

# ODABIR I IMPLEMENTACIJA CRM SUSTAVA

**Karlo Hren**

**Lea Rezić**

**Marino Skalnik**

**Martin Šaban**

**Visoko učilište Algebra, Ilica 242, Zagreb, Hrvatska**

## SAŽETAK

*U ovom dokumentu daje se opis i okvirni plan projekta implementacije CRM-a u tvrtku Tim Tri. Projekt se sastoji od odabira tri sustava, analize svakoga, komparativne analize, odluke o izabranom sustavu, te na kraju implementaciji. Svrha uvođenja CRM-a je manji trošak, povećanje profitabilnosti, veće zadovoljstvo kupaca, odanost i zalaganje.*

*Dodatni detalji rješenja, odnosno popis funkcionalnosti I izgled CRM-a nalaze se u zasebnom dokumentu.*

**Ključne riječi:** CRM sustav, komparativna analiza, implementacija.

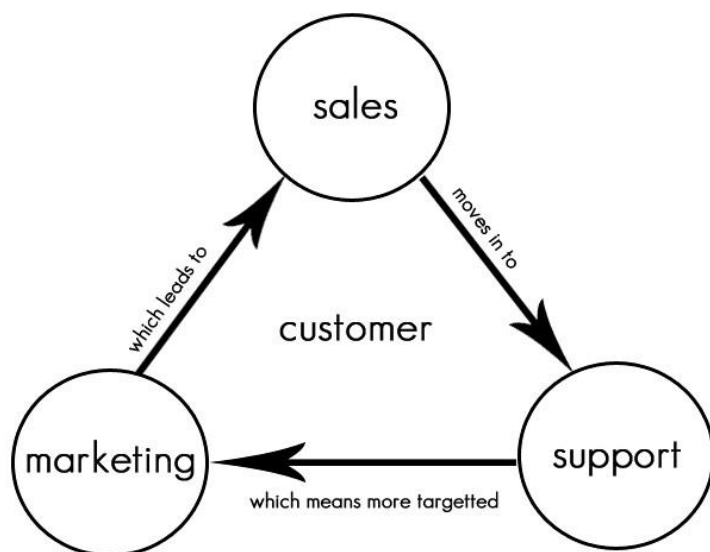
## 1. UVOD

Customer Relationship Management je poslovna strategija tvrtke, osmišljena da bi se smanjili troškovi, povećala profitabilnost, zadovoljstvo kupaca, odanost i zalaganje. CRM objedinjuje podatke iz svih izvora podataka unutar organizacije, ali i izvan organizacije, kako bi dobili jedan cjelovit pogled na svakog kupca u stvarnom vremenu. To omogućuje organizaciji brže donošenje odluka, ciljani marketing za strategiju natjecateljskog pozicioniranja na tržištu. Filozofija CRM-a je da je kupac u središtu zanimanja. Tri ključna elementa za uspjeh CRM sustava: ljudi, procesi i tehnologija (slika 1).

Tvrtke moraju odabrati pravu tehnologiju za poboljšanje procesa, pružiti najbolje podatke o zaposlenicima te biti dovoljno jednostavni. Strategija CRM-a koristi se kako bi saznali više o potrebama i ponašanju kupaca, u cilju razvoja jačih odnosa s njima. Svrha CRM sustava odnosi se na proces koji će pomoći okupiti puno informacija o klijentima, prodaji, marketingu, što će stvoriti učinkovitost, odgovornost i tržišne trendove.

Na CRM sustave se može i gledati kao pomoć tvrtkama da koriste tehnologiju, procese i ljude kako bi dobili uvid u ponašanje i vrijednosti kupaca. Te informacije omogućuju tvrtkama pojednostavljenje prodajnih i marketinških procesa, poboljšanje profiliranja kupaca, poboljšanje kvalitete službe za korisnike, smanjenje troškova te povećanje lojalnosti.

Slika 1. Model CRM sustava



Izvor: <https://www.getapp.com/customer-management-software/>

## 2. ODABIR 3 CRM SUSTAVA

Prilikom razmatranja sustava za implementaciju, u užu izbor odabrana su 3 CRM sustava. Freshworks, Insightly i ZOHO. U nastavku poglavlja slijedi opis pojedinog sustava i komparativna analiza.

### 2.1. Opis sustava ZOHO CRM

ZOHO CRM je jedna od najpopularnijih CRM aplikacija u oblaku. Budući da joj se pristupa iz internetskog preglednika, može se koristiti na bilo kojem računalu i operacijskom sustavu. Nudi nekoliko različitih paketa, počevši od sasvim besplatnog, pa do paketa od 100 USD po korisniku, pri čemu varira raspon funkcionalnosti. Pri tome treba napomenuti kako već za 50 USD aplikacija nudi jako velik broj funkcionalnosti, a ona besplatna nudi sve ključne stavke jednog CRM sustava, ali uz ograničenje od maksimalno tri korisnika. Ovakav model s različitim paketima predstavlja odličan način za isprobavanje proizvoda, navikavanje i odluku o potencijalnoj kupnji softverskog rješenja, a zatim i kasniju mogućnost prelaska na sve opširnije i opširnije pakete, što je jako korisno i za poduzeća koja planiraju rasti.

Naglasak ove aplikacije je na ubrzanju procesa prodaje. Uz integraciju s internetskim stranicama, formama i socijalnim mrežama, uvelike se olakšava proces otkrivanja potencijalnih kupaca, stvaranje kontakata iz takvih potencijalnih kupaca, dodjeljivanje prodajnog agenta i praćenje razvoja situacije. Budući da tvrtka ZOHO u svojem repertoaru nudi i velik broj drugih aplikacija, poput softverskog rješenja za vođenje projekata, nudi brojne opcije integracije s drugim njihovim sustavima, ali i nekim vanjskim sustavima, poput popularnih proizvoda tvrtke Google (Google Calendar, Google Docs i Gmail).

Drugi bitan aspekt ovog sustava jest pristup relevantnim i aktualnim informacijama o cjelokupnom procesu prodaje, od stvaranja novih kupaca, održavanja kontakata s postojećim

kupcima i ponovne prodaje postojećim kupcima. Podaci su pristupačno prikazani u različitim grafičkim i tabličnim prikazima, te je moguće generiranje raznih izvještaja. Osim aplikacije u internetskom pregledniku, korisnicima je na raspolaganju i mobilna aplikacija, odstupna za Andorid i iOS uređaje. Iako aplikacija nudi manji broj mogućnosti, korisna je za pristup informacijama, a može raditi i bez pristupa internetu, pri čemu zaposlenici mogu kreirati nove kontakte a to kasnije sinkronizirati s internetskom aplikacijom. Sučelje aplikacije je donekle kompleksno, ali uz kratko privikavanje dovoljno jednostavno i intuitivno. Korisnicima je na raspolaganju i pozadinska platforma za potpunu prilagodbu sučelja vlastitim procesima i potrebama. Pri tome valja napomenuti kako je platforma dovoljno jednostavna za korištenje, te se većina toga može postići bez velikom poznavanja rada softvera ili programiranja.

Kao takva, aplikacija je vrlo pogodna za početni CRM, budući da je vrlo proširiva, podesiva i nudi različite pakete, pri čemu je omjer cijene i funkcionalnosti vrlo dobar. Dobar je izbor za manju tvrtku, koja kasnije može proširiti paket ako naraste, a neki od paketa nude sve što se može napraviti i u nekim većim i skupljim rješenjima. Besplatni paket sastoji se od glavnih funkcionalnosti i besplatan je za do tri korisnička računa. Sastoji se od brojnih funkcionalnosti, uključujući: potencijalne kupce (leads), kontakte, račune, moguće prodaje, zadatke, bilješke, napredno filtriranje, dodavanje dototeka na poruke, integraciju s Facebook-om, Twitter-om i Google+, 10 predložaka za elektroničke poruke i drugo.

Paket “Standard” dodatno uključuje pakete poput: kreiranja vlastitih pravila u tijeku rada poslovnog procesa (workflow), pravila za bodovanje (procjenu vrijednosti) pojedinog potencijalnog ili postojećeg kupca, dodatne opcije prilagođavanja sustava, grafove i KPI tablice, enkriptiran prijenos podataka, knjižnicu datoteka, spajanje s telefonima. Ovaj paket košta 12 USD po korisniku ako se plati godišnje, odnosno 18 USD ako se plati mjesečno.

Paket “Professional” sadrži dodatne module, poput dodatnih funkcionalnosti za interakciju s socijalnim mrežama, kreiranje makro naredbi, integracija s emailom, integracija s Google AdWords-om, mogućnost pohrane neograničenog broja zapisa i drugo. Ovaj paket košta 30 USD ako se plaća godišnje, odnosno 20 USD ako se plaća mjesečno.

Paket “Enterprise” dodatno nudi podešavanje različitih sučelja za pojedinog korisnika, enkripciju na serveru, podforme, AI govornog pomoćnika pri korištenju aplikacije, uvjetna polja, dodatne podesive module, mobilnu aplikaciju, AI predviđanja, detektor anomalija i slično. Ovaj paket košta 35 USD po korisniku ako se plaća godišnje, odnosno 45 USD ako se plaća mjesečno.

Najopširniji paket, “Ultimate”, plaća se godišnje 100 USD po korisniku, te uz sve nabrojane funkcionalnosti dodatno sadrži module uglavnom vezane uz umjetu inteligenciju i kvalitetniji hosting. Dodatne usluge su: zaseban server za pohranu podataka, detaljnije mogućnosti unosa podataka, mogućnost procjene osjećaja osobe koja je poslala neku poruku, dodatna poboljšanja kod pohrane podataka i premium korisničku podršku.

Zaključno o ovom sustavu treba napomenuti kako je pozitivno to što je vrlo podesiv, podržava različite pakete ovisno o potrebama tvrtke te uz prihvatljivu cijenu nudi jako puno mogućnosti. Uz istraživanja na internetu, najveći nedostaci su nedovoljno dobra korisnička podrška (osim za najskuplji paket), nedostatak integracije internog CRM kalendara s pozivim klijenata u outlooku, te nedovoljno dobre mogućnosti pretraživanja elektroničkih poruka od pojedinog kontakta.

## 2.2. Opis sustava FreshWorks CRM (FreshSales)

Freshsales ima pet planova: Sprout, Blossom, Garden, Estate i Forest. Sprout plan je besplatan plan uključuje ugrađen telefon, email integraciju, osnovne izvještaje, mobilnu aplikaciju i integraciju sa Freshdeskom, Google G Suiteom i Zapierom. Blossom plan se plaća 12\$ mjesečno po korisniku a dodaje pipeline management, workflows, sinkronizaciju emaila, predloške, MailChimp integracija. Sljedeći plan je Garden on se plaća 25\$ mjesečno po korisniku dodaje napredne izvještaje i predikciju i još nekoliko stvari. Zatim je Estate plan koji se plaća 49\$ mjesečno po korisniku on dodaje lead scoring (ocjena važnosti kupca), nadzornu ploču za izvješća, više cjevovoda. I zadnji plan im je Forest plan koji se plaća 79\$ mjesečno po korisniku i dodaje end-user computing (ljudi koji nisu programer mogu napraviti neku aplikaciju), bijele liste za IP adresu (da korisniku ne ode email u spam). Svi planovi imaju 24/7 email podršku i 24 sata podršku preko telefona od ponedjeljka do petka. Također Freshsales ima i probni rok koji je besplatan i traje 30 dana.

Sučelje Freshworksa je jedno od najjednostavnijih od CRM sustava, ako ne i najjednostavnije. Jedna od glavnih značajka Freshsalesa je lead management alat. On nam omogućuje da eliminiramo lose leadove i fokusiramo se na one koji su bitni. Leadovi se mogu grupirati i dodijeliti određenim ljudima u timu. To nam omogućuje da kontaktiramo leadove sa specifičnim akcijama. Ima super intuitivne cjevovode za prodaju, organizaciju, prioritete koji nam mogu pomoći da sklopimo dogovor čim prije.

Omogućuje kvalitetne izvještaje i jednostavnu integraciju. Svi predefinirani izvještaji zadovoljavaju većinu zahtjeva poduzeća, no u slučaju da je nešto dodatno potrebno svi predlošci se mogu dodatno urediti da odgovaraju korisnikovim potrebama. Freshsales nudi nekoliko komunikacijskih alata email predlošci, kampanje, integrirani telefon i govorna pošta. Također nudi integraciju sa Gmail kalendarom. Automatizacija manualnih radnji je velika stvar u Freshsalesu, a to znači mogućnost postavljanja vlastitog tijeka rada (workflow). Moguće je postaviti okidače i uvijete za bilo koji zapis u tijeku rada. Npr. možete postaviti tako da se pošalje email kontaktu kada prijeđe određeno vrijeme bez komunikacije. Freshsales također ima i mobilnu aplikaciju koja sadrži sve funkcionalnosti. Dostupna je na iOS i Android.

Omogućuje spajanje na bilo koji IMAP email račun. Ima mogućnost praćenja emaila, možemo vidjeti tko je otvorio naš mail a tko ga je ignorirao. Zvuči jednostavno ali tako možemo otkriti tko je uistinu zainteresiran za naše proizvode. Omogućuje masovno slanje emaila sa personaliziranim predlošcima, možemo zakazati vrijeme kada da se automatski pošalju. Email se može povezati s kalendarom. Nedostatak Freshsales je malo integracija s drugim programima i nema otvoren API za integraciju u neki vlastiti sustav. Freshsales je jednostavan CRM koji bi preporučili poduzećima koji se još nisu upoznali s CRM sustavima, malim poduzećima koji trebaju neku jednostavnu soluciju preporučili bi besplatan plan.

### 2.3. Opis sustava Insightly

Insightly Inc. je privatna IT kompanija sa sjedištem u San Franciscu, Kalifornija, osnovana 2009.godine. Insightly izrađuje CRM alate za tvrtke svih veličina u nizu industrija kao što su proizvodnja, savjetovanje, profesionalne usluge, mediji i oglašavanje, neprofitna tehnologija i drugo.

Insightly alat je CRM rješenje za male i srednje velike organizacije. Ima više od 1.5 milijuna korisnika diljem svijeta. Nudi mogućnost integracije sa Gmail-om i Outlook-om te alat za olakšavanje integracije s bilo kojim drugim sustavom. Organizacije koriste Insightly za povezivanje korisnika, evidenciju kontakata, praćenje e-maila, grupno slanje email poruka pomoću MailChimp-a, praćenje potencijalnih kupaca, praćenje prilika, automatizaciju tijeka rada (workflow), napredno izvještavanje te vođenje evidencije poziva. Također Insightly nudi mogućnost korištenja pomoću mobilne aplikacije koja ima mogućnost skeniranja poslovnih kartica te mogućnost za spremanje audio bilježaka.

Nadalje, Insightly ima integriran sustav za upravljanje projektima u svakoj fazi interakcije s klijentom, u koji ulaze pregled nedavnih aktivnosti, praćenje performansi projekta te napretka prema unaprijed definiranom tijeku događanja, kreiranja miljokaza i zadataka, kreiranje automatskih email obavijesti te praćenje povijesti email razmjene poruka. Insightly nudi tri modela plaćanja: Plus, Professional te Enterprise. Cijena Plus modela je 29\$, Professional 49\$ dok je cijena Enterprise modela 99\$. Te za svaki model postoji besplatni probni period od mjesec dana. Professional je trenutno najpopularniji model. Također u ponudi je i besplatan model za 2 korisnika

Email predlošci, masovno slanje emaila, upravljanje potencijalnim kupcima, automatska detekcija duplikata, upravljanje kontaktima i organizacijama, upravljanje zadacima i događajima, povezivanje veza, pridodavanje datoteka iz oblaka (cloud storage), prilagodljivi prodajni procesi, integrirano pozivanje i zapisivanje poziva te automatska analiza poziva i izvještaj (samo u Professional i Enterprise modelu uz nadoplatu), native Android i iOS mobilne aplikacije, mobilno skeniranje poslovnih kartica, mobilne glasovne bilješke, personalizirani izvještaji, integracija s Microsoft Office 365 i OneDrive, objavljen web API servis.

Sadrži cjelodnevnu podršku u koju ulaze podrška preko telefonskog poziva, vođenje te treninzi kojima je cilj da korisnici što bolje iskoriste mogućnosti Insightly CRM-a.

Trenutno Insightly ne podržava inteligentno bodovanje (scoring) jačine veza s kupcima. Ali ta će funkcionalnost biti dostupna u nekoj od budućih verzija.

### 3. KOMPARATIVNA ANALIZA

Analiza CRM-a sastajala se u usporedbi najbitnijih kategorija sustava: platforme na kojima su dostupni, poduzeća za koja su namjenjeni, korisničku podršku koju pružaju, cijene paketa, tehničke mogućnosti, integraciju te sigurnost. Platforme za koji su dostupna sva tri sustava su jednake. Aplikacija su web verzije pa su dostupne za svaki operacijski sustav, ali imaju posebne aplikacije za Android te iOS. Veličina poduzeća za koje su CRM-ovi namjenjeni je također jednaka kod sva tri – freelanceri te manja i srednja poduzeća. Enterprise rješenja su moguća, no postoje sustavi s puno boljom podrškom za njih. Jednostavnost korištenja prednost je za male i srednje firme, ali nedostatak za velike kompanije koje trebaju veću fleksibilnost. Rješenja su lagana za implementirati, ali ne nude previše opcija. Cijene su također prilagođene manjim i srednjim poduzećima, Zoho i Freshsales startaju od \$12 mjesečno dok Insightly starta od \$29 mjesečno. Besplatna probna verzija dostupna je kod sva tri sustava. Limitirana je na 3 korisnika te 100 kontakata, ali sasvim dovoljna da se dobije uvid u to kako sustav radi u cijelosti te odluči nastavak korištenja.

Slika 2. Prikaz usporedbe CRM sustava

| Zoho CRM   | Freshsales   | Insightly   |
|--|--|---|
| <b>Zoho CRM</b><br>CRM software that helps y...<br>★★★★☆ 2950    | <b>Freshsales</b><br>The all-in-one Sales CRM<br>★★★★☆ 415         | <b>Insightly</b><br>CRM for lifelong customer...<br>★★★★☆ 432     |
| <a href="#">VISIT WEBSITE</a>                                    | <a href="#">LEARN MORE</a>   | <a href="#">LEARN MORE</a>  |
| <b>Screenshots</b><br><br><a href="#">View 7 more</a>            | <b>Screenshots</b><br><br><a href="#">View 15 more</a>             | <b>Screenshots</b><br><br><a href="#">View 6 more</a>             |
| <b>ZOHO CRM Pricing</b><br>Starting from<br><b>\$12.00/month</b> | <b>FRESHSALES Pricing</b><br>Starting from<br><b>\$12.00/month</b> | <b>INSIGHTLY Pricing</b><br>Starting from<br><b>\$29.00/month</b> |
| Free trial available ✓   | Free trial available ✓   | Free trial available ✓  |
| No credit card required ✓  | No credit card required ✓  | No credit card required ✓   |
| Free account ✓   | Free account ✓   | Free account ✓  |
| Subscription based ✓   | Subscription based ✓   | Subscription based ✓  |
| <a href="#">VIEW PRICING PLANS</a>                               | <a href="#">VIEW PRICING PLANS</a>                                 | <a href="#">VIEW PRICING PLANS</a>                                |

Izvor: <https://www.getapp.com/customer-management-software/>

Sva tri sustava imaju otvoren API koji dozvoljava razvoj vlastitih aplikacija što je velika prednost za srednje firme. API doduše nije bogat i ne nudi mogućnosti kao ostala CRM rješenja namjenjena većim firmama. Sva tri sustava imaju upravljačku ploču aktivnosti na kojoj se vide svi događaji te aktivnosti. Insightly jedini ne nudi opciju uređivanja upravljačke ploče aktivnosti niti pretplate na istu kako bi se pratilo što se događa u realnom vremenu putem obavijesti. Obavijesti o sklopljenim poslovima nisu dostupni na Freshsalesu dok na ostalim sustavima jesu. Insightly nema automatiziranu prodaju što je veliki nedostatak naspram ostalih rješenja. Podsjetnici, alarmi te integracija s Google kalendarom moguća je na sva tri sustava. Insightly ne nudi opciju snimanja poziva niti chat, jako bitne stvari kod interakcija s korisnicima i klijentima. Alati za surađivanje opcija su kod sva tri sustava što nudi poboljšani radni tok. Privagodljiva polja za unos standardna je stvar uz bazu podataka za kontakte dok prilagodljive forme nisu moguće kod Insightlyja.

Upravljanje kontaktima najlošije je kod Freshsalesa koji nema poseban alat namjenjen upravo tome. Prilagodljivi predlošci karakteristika su sva tri sustava dok Freshsales ne nudi opciju prilagođavanja brendiranja. Uvoz i izvoz podataka sastavni je dio svih sustava dok je vizualizacija nešto što Insightly ne nudi. Posebni prostor za dokumente nije predviđen niti moguć na Freshsalesu. Detekcija duplikata kod uvoza podataka dostupna je svugdje ali povuci-potegni funkcionalnost nije moguća kod Insightlyja. Email integracija, predlošci te praćenja dio su sva tri sustava. Kalendar događaja nije dio Insightlyja kao ni zapisi prošlih jedan događaja. Freshsales ne nudi opciju upravljanja dokumentima, dok Insightly ne nudi opciju praćenja prošlih akcija, prošlih rasporeda te upravljanje dolaznom poštom. Dodjeljivanje, raspoređivanje, distribucija te management leadova mogući su kod svih, ali ocjenjivanje leada nije dostupno kod Insightlyja. Microsoft Outlook integracija ne postoji kod Freshworks. Mobilna integracija sastavni je dio sustava, ali komunikacija na više kanala nije dostupna na Insightlyju. On nema niti opciju zabilješki projekta što je veoma bitna stavka kod odluke oko CRM-ova. Predviđanje i analiza prodaje ne nalazi se kod Insightlyja, praćenje izvještaji i pretrživanje prodaje opcija su kod svih. Freshworks nema opciju integracije s društvenim mrežama, niti upravljanje predlošcima.

Integracija je jedan od najbitnijih komponenti te je kod sva tri rješenja dosta raznolika. Facebook, Gmail te Mailchimp standard su za svako, Freshsales nema opciju Outlooka dok Zoho nema integraciju Google kalendara. Paypal i Salesforce nisu dio niti jednog sustava. Wordpress je podržan samo kod Zohoa, isto kao i Google Analytics. Freshsales nema niti Zendesk, Slack niti Twitter integraciju.

Sigurnosni standardi su visoki i prate preporučene prakse. Enkripcija podataka je prisutna kod svih sustava kao i HTTPS za sve stranice. Briga o podacima praksa je koja bi se trebala shvaćati veoma ozbiljno, što je i slučaj kod ovih sustava. Podaci su temeljna briga firme te je njihova zaštita od ključne važnosti za svaku firmu. Kako bi osigurali da nitko ne može pristupiti podacima Zoho i Freshworks imaju sustav obavijesti kod pokušaja logiranja te sustave dvostruke autentikacije. One smanjuju mogućnost ulaska na korisnički račun pošto dodaju novu razinu sigurnosti. S druge strane niti Zoho niti Freshworks ne omogućuju brisanje podataka nakon zatvaranja računa, Insightly je jedini koji nudi tu opciju.

#### **4. ODLUKA O ODABRANOM SUSTAVU**

Budući da smo mala tvrtka koja se bavi iznajmljivanjem opreme za roštiljanje, te uvelike ovisimo o reklamaciji putem internetske i facebook stranice, trebalo nam je rješenje koje se s navadenim kanalima lako povezuje. Također, budući da smo mlada tvrtka s trenutno malim brojem zaposlenika, ali mogućim potencijalom za rast, odlučili smo se za visoko prilagodljivo rješenje s jednostavnom mogućnošću mijenjanja modela pretplate. Bitno nam je bilo da je rješenje već neko vrijeme na tržištu, da je stabilno i da postoji dovoljno velika zajednica korisnika. Za te zahtjeve najbolje nam je odgovarao ZOHO CRM.

Unutar besplatne opcije, ZOHO CRM nudi sasvim dovoljno funkcionalnosti za početak rada, moguće je kreirati do 3 korisnička računa, voditi sve potrebne podatke o kontaktima i potencijalnim kontaktima (leadovima), te provesti osnovnu integraciju s brendom, web stranicom, FaceBookom i Twitterom. Uz to, dostupne su i ostale osnovne mogućnosti CRMa, poput definiranja radnog toka, definiranja aktivnosti, integracije s računima elektroničke pošte i telefonom, i slično.

Budući da tvrtka broji malo zaposlenika (trenutno četvero), odlučili smo se za plaćenu verziju, kako bismo mogli definirati automatizirane procese kreiranja leadova i kontakata ovisno o interakciji ljudi s našim stranicama. Odlučili smo se za profesionalnu verziju koja nam se čini kao dobar omjer uloženog i dobivenog, ali uz plan da ne platimo odmah na godišnjoj bazi, već kroz nekoliko pojedinačnih mjeseci naučimo koristiti sustav, provjerimo u kojoj mjeri odgovara našim potrebama, te zatim revidiramo donešenu odluku.

Kod ZOHO CRM sustava nam odgovara i činjenica što je cloud based rješenje, odnosno što nam za njegov rad neće trebati nikakva ekstra oprema, već su dovoljna računala zaposlenika s pristupom internetu.

#### **5. PREDUVJETI ZA IMPLEMENTACIJU**

##### **5.1. Tehnički preduvjeti za implementaciju**

Zoho crm je crm rješenje u oblaku što znači da se podaci ne spremaju na naše računalo nego na server. Zbog toga tijekom korištenja Zoho crm potrebno je imati konstantnu internetsku vezu, osim kod mobilne aplikacije koja nudi rad bez mreže pri čemu se naknadno aplikacija sinkronizira kada se spoji na internet. Tijekom instalacije i korištenja Zoho crm sustava nije potrebno ništa skidati ili instalirati, osim adekvatne verzije nekog od podržanih web preglednika.

Zoho crm je kompatibilan sa standardnim sistemskim konfiguracijama kod Windowsa, Linuxa i Mac OS-a. Minimalne verzije za web preglednik Safari je 9 pa na više, za Google Chrome 49 i više, Mozilla Firefox 44 i više, Internet Explorer 11 i više i Opera 45 i više. Ostali dodatni preduvjeti su omogućen JavaScript, uključeni kolačići, instaliran Flash plug-in, instaliran Acrobat reader(opcionalno) i instaliran Spreadsheet preglednik(opcionalno). Mobilne verzije postoje za uređaje koji koriste Android ili iOS. Minimalna verzija Androida za korištenje Zoho crm je KitKat 4.4 i više, a minimalna verzija za iOS je 9.0 i više.



## **5.2. Organizacijski preduvjeti za implementaciju**

Implementacija CRM sustava je ozbiljan izazov za svaku organizaciju zato jer donosi promjene na svim razinama organizacije i uključuje sve zaposlenike. Svjesni smo da su velike promjene uvijek teške što je ujedno i razlog zašto velik broj projekata implementacije CRM sustava propada. Kao mlada tvrtka, nismo htjeli trošiti vrijeme na projekt koji će propasti, te odlučili implementaciju sprovesti pametno, pažljivo te u fazama da bi svi zaposlenici prihvatili promjene koje donosi implementacija sustava. Postoje puno stvari koje treba pripremiti, kao što su alokacija resursa, priprema zaposlenika, izrada plana implementacije itd. Ali najvažnija je biti spreman na promjenu razmišljanja, jer CRM sustav može transformirati način na koji organizacija funkcionira.

Organizacijski preduvjeti su uključivali detaljno razmišljanje o tome zašto tvrtki treba CRM sustav, koje ćemo probleme time riješiti i na koji način. Trebalo je razmisliti o raznim potrebama te odabrati sustav koji najbolje odgovara zahtjevima. Dio tog procesa opisan je i u idućem poglavlju koje se tiče implementacije, budući da se organizacijsko pripremanje i implementacija uvelike preklapaju.

## **6. OPIS IMPLEMENTACIJE**

Nakon inicijalnog uviđanja problema i razloga za korištenje CRMa, organizirano je nekoliko sastanaka na kojem su bili svi zaposlenici te koji je tražio rezultirati davanjem odgovora na sljedeća pitanja:

- Koji su ciljevi ili prednosti koje očekujemo od implementacije CRM sustava
- Koje resurse implementacija uključuje
- Koje organizacijske promjene promjene moramo poduzeti

Odgovaranje na ova pitanja pomoglo nam je da shvatimo i definiramo što točno želimo i očekujemo od CRM sustava. Bilo je važno shvatiti da CRM sustav ne pomaže samo u održavanju veze sa klijentima i budućim klijentima nego da i pomaže u poboljšavanju komunikacije među zaposlenicima u organizaciji. Kao zaposlenici tvrtke, svi ćemo koristiti sustav za uspostavljanje kontakata s klijentima i leadovima i poboljšavanje veza s kontaktima koji su najvažniji za organizaciju. Cijela organizacija će koristiti odabrani CRM sustav na dnevnoj bazi i za obavljanje poslova ali i za poboljšavanje performansi. Iz tih razloga ključno je bilo uključiti sve zaposlene u proces implementacije, što je i učinjeno kroz sve faze implementacije.

### **6.1. Odabir odgovarajućeg CRM sustava**

Utvrđili smo kako nam je CRM potreban za centralno prikupljanje podataka o potencijalnim i postojećim kupcima, za efikasnije praćenje prometa na facebook i web stranici te za bolje iniciranje dodatne suradnje sa prominentnim klijentima. Odlučili smo se Zoho jer ima dobru integraciju sa web i facebook stranicama i adresarom, sukladno već navedenom zaključku u poglavlju 4.

### **6.2. Kreiranje plana implementacije**

Prva komponenta plana implementacije sustava bila je odrađena pohrana podataka prije pokretanja u vidu lokalnih kopija te u vidu kopija u oblaku koja se odnosi na sve softverske

specifikacije te sve potrebne podatke kako bi omogućiti sigurnost da nećemo izgubiti bitne informacije u procesu tranzicije.

Kreiran je plan akcija koji je uzimo u obzir vremensku crtu događaja te cjelokupni budžet. Prema tome smo mogli unaprijed organizirati razne treninge kojima će pristupiti svi zaposlenici kako bi osigurali da su spremni na promjenu. Implementaciju smo podijelili u faze tako da se zaposlenici postepeno mogu prilagoditi na korištenje nove tehnologije te u konačnici i smanjiti mogući broj pogrešaka u korištenju sustava.

### **6.3. Pronalazak odgovarajućeg projektnog menadžera**

Uviđajući važnost osobe koja će voditi projekt implementacije, odlučili smo se za entuzijastičnog Karla Hrena, koji se u dosadašnjem radu iskazao kao uspješan projektni menadžer. Karlo je unaprijed proučio sustav te koordinirao sve potrebne poslove. Vodio je brigu da implementacije teče po planu, unutar budžeta i rokova.

### **6.4. Navikavanje tima na novi CRM sustav**

Prije pokretanja novog sustava osigurali smo dovoljno vremena za zaposlenike da nauče kako sustav radi te da u potpunosti shvaćaju glavne principe rada sustava. Organizirani su grupni treninzi i sastanci jedan na jedan sa CRM stručnjakom, sve u svrhu osigurnosti da svi zaposlenici razumiju kako se koristiti s novim sustavom. Voditelj projekta je u 2 navrata imao sastanak sa stručnjacima iz tvrtke Kukumar d.o.o., dok je on sa ostalim zaposlenicima održao 6 treninga u rasponu od 3 mjeseca. Moguće da smo u maloj tvrtki mogli organizirati i manje edukacije, ali vjerujemo kako je dobra priprema bila ključan element implementacije koji je spriječio kasnije nerazumijevanje i greške.

### **6.5. Povratne informacije od strane zaposlenika**

Uz treninge, osigurali smo prikupljanje povratnih informacija od strane svih zaposlenika. Da li dobre ili loše, te informacije bile su iznimno korisne jer je u interesu čitave tvrtke da zna koliko su zaposlenici zadovoljni novim sustavom. Budući da će upravo zaposlenici koristiti CRM platformu 5 dana u tjednu, bilo je potrebno osigurati da su oni potpuno zadovoljni sa sustavom. Prikupljene su povratne informacije u vezi njihovog iskustva u radu sa sustavom, što radi a što ne radi, koji dio sustava treba poboljšanja te ostale informacije vezane uz rad na novom sustavu. Usputno smo dobili i kvalitetan uvid u to na koje dijelove CRM sustava se treba fokusirati.

### **6.6. Prilagodbe u radu**

Paralelno uz puštanje u rad, odredili smo specifičnu metriku i analitiku za mjerenje napretka nove inicijative. Htjeli smo imati mogućnost odgovaranja na pitanje ispunjava li sustav naša očekivanja, da li nam novi sustav daje uvid u napredak u ispunjavanju naših ciljeva.

Analitike sustava pružile su nam dublji uvid i razumijevanje u veze koje imamo s klijentima te budućim klijentima u trenutnom vremenu. Neovisno o negativnosti ili pozitivnosti, ti rezultati dali su nam uvid koje korake odnosno promjene trebamo učiniti te kako maksimizirati efikasnost našeg poslovanja.

Inicijalno uvođenje trajalo je 3 mjeseca, dovoljno za tvrtku naše veličine u kojoj su u prosjeku vrlo mladi ljudi koji se brzo privikavaju na nove alate. Bili smo zadovoljni funkcionalnošću sustava, te ga s vremenom sve efikasnije rabimo.

## 7. ZAKLJUČAK

CRM sustav nezaobilazan je alat za uspješan rad tvrtke koja se oslanja na kvalitetnu komunikaciju prema i s kupcima u svrhu ostvarenja svojih ciljeva, neovisno o veličini same tvrtke. Sukladno rastu našeg poslovanja, bilo je potrebno prijeći iz početničkom mentaliteta u kojem se sve radi u hodu, do zrelog poslovanja u kojem postoje procedure i procesi te se na definiran način koriste alati.

Zadovoljni smo što na današnjem tržištu postoji velik broj pristupačnih alata koji se mogu uspješno implementirati i u male tvrtke poput naše, uz sasvim prihvatljiv trošak. Vjerujemo kako je uvođenje Zoho CRM sustava pozitivno utjecalo na naše poslovanje, dajući nam vrlo kvalitetne statističke podatke, a što je najvažnije, omogućujući nam da u stvarnom vremenu pratimo akcije potencijalnih i postojećih kupaca te na njih žurno reagiramo.

## ABSTRACT

### ANALYSIS AND IMPLEMENTATION OF A CRM SYSTEM IN A SMALL COMPANY

*This document gives an overview of implementing a CRM system in a small company TimTri. The overall project consist of choosing 3 different systems, giving breif descriptions of each and making a comparative analysis. After analysing, one system is chosen and the document gives a brief description of the actual implementation.*

**Key words:** CRM system, comparative analysis, implementation.

## 8. LITERATURA

1. <https://www.getapp.com/customer-management-software/>
2. <https://www.superoffice.com/blog/7-tips-to-a-successful-implementation-of-your-new-crm-system-2/>
3. <https://www.bullhorn.com/blog/2016/03/how-to-implement-a-crm/>