

Trendem budoucnosti všech CRM systémů bude **digitální rutina**

Jana Danišová

Žijeme v digitální době, ve které přední dodavatelé CRM systémů neustále inovují a zdokonalují klíčové funkce, jakými jsou například umělá inteligence, se schopností zlepšit a optimalizovat míru konverzí, nebo nástroj omnichannel, pomocí něhož je možné zvyšovat prodeje díky personalizované reklamě. Dalším typickým znakem nových technologií je shromažďování a ukládání relevantních dat na jednom místě ideálně v cloudovém úložišti anebo intuitivní zdokonalování prostředí CRM systému, které zvyšuje spokojenost všech uživatelů, kteří přijdou se CRM systémy do denního styku, a to bez ohledu na místo výkonu práce.



Přestože většina obchodních společností má dnes již naimplementované CRM systémy, průzkumy ukazují, že více než polovina uživatelů je nepoužívá správně, anebo je dokonce nepoužívá vůbec. Důvodů je několik – v první řadě informační systémy potřebují maximální přijetí ze strany všech uživatelů v plném rozsahu. Bariérou správného užívání je čistě lidský faktor. Dodavatelé budou své CRM systémy neustále inovovat, modernizovat a zjednodušovat tak, aby každý prodejce cítil potřebu používat CRM systém jako strategický nástroj, který řídí všechny obchodní aktivity a vztahy se zákazníky. Nicméně bez toho, aby ho uživatelé aktivně používali, bývá jakákoliv iniciativa ze strany CRM systému neúspěšná. Doba zatajování informací je nenávratně pryč, sólisté již jednoduše nejsou v kurzu. Novodobá digitální doba, ve které všichni žijeme, nás dokonale nabádá ke sdílení dat a informací na všech frontách. Vytváříme tematické komunity, blogujeme, setkáváme se na workshopech, navštěvujeme odborné meetupy, radíme se prostřednictvím sociálních sítí a internetových diskusí. Tak přichází otevřená otázka, proč v plné míře nesdílíme obchodní informace o svých zákaznících a jejich aktivitách v moderních systémech, které nám značně zefektivní obchodní činnost. Dalším výrazným vlivem na úspěšnost využívání informačního systému ve firmě jsou interní vstupy. Pamatujme na to, že CRM systém je tak zdravý, jako jsou data v něm uložená.

Pokud hovoříme o trendech v oblasti CRM systémů, pak je to jednoznačně mobilita, která aktuálně zaznamenává až kritický vzestup vzhledem k funkčnosti, formě komunikace, gamefikaci, aktivitě na sociálních sítích a dostupnosti hledaných informací v reálném čase, kdekoliv na světě. Mobilitou se rozumí především dostupnost informací z CRM systému v terénu přes mobilní telefon či tablet, ideálně i s možností off-line synchronizace. Pracovníci v terénu, především obchodníci a servisní technici, tak mohou získávat potřebné informace i bezodkladně zadávat nové záznamy či objednávky.

Vzhledem k tomu, že používání mobilních zařízení neustále roste, dá se přirozeně očekávat, že se zvýší i počet uživatelů CRM, kteří se přihlásí do svého systému na telefonech a tabletech. Tím se bude zvyšovat i poptávka po CRM systémech s full zobrazením na mobilních zařízeních, které nám umožní práci v reálném čase se všemi moderními vychytávkami, které dnešní doba nabízí a umožňuje, jako je třeba ovládní CRM systému hlasem, přímé propojení CRM systému s poštovním klientem MS Outlook, který oboustranně udržuje aktuální data v reálném čase, umožňuje snadný přístup k firemním informacím v jakoukoliv denní hodinu, dává možnost v aktuálním čase bryskně reagovat na mailly, poptávky, nabídky, umožňuje operativně měnit a aktualizovat schůzky a kalendáře,

vykreslovat GPS body na mapě a tím optimalizovat trasy a šetřit čas i náklady. Zde je ale namísto přiznat, že i přes vědomí jednoznačného trendu, kterým je postupný, ale velmi rychlý přechod od desktopových stanic k těm mobilním, tak funkčnost CRM systému a zobrazení na těchto mobilních zařízeních někdy pokulhává za původní desktopovou verzi. Věříme ale, že tento stav je dočasný a že další vývoj CRM systému bude stále více zaměřen na jeho mobilní formu užívání.

Očekáváme, že následující měsíce či roky budou pro CRM vzrušujícím obdobím, protože přecházíme ze standardních desktopových přístupů na mobilní smart zařízení, která jsou z mnoha hledisek user trendy, a tím se stávají atraktivními nejen pro naši práci, ale jsou v souladu s naším životním stylem. ■

Jana Danišová



Autorka je marketingovou manažerkou ve společnosti D3Soft, jež se mimo jiné zabývá vývojem a implementací CRM systémů pro střední a velké obchodní společnosti.