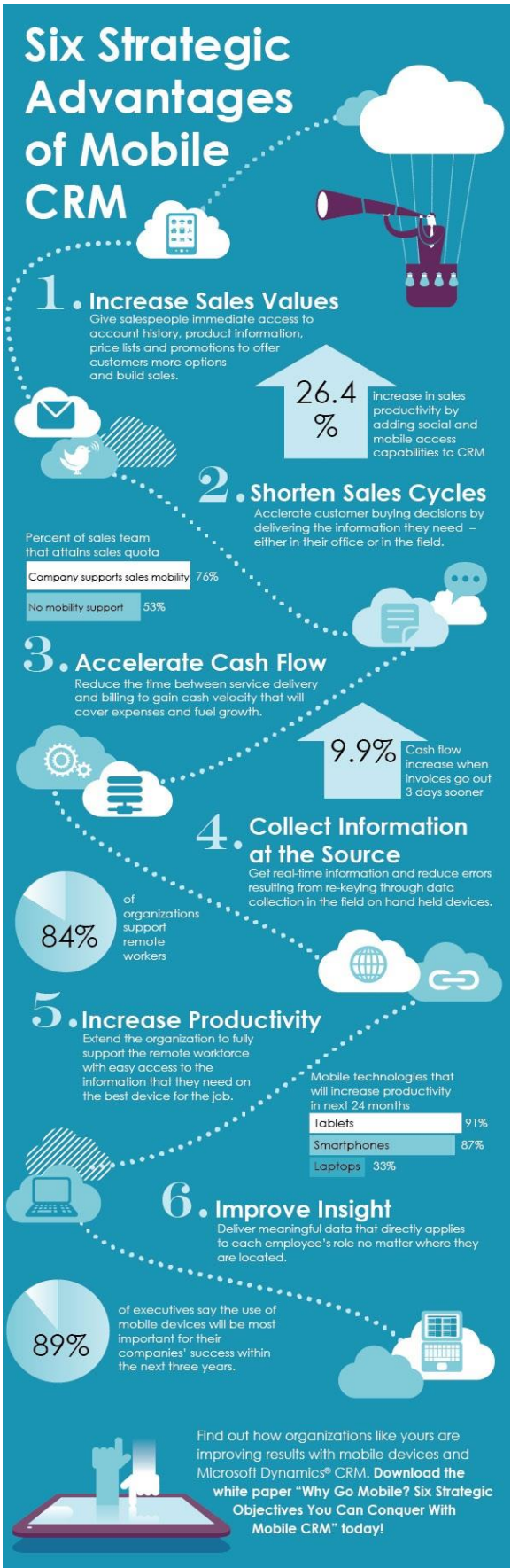


Figura 2: Avantaje ale Mobile CRM Sursa: crmssoftwareblog.com

## **ESTE GREU SĂ ÎNVEȚI CUM SĂ FOLOSEȘTI CRM?**

Practic, CRM trebuie să aibă o interfață utilizată ușor de învățat și intuitivă, o structură clară, logică și ușurință în utilizare. Mai mult decât atât, puteți obține clarificări și formare de la suportul tehnic (dacă este disponibil, desigur), manualul de utilizare sau compania care a făcut implementarea.

## **CRM POATE FI INTEGRAT CU MS OUTLOOK?**

De obicei, da. Orice aplicație CRM profesionistă ar trebui să permită acest lucru. Este posibil să importi contacte și planificările din calendarul Microsoft Outlook?

Multe soluții CRM prevăd integrarea cu MS Outlook unde toate contactele dumneavoastră pot fi importate către CRM și vice-versa.

## **CRM NECESITĂ ASISTENȚĂ IT DEDICATĂ?**

CRM-ul tradițional on-premise necesită normal asistență IT internă pentru instalarea și întreținerea software-ului, pe când furnizorii care găzduiesc CRM au grijă de actualizările software-ului, securitatea datelor, confidențialitatea, întreținerea hardware-ului și protecția împotriva virusilor.

## **CONFIGURAREA PROGRAMULUI CRM ESTE DIFICILĂ?**

Software-ul bazat pe cloud ar trebui să fie cel mai puțin dificil întrucât furnizorii de astfel de sisteme sunt responsabili de buna funcționare a acestuia. (Acesta este unul dintre motivele pentru care popularitatea cloud-ului crește exponențial.) Dacă ați optat pentru un sistem on-premise, aceasta presupune să investiți mai mult în a crea și rula software-ul. În cazul în care personalul dumneavoastră IT nu are cunoștințe suficiente, este posibil să aveți nevoie de un consultant care cunoaște programul bine și vă poate ajuta să obțineți cea mai bună configurare pentru afacerea dumneavoastră.

## **SE POT IMPORTA DATE DIN ALTE SISTEME CRM?**

Aceasta este o opțiune posibilă cu mai multe sisteme CRM.

## **RAPOARTELE CRM POT FI PERSONALIZATE?**

Da, dezvoltatorii CRM vă pot oferi un creator de rapoarte personalizate în așa fel încât să puteți crea rapid și ușor rapoarte în funcție de cerințele dumneavoastră.

## **EXISTĂ ALTE SISTEME CRM OPEN SOURCE?**

Da. Printre cele mai cunoscute se numără SugarCRM, vtiger CRM, SplendidCRM, hipergate, CiviCRM, Compiere și altele.

## CE DEZAVANTAJE AU SISTEMELE CRM OPEN SOURCE?

Programul open-source CRM ar putea fi o alegere excelentă, dar nu este încă adecvat din punct de vedere funcțional, ca pachet de aplicații de business sau soluție ușor de personalizat. Alternativele comerciale oferă de obicei mai multe caracteristici, stabilitate și maturitate. De exemplu, magazinele mici, fără abilități tehnologice, ar beneficia mult mai mult de pe urma software-ului comercial cu funcționalitate tailor-made, suport de înaltă calitate și mai bună documentare. În plus, soluțiile CRM open-source pot avea nevoie de mai mult timp pentru punerea la punct și funcționare. De asemenea, ele nu pot ține pasul cu creșterea sistemelor proprii CRM și în special a sistemelor cloud. Astfel, chiar dacă ele sunt gratuite, costurile totale de deținere și operare pot fi foarte mari.

## CARE SUNT CELE MAI POPULARE PRODUSE CRM?

Acestea includ Salesforce.com (exclusiv în cloud), SAP CRM, Microsoft Dynamics CRM, Oracle Siebel CRM, , Sage ACT!, Prophet și altele.

## PROGRAMUL CRM POATE FI PERSONALIZAT?

Multe soluții CRM oferă o multitudine de opțiuni de personalizare: câmpuri, aspecte ale paginii, vizualizări listate, căutare, nivele de confidențialitate pentru utilizator, rapoarte, etc.

## CRM POATE FI INTEGRAT CU ORICE MODALITATE DE PLATĂ?

Comaniile dezvoltatoare de CRM pot oferi integrări cu un număr de modalități de plată.

## POT IMPORTA DATE DIN ALTE SISTEME CRM?

Majoritatea sistemelor CRM vă vor permite să descărcați datele într-un fișier CSV, astfel încât să puteți face un backup sau să le încărcați într-un alt sistem sau program.

## CUM POT ȘTII DUPĂ CE FUNCȚII CRM SĂ MĂ UIT?

Începeți prin a vă gândi cum aveți de gând să folosiți soluțiile CRM. Dacă doriți ca departamentul de marketing să utilizeze sistemul CRM, ar trebui să vedeți dacă are capacitatea de a rula campanii de publicitate și de a gestiona listele de discuții și social media. Dacă veți folosi sistemul pentru asistență telefonică, suport sau service, probabil veți dori să aibă capacitatea de a urmări cazuri și dirijarea automată a procesului. Dacă intenționați să folosiți CRM pentru vânzări, atunci trebuie să vă asigurați că sistemul poate automat să găsească oportunități și să creeze un set de reguli de atribuire a oportunităților. Raportarea este o altă caracteristică importantă care trebuie să fie prezentă. În cele din urmă, răspunsul depinde de criteriile de bază ale afacerii și de procesul de business pe care doriți să-l integrați în CRM.

## CRM ESTE COSTISITOR?

Prețul depinde mult de cazul dumneavoastră particular. Costul total de întreținere (TCO) a sistemelor CRM on-premise poate fi mai mare decât cea a soluțiilor CRM găzduite. Sistemele tradiționale CRM necesită hardware dedicat, instalare software, întreținere, actualizări și copii de siguranță asigurate de compania furnizoare de CRM.

## **UTILIZATORII POT PERSONALIZA SISTEMUL INDIVIDUAL SĂ LUCREZE AȘA CUM VOR EI SĂ LUCREZE?**

Unii furnizori de CRM oferă o posibilă extindere a opțiunilor de personalizare individuale.

## **SISTEMUL CRM POATE SĂ AUTOMATIZEZE ȘI SĂ ORCHESTREZE PROCESELE CARE SE EXTIND DINCOLO DE DEPARTAMENTE?**

Procesele importante ale clientului implică de multe ori mai multe departamente . Prin urmare, vizibilitatea de gestionare a procesului între departamente poate îmbunătăți productivitatea organizației dumneavoastră. Pentru a menține confidențialitatea în CRM, puteți impune restricții specifice pe departamente privind accesul la funcționalitatea și fluxurile de lucru.

## **CÂT DUREAZĂ DE OBICEI IMPLEMENTAREA UNEI SOLUȚII CRM?**

Durata implementării depinde de programul pe care îl alegeți și de dimensiunea firmei dumneavoastră; poate necesita câteva zile sau câteva săptămâni sau luni.

## **CARE SUNT MODALITĂȚILE DE IMPLEMENTARE A SOLUȚIEI CRM?**

Discutați cu potențialul furnizor despre cum intenționați să implementați și să folosiți soluția CRM. În unele cazuri, poate fi mai eficient să implementați sistemul pe etape, cu introducerea departamentelor treptat sau organizarea unei echipe pilot, care să utilizeze un timp CRM-ul. Pe de altă parte, pentru unele organizații ar putea fi mai ușor să ruleze programul de la început la nivel de companie. Asigurați-vă că ciclul de dezvoltare al proiectului se potrivește nevoilor și așteptărilor particulare. Un ciclu rapid de dezvoltare poate mări costurile, precum și riscul de apariție a erorilor și problemelor. Alternativ, o perioadă de dezvoltare mai lungă oferă mai mult spațiu pentru a testa în mod corespunzător și a repara sistemul.

## **CRM SE POATE INTEGRA CU UȘURINȚĂ CU ALTE SURSE DE DATE ALE CLIENTULUI?**

CRM-ul dumneavoastră trebuie să aibă o infrastructura software care să asigure integrarea viguroasă a informațiilor vitale despre client stocate financiar, în ERP sau alte posibile sisteme. Unele integrări ar putea fi doar citite, în timp ce altele pot avea nevoie de o sincronizare a datelor într-un singur sens sau în ambele sensuri. Asigurați-vă că furnizorul de CRM vă poate oferi diferite moduri de integrare.

## **CU CE FURNIZOR DE CRM AR TREBUI SĂ LUCREZ?**

Factorii cei mai importanți care trebuie luați în considerare când selectați furnizorul de CRM sunt experiența, expertiza, fiabilitatea și credibilitatea. Cereți referințe și verificați-le. Cereți demo-uri personalizate (POC) și oferiți-le informații despre procesele dumneavoastră de business, astfel încât să demonstreze dacă au înțeles sau nu nevoile dumneavoastră.

## DESPRE ASG

ASG ([www.aleman.ro](http://www.aleman.ro)) este una dintre cele mai inovative companii românești, furnizoare de consultanță, software și servicii de outsourcing IT. Înființată în 2010, Aleman Consulting este axată pe consultanță și software de business care încurajează progresul și ajută companiile să-și creeze viitorul în afaceri. Suntem unici pe piața românească datorită nivelului înalt de know-how aplicat în software-ul dezvoltat și integrat de noi.

- Soluții software: Microsoft Dynamics CRM 2015, Dynamics CRM 2013, Dynamics CRM 2011, Microsoft Dynamics CRM Online, Dynamics CRM 4.0, Corporater
- Anul înființării: 2010
- Aleman Consulting este singura companie care furnizează toate tipurile de servicii pentru platforma Microsoft Dynamics CRM în România, pornind de la implementări și dezvoltări avansate, până la training tehnic și de vânzări.