

RECESSZIÓ IDEJÉN AZ ÜGYFELEKET CÉLOZZÁK A VÁLLALATI IT FEJLESZTÉSEK

A CRM és az e-megoldások vezetnek az IT tervek toplistáját

2010. szeptember 13. Korábban főleg információtechnológiai (IT) biztonságra, ma már inkább eladásösztönzéshez kapcsolódó informatikai rendszerek fejlesztésére költenének a nagy hazai gazdálkodó szervezetek – derül ki az IFUA Horváth & Partners és a Budapesti Corvinus Egyetem közös IT benchmarking kutatásából. A piaci viszonyok és az ügyfélszokások változásával azonban az értékesítési technikák átalakulnak, a gyors megtérülés pedig egyre fontosabbá válik.

Eltolódott fókusz és új elvárások – ez jellemzi ma a gazdálkodó szervezetek IT fejlesztési terveit. Míg a 2007/2008-as kutatás során a megkérdezett vállalatok és intézmények nagytöbbsége a „belső” vonatkozású informatikai célokat emelte ki, ma a válaszadók egyharmada már a „külső” informatika, vagyis az ügyfélkapcsolat-menedzsment (CRM) rendszerek és a velük szorosan összefüggő e-megoldások fejlesztésére fókuszál. Az IT biztonságot pedig már csak 16 százalékuk tartja fontosnak a korábbi 53 helyett.



Bár az változás jelentős, meglepőnek mégsem tekinthető, mert teljes mértékben összhangban van a nemzetközi trendekkel, amelyek szintén az értékesítést szolgáló technológiák előtérbe kerülését mutatják – az IT költségek általános visszafogása és az IT hatékonyság növelése (pl. konszolidáció, virtualizáció) mellett.

Az új CRM küldetés: elérni és befolyásolni

„A CRM informatikájának három egymásra épülő komponense van: az ügyféllel való kommunikáció, az ügyféllel kapcsolatos „történekek” rögzítése, valamint az ügyféladatok elemzése. Ezek közül most a kommunikáció és az elemzés került a középpontba. Az előbbi azért, hogy új csatornákon (pl. mobiltelefonon, internet) is meg lehessen szólítani az ügyfelet, az utóbbi pedig az eredményes befolyásolás érdekében” – magyarázza Dr. Drótos György a Corvinus Egyetem docense, egyben az IFUA Horváth & Partners partnere.

Az átalakulás háttérében részben a válság által életre hívott agresszívabb értékesítési módszerek állnak, de nem csak erről van szó. Számos új CRM megoldás – beleértve a Facebook, Twitter és más hasonló oldalak több száz milliós közönségére építő ún. közösségi háló vagy közösségi média CRM-et is – egyfajta alkalmazkodásnak tekinthető egy új vevői kultúrához.

„Az új CRM megoldások nemcsak a válságra reflektálnak, hanem a változó társadalmi szokásokra is. Ma a vevők életük egyre jelentősebb részét a virtuális világban élik, emellett egyre inkább immunisak az általános reklámajánlatokra, az üres és agresszív direktmarketinget pedig egyértelműen elutasítják. Ugyanakkor az elemzési célú CRM eszközökből az ügyfél és az eladó is profitál: a vevők a megfelelő időben és csatornán keresztül érkező, testreszabott megkereséseket szívesebben fogadják, és az ajánlattevő sem pazarol el milliőkat vaktában és kéréstelenül kiküldött üzenetekre. A kínálatot akár az internetes közösségi oldalak is alakíthatják, ha az üzleti szereplők figyelik és CRM eszközök segítségével kielemezik a termékeikről és szolgáltatásaikról ott folyó diskurzust, különös tekintettel a véleményvezérek hozzászólásaira” – teszi hozzá a szakember.

Elsődleges szempont a gyors megtérülés

Bármennyire ígéretes is egy új üzleti elképzelés, szinte lehetetlen hozzá forrást találni válság idején. Még a tehetősebb vállalatoknál is megszokott dolog, hogy az alkalmazásfejlesztési projektek legfeljebb „pilot” változatban indulnak el, és a teljes körű bevezetést inkább későbbre időzítik.

Kivételt az elemzési célú CRM megoldások jelenthetnek – különösen az ügyfelek várható viselkedését előrejelző alkalmazások –, mivel ezek akár fél-egy év alatt is megtérülnek. „A gyors megtérülés főként a szolgáltatott információk újdonságának, kritikusságának és a kisebb fejlesztő cégek alacsonyabb technológiai költségeinek köszönhető. Itt az IFUA-ban mi is gyakran innovatív hazai IT cégekkel dolgozunk együtt, amikor CRM alkalmazásokat építünk pénzügyi, telekommunikációs és kiskereskedelmi ügyfeleink számára. Az ügyfél ráadásul duplán jól jár, mert így több idő és erőforrás jut a modellalkotásra és az elkészült alkalmazások folyamatokba illesztésére, ami az „intelligens” IT projektek két kritikus sikertényezője” – teszi hozzá Drótos György.

IFUA Horváth & Partners

Az 1989-ben alakult IFUA Horváth & Partners Magyarország egyik legnagyobb vezetési tanácsadó cége, amely ügyfelei teljesítményének átfogó és tartós fejlesztését valósítja meg korszerű nemzetközi vállalatirányítási és működésfejlesztési módszerek alkalmazásával a magyar vállalati és közszférában. Az IFUA ügyfelei Magyarországon elsősorban a pénzügyi szféra, energetika, autó- és beszállító-ipari, vegyipari és gyógyszergyártási cégek, közüzemi szolgáltatók, valamint a központi és helyi közigazgatás intézményei közül kerülnek ki. A 2008-2009-es üzleti évben a cég alkalmazottainak száma meghaladta a 110 főt, nettó árbevétele túllépte a 2,2 milliárd forintot.

Az IFUA a Horváth & Partners független nemzetközi vezetési tanácsadó cégcsoport tagja, amely Európa hat országában és az Amerikai Egyesült Államokban működtet irodákat, éves forgalma meghaladja a 100 millió eurót.

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ:

Juhász Péter

Goodwill Communications

Tel.: (20) 358 5155

E-mail: juhasz@goodwillcom.hu