

Success Story

Conrad Electronic Sp. z o.o.



Firma i specyfika branży

Conrad Electronic Sp. z o.o. jest oddziałem niemieckiej organizacji Conrad Electronic SE istniejącej od 1923 roku. Firma działa obecnie w 15 krajach Europy, między innymi w Polsce (od 2010 roku). Conrad Electronic jest największą w Europie siecią sklepów wysyłkowych techniki i elektroniki, a także liderem promującym nowe idee w tej dziedzinie. Misją firmy jest dostarczanie szerokiego wachlarza produktów technicznych i elektronicznych, wraz z szybką dostawą oraz zapewnieniem jakości i bezpieczeństwa zakupów. W jej ofercie znajdują się setki tysięcy produktów elektronicznych, akcesoriów, części zamiennych, gadżetów, narzędzi, urządzeń technicznych dla hobbystów i profesjonalistów. Firma posiada certyfikat jakości ISO 9001:2008 oraz ISO 14001:2004.

Conrad Electronic Sp. z o.o. działa w branży e-commerce, gdzie w obszarze obsługi klientów biznesowych, od programu CRM oczekuje się przede wszystkim:

- ✓ możliwości nadzoru nad pracą poszczególnych handlowców (np. w zakresie udzielanych przez nich rabatów, monitorowania wyników),
- ✓ szybkiego przepływu informacji wewnątrz firmy,
- ✓ jednej, centralnej bazy danych, w której zgromadzona jest pełna historia kontaktów z poszczególnymi kontrahentami,
- ✓ istotne jest także odpowiednie zabezpieczenie danych (np. w przypadku odejścia pracownika) oraz możliwości standaryzacji sposobu działania (np. ogólnodostępne szablony pism czy zamówień).



Skąd decyzja o konieczności wdrożenia CRM?

1. Potrzeba **usystematyzowania działań sprzedażowych**: sposobu ustalania cen i marż dla poszczególnych klientów oraz określenia przypadków, w jakich wymagana będzie akceptacja kierownika. Pracownicy znali ogólny dopuszczalny poziom marży, jednak w wielu sytuacjach konieczna była akceptacja kierownika. Wprowadzenie nadzoru systemowego miało w sposób jednoznaczny wyznaczać maksymalne poziomy rabatów dla poszczególnych grup pracowniczych.
2. Dostęp do **pełnej historii zamówień** dla każdego z kontrahentów. Zauważono, że pewne informacje umykają z firmy wraz z odejściem pracownika, np. ceny zakupionych w przeszłości produktów, w wyniku czego kontrahenci reagowali negatywnie na zmianę proponowanych cen.
3. **Problem z odnalezieniem przygotowanych wcześniej ofert**. Zdarzały się przypadki, że klient chciał powrócić do złożonego wcześniej zapytania i problematyczne było odnalezienie takiej oferty, szczególnie jeśli zajmował się nią były pracownik.
4. Konieczność zmniejszenia ilości czasu poświęcanego na przeprowadzenie procesu **fakturowania w programie SAP**.
5. Rozwiązanie problemu „co się dzieje gdy dana osoba jedzie na urlop?” - brakowało narzędzi umożliwiających zastępowania kierownika w trakcie jego nieobecności.



„W związku z dynamicznym rozwojem firmy i rozbudową działu handlowego pojawiła się konieczność wprowadzenia zmian. Wiedziałem, że najlepszym rozwiązaniem będzie wdrożenie systemu CRM”.

„Na decyzję o zakupie wpłynęły: wysoka funkcjonalność, elastyczność i konfigurowalność systemu. Programy oferowane przez firmy konkurencyjne były zbyt sztywne i nie dało się ich dopasować do naszych wymagań.”

- Jarosław Gorycki, Manager Rynku Profesjonalnego, Conrad Electronic Sp. z o. o.

Rozwiązania zaproponowane przez firmę bs4 business solutions Sp. z o.o.

1. Automatyzacja procesów sprzedażowych

Wprowadzenie **systemu dwustopniowej akceptacji marży** (przez Key Account Managera lub kierownika), w zależności od jej poziomu.

a) Handlowiec odpowiedzialny za transakcję wprowadza dane zamówienia i określa poziom przyznanego rabatu (system czuwa, aby nie przekroczył z góry określonego poziomu). Inny jest max. rabat dla handlowca a inny dla Key Account Managera (KAM).

b) Jeśli wprowadzone przez handlowca rabaty mieszczą się w założonym przedziale % pomiędzy wartościami X i Y, to oferta jest automatycznie akceptowana (do tej pory konieczna była konsultacja z kierownikiem). System podpowiada wysokości średniego rabatu, jakiego handlowiec może udzielić, aby oferta została automatycznie zaakceptowana.

c) Jeśli jego wysokość przekracza uprawnienia handlowca, ale jest w przedziale dostępnym dla KAM, to transakcja trafia do akceptacji KAM wskazanego na transakcji. Jeśli rabat przekracza również jego uprawnienia lub na którejkolwiek pozycji marża spada poniżej 0 - transakcja trafia do akceptacji kierownika. O każdym kroku informowany jest odpowiedni pracownik.

Zwieńczeniem tworzenia oferty jest wysłanie jej do klienta. Dodatkowo system automatycznie wysyła do handlowca i fakturanta odpowiedniego maila z danymi do fakturowania (fakturowanie poza systemem bs4).

2. Zarządzanie ogromną bazą produktów

Zaprogramowanie automatycznej aktualizacji danych – codziennie system dodaje i aktualizuje informacje o około 500 tys. produktów (wg danych pobranych od spółki matki, umieszczonych w pliku na ftp). W ten sposób dodawane są nowe produkty, aktualizowane są kartoteki już istniejących, ceny sprzedaży i zakupu tych produktów. W efekcie ceny są zawsze aktualne.

3. Generowanie plików do programu SAP

Dodatowym ułatwieniem procesu sprzedaży była częściowa synchronizacja z systemem SAP. Każde zamówienie wychodzące z systemu bs4 jest automatycznie przekazane do SAP. Wymiana odbywa się przy wykorzystaniu pliku tekstowego generowanego z bs4 intranet. Przygotowanie mechanizmu do wytwarzania pliku nie wymagało dodatkowych prac programistycznych. Całość prac została przeprowadzona przez konsultanta bs4 po uzyskaniu odpowiednich informacji od klienta.

4. Zarządzanie urlopami

Kwestię zastępstw rozwiązano na zasadzie przekazywania profili uprawnień na czas nieobecności. Kierownik wyjeżdżając na urlop przekazuje wyznaczonemu zastępcy swoje uprawnienia i to do niego spływają wówczas wszystkie oferty wymagające akceptacji, po jego powrocie zastępcy powracają poprzednie uprawnienia.

Niestandardowe rozwiązania

Podobnie jak w przypadku większości wdrożeń, niektóre z oczekiwań klienta wymagały niestandardowych rozwiązań i skonfigurowania systemu specjalnie dla jego potrzeb. Były to m.in.:

1. Kilkupoziomowe rozpatrywanie marży – konfiguracja 3 różnych poziomów uprawnień zależne od marży. Dzięki wprowadzeniu tego rozwiązania dla firmy Conrad, w późniejszym czasie mogliśmy zarekomendować jedwóm kolejnym klientom, posiadającym podobną specyfikę sprzedaży.

2. Charakterystyczna dla firmy Conrad jest obecność dodatkowego opiekuna klienta. W tym przypadku dodatkowi opiekunowie mogą się zajmować jednym kontrahentem równolegle, np. opiekun główny oraz opiekunowie konkretnych filii. Jednak każdy z nich może mieć ustawiony dostęp tylko do swoich transakcji handlowych. Wymagało to niestandardowej konfiguracji profili uprawnień poszczególnych osób.

3. Program musiał zostać specjalnie dopasowany do codziennej wymiany danych przez ftp, m.in. w zakresie aktualizacja cen oraz dodawania produktów.

„Wiedzieliśmy czego oczekujemy, potrzebowaliśmy tylko programu, który będzie na tyle elastyczny, aby spełnić te oczekiwania”.

„Program bs4 spełnił nasze oczekiwania. Umożliwił nam stworzenie jednej wspólnej bazy klientów, z podziałem na poszczególne regiony i handlowców. Usystematyzował także proces obsługi sprzedażowej w firmie i dał możliwość dopasowania warunków cenowych indywidualnie dla każdego z klientów.”

– Jarosław Gorycki, Manager Rynku Profesjonalnego, Conrad Electronic Sp. z o.o.

Podczas wdrożenia okazało się, że dużym atutem firmy bs4, jest możliwość dodawania produktów jedynie na początku edycji transakcji (następnie możliwy jest tylko podgląd). Jest to istotna funkcja z perspektywy firmy Conrad, ponieważ w przeciwieństwie do większości systemów dostępnych na rynku, handlowiec nie może edytować listy produktów po akceptacji kierownika.

Rozbudowa i rozwój systemu

Oprogramowanie bs4 Intranet zostało wdrożone w kwietniu 2013 roku. Jednak „oddanie programu do użytku firmy” nie oznacza dla firmy bs4 zamknięcia tematu. Oprócz aktualizacji nad którymi sami nieustannie pracujemy, jesteśmy też otwarci na dalsze sugestie ze strony klientów.

Jednym z przykładów jest właśnie generowanie plików do programu SAP, które udało się znacznie usprawnić na przestrzeni czasu, a co ważne to system bs4 Intranet dostosował się do działania Conrad Electronic Sp z o.o.

Obecnie firma bs4 finalizuje prace nad funkcją zabezpieczającą przed powszechnym w branży „podkradaniem klientów między handlowcami”. Handlowcy będą mogli mieć dostęp do danych kontrahentów innych, jednak nie mogą dodawać powiązanych z nimi tematów handlowych.

Korzyści z wdrożenia programu

- + znaczne skrócenie czasu pracy nad tematami handlowymi, dzięki automatyzacji procesów sprzedażowych,
- + automatyzacja procesu akceptacji ofert - oferty spełniające kryterium minimalnej marży są automatycznie zatwierdzane, ofertowanie odbywa się według określonych zasad i posiada pisemne potwierdzenie. Efektem tych zmian jest zmniejszenie ryzyka błędu w zakresie kształtowania marży,
- + większa kontrola działań pracowników - Dzięki zdefiniowaniu różnych poziomów uprawnień i procedur, system czuwa, aby wprowadzane przez handlowców dane i rabaty mieściły się w określonych przedziałach,
- + możliwości automatyzacji zarządzania dużą bazą produktów (ponad 750 tysięcy) wraz z codzienną aktualizacją cen,
- + usprawnienie kontaktów z kierownikami - dostęp online do tworzonych ofert, możliwość szybkiej akceptacji /odrzućenia oferty,
- + szerokie możliwości analityczne - dostępne rozbudowane raporty i wykresy, które można konfigurować wg własnych potrzeb np. który handlowiec odbył ile wizyt w danym okresie (zarówno zaplanowane i nieplanowane).=,
- + zarządzanie urlopami - znaczne usprawnienie w zakresie przekazywania obowiązków podczas nieobecności poszczególnych pracowników.

Wdrożone moduły



**Moduł bazowy bs4
CRM**



**Pozycje transakcji
i dostaw**



Produkty



Pliki