

Wywiad

Systemy mobilne w służbie firm Wywiad z dr Jarosławem Kobiela

Iwona Zalewska: Konkurencja na rynku pomiędzy firmami jest bardzo duża. Obecnie zarówno klienci, jak i partnerzy szukają firm, które potrafią sprawnie połączyć dobre praktyki biznesowe wraz z zasadą zrównoważonego rozwoju firmy. Niebagatelne znaczenie ma również zarządzanie relacjami z klientami w oparciu o nowoczesne systemy informatyczne, takie jak technologie mobilne czy automatyzacja procesu sprzedaży.

Dr Jarosław Kobiela: Zastosowanie technologii mobilnych i sieci bezprzewodowych jest już standardem w obecnych czasach. Poprzez zdalny dostęp do informacji przedsiębiorstwa (baz danych, baz wiedzy) pracownicy szybciej podejmują właściwe decyzje oraz są bardziej dyspozycyjni. Za pośrednictwem telefonu, smartphona, czy też tabletu z zainstalowanym odpowiednim oprogramowaniem uzyskują stały dostęp do informacji firmowych niezależnie od miejsca i czasu wykonywanych obowiązków.

I.Z.: Czym jest zatem mCRM?

J.K.: Mobilny system CRM (ang. *Customer Relationship Management*) to zarządzanie relacjami z klientami. Tego rodzaju systemy pozwalają na korzystanie z pełnej lub okrojonej funkcjonalności systemu CRM w terenie, z wykorzystaniem technologii zdalnego dostępu. Daje pracownikom terenowym natychmiastowy dostęp do najaktualniejszych danych będących w posiadaniu firmy. Użytkownicy systemu mogą przeanalizować m.in. historię współpracy z wybranym kontrahentem, realizację celów sprzedażowych oraz zaplanowanych zadań. mCRM pozwala również na bardziej efektywne zarządzanie czasem pracy przedstawicieli oraz zamianę dokumentów z papierowych na elektroniczne. Natomiast managerom daje możliwość śledzenia wszystkich kontaktów z klientem, które zostały wykonane przez podległych im pracowników. System ten pozwala również na rejestrowanie informacji o konkurencji, co ułatwia późniejszą analizę i opracowanie skutecznych metod zabiegania o pozycję na rynku.

I.Z.: Jakie korzyści daje zastosowanie mCRM w firmach?

J.K.: mCRM jest wykorzystywany przede wszystkim przez handlowców oraz pracowników technicznych działających w terenie. W opinii Gartner Group „technologia bezprzewodowa czyni pracowników mobilnych 30% bardziej efektywnymi.” Natomiast eksperci z Boston Consulting Group twierdzą, że wprowadzenie nawet prostego systemu mCRM pozwala na zwiększenie efektywności pracowników terenowych od 10% do 50%.

Ponadto wśród najczęściej wymienianych korzyści są m.in. poprawa komunikacji wewnętrznej, poprawa wydajności pracy, sprawniejszy i szybszy kontakt z klientem oraz poprawa wizerunku, a także skrócenie procesów biznesowych. Dzięki stosunkowo łatwej możliwości rozbudowy system rozwija się wraz z przedsiębiorstwem, wpływając na jego konkurencyjność.

I.Z.: Jak przebiega proces wdrożenia systemu w firmach?

J.K.: Wdrożenie każdego systemu informatycznego, ze względu na stopień skomplikowania, musi przebiegać zgodnie z przyjętą metodyką. Określa ona precyzyjnie i jednoznacznie etapy i podetapy, w ramach których przypisuje się obowiązki i odpowiedzialności poszczególnym członkom zespołu wdrożeniowego. Przyjęte zostają kryteria akceptacji wykonanych prac oraz ich harmonogram.

Stosowane metodyki wdrożeń zawierają od kilku do kilkunastu etapów, które realizowane są sekwencyjnie lub równoległe, a obejmują swym działaniem różny zakres czynności. Pomimo różnic między nimi, można zauważyć, że zawierają one trzy podstawowe etapy: etap I – prace przedwdrożeniowe, etap II – wdrożenie systemu oraz etap III – użytkowanie i rozwój. W etapie pierwszym powołuje się zespół wdrożeniowy oraz kierownika projektu (*Project Manager*). Następnie przeprowadzana jest analiza procesów biznesowych obsługiwanych przez system. Wśród aspektów analizy są m.in. wyznaczenie terminów akceptacji etapów wdrożenia, szkolenia, testy, instalacja i konfiguracja systemu. Kolejny etap, czyli wdrożenie, realizowany jest na terenie instytucji odbiorcy, okresowo angażując część jego zasobów. Rola dostawcy oprogramowania ogranicza się do proponowania i projektowania rozwiązań, natomiast odpowiedzialność spoczywa na stronie posiadającej moc sprawczą – odbiorcy. Czas potrzebny na implementację systemu zamyka się od 4 do 12 tygodni, bez konieczności zatrudnienia zewnętrznego konsultanta, czy też nadmiernego zajmowania działu IT. Następnie prowadzi się szkolenia użytkowników z funkcjonalności i administracji systemu. Użytkowanie i rozwój to ostatni z etapów. Na początku, pomimo iż w systemie zaczyna się rejestrować bieżące zdarzenia oraz przetwarzać wprowadzone dane, zawsze pojawiają się jakieś niejasności, które rozwiązuje się stosując odpowiedni system pomocy.

Prawidłowe przeprowadzenie wdrożenia systemu ma decydujący wpływ na jego późniejsze funkcjonowanie w firmie, akceptację przez użytkowników oraz wykorzystanie w pełni stworzonych przez system możliwości.

I.Z.: Jaki jest czas zwrotu z inwestycji w mCRM?

J.K.: Literatura przedmiotu podaje iż czas zwrotu z inwestycji w mobilny system CRM to okres od 2 do około 6 lat, w zależności od profilu firmy. Można zatem stwierdzić, że są to systemy: elastyczne, ze stosunkowo szybkim okresem zwrotu inwestycji, a co najważniejsze firma gromadzi informacje, które wcześniej handlowcy zapisywali we własnych notatkach.

