

ANALYSIS OF THE IMPACT OF CRM SYSTEM IMPLEMENTATION ON CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

ANALIZA IMPACTULUI IMPLEMENTĂRII SISTEMULUI CRM ASUPRA MANAGEMENTULUI RELAȚIILOR CU CLIEȚII

CONDRU Crina, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: condru.crina@ase.md

Abstract: Customer relationship management (CRM) software has become a near-vital tool for businesses of all sizes. This system is used by companies to enhance their interactions with customers and streamline internal processes to achieve better business outcomes. The implementation of CRM system offers numerous advantages, such as the centralization of customer information, facilitating easy access to essential customer data across different departments and seamless integration with other systems and applications. However, deploying a CRM system also presents certain risks such as dependency on technology, the accumulation of vast amounts of data and potential data security and privacy issues. This article delves into the significant advantages and challenges of CRM systems, highlighting how they influence customer relationship management.

Keywords: customer relationship management, CRM benefits, CRM implementation, data security in CRM, technology dependency, information overload

JEL CLASSIFICATION: M1, M3, M31, L1, O3

INTRODUCERE

Implementarea sistemului de Customer Relationship Management (CRM) a devenit un element fundamental în strategia de afaceri a companiilor moderne. Într-o lume tot mai digitalizată, unde interacțiunea cu clienții se multiplică pe diferite canale, CRM-ul oferă instrumentele necesare pentru a gestiona aceste interacțiuni eficient, permițând companiilor să construiască relații mai puternice cu clienții lor. Implementarea unui sistem CRM îi permite întreprinderii să adune într-un singur loc, toate informațiile despre clienți, vânzări, marketing, suport tehnic și în același timp să-i ofere o privire de ansamblu asupra întregii afaceri. De asemenea, implementarea eficientă a sistemului CRM optimizează procesele interne, reducând costurile și crescând eficiența operațională.

Scopul cercetării constă în analiza efectului implementării sistemului de Customer Relationship Management (CRM) asupra managementului relațiilor cu clienții, atât avantajele cât și riscurile acestui sistem în cadrul organizațiilor. Cercetarea va aborda, de asemenea, analiza statisticii sistemului CRM implementat în cadrul unui restaurant, examinând cum a influențat acesta interacțiunea cu clienții, satisfacția acestora și, în cele din urmă, rezultatele financiare ale afacerii.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Deși termenul de CRM este frecvent perceput ca referindu-se la un produs software, abordarea corectă este de a privi CRM ca o strategie de afaceri orientată spre satisfacerea necesităților clientului, menținerea unei comunicări constante cu acesta și îmbunătățirea proceselor interne ale companiei.

Acest sistem colectează și analizează date despre clienți din diverse surse, oferind o bază de informații esențială pentru personalizarea comunicării și optimizarea ofertelor. CRM-ul automatizează procesele din marketing, vânzări și servicii pentru clienți, contribuind la o gestionare mai eficientă a relațiilor cu clienții. Acest sistem ajută, de asemenea, la luarea deciziilor strategice prin furnizarea de insight-uri valoroase privind performanța afacerii și comportamentul clienților.[1]

Integrarea sistemului CRM în structura unei companii aduce o gamă largă de beneficii, esențiale pentru optimizarea și îmbunătățirea continuă a proceselor de afaceri.

Printre cele mai importante avantaje, **pot fi enumerate următoarele:**

- *centralizarea informațiilor despre clienți* – CRM-ul este o platformă unică pentru stocarea tuturor datelor referitoare la clienți, precum date demografice, istoricul de interacțiuni, preferințe, interese, date de contact, etc., facilitând accesul ușor și rapid la informații esențiale pentru echipele de vânzări, marketing și suport.

Филиал*	str. Dacia 36 ▾
Тип мероприятия*	Zi de naștere
Дата мероприятия*	17/03/2024 📅
Время	15:00
Именинник	Valeria
День рождения	14/03/2024 📅
Количество гостей*	30
Взрослых	26
Детей	4
Игровая зона	☒ Да ☐ Нет
Пакет	Стандарт (2.5 ч.) ▾
Специальные требования	...
Заказать торт	☒ Да ☐ Нет
Заказать шары	☐ Да ☒ Нет
Комментарий	Va veni luni, 12:30, să aleagă meniul.

Figura 1: Card client completat în sistemul CRM.

Sursa: Sistemul CRM în cadrul unui restaurant, Chișinău

- *integrare ușoară cu alte sisteme și aplicații* – CRM are capacitatea de a se integra ușor cu alte sisteme și aplicații utilizate în cadrul companiei. Aceasta include interfațarea cu platforme de e-mail marketing, software-uri de contabilitate și facturare, soluții ERP (Enterprise Resource Planning) pentru gestionarea resurselor companiei, precum și cu instrumente de analiză a datelor și platforme de social media (facebook, Instagram). Integrarea fluidă cu aceste sisteme nu doar că optimizează fluxurile de lucru și procesele interne, dar asigură și o coerență în gestionarea și analiza datelor despre clienți, contribuind la eficientizarea deciziilor strategice de business.
- *analiza și generarea rapoartelor de eficiență și datelor statistice* – Sistemul CRM oferă organizațiilor capacitatea de a evalua performanța afacerii prin intermediul datelor colectate. CRM-ul poate furniza o varietate de date și metrici, cum ar fi: valoarea totală a tranzacțiilor într-o perioadă de timp, rata de conversie, valoarea medie a tranzacției, rata de retenție a clienților, rentabilitatea campaniilor de marketing și altele.[2]



Figura 2: Date statistice privind eficiența lucrului managerilor într-o săptămână.

Sursa: Sistemul CRM în cadrul unui restaurant, Chișinău

Ca și oricare alt software, implementarea sistemului CRM, pe lângă o serie de avantaje, vine și cu unele riscuri sau provocări, atât pentru companie, cât și pentru angajați. Printre riscurile și dificultăți pe care companiile le pot întâmpina în procesul de implementare și exploatare a sistemului CRM se enumeră:

- *Dependența de tehnologie.* Pe măsură ce companiile devin tot mai dependente de soluțiile tehnologice avansate, precum sistemele CRM, pentru gestionarea relațiilor cu clienții, eficientizarea proceselor de vânzări și marketing și îmbunătățirea serviciilor pentru clienți, acestea se expun la un risc crescut asociat cu posibilele defecțiuni tehnice sau atacuri cibernetice. Această dependență înseamnă că orice întrerupere a serviciului sau pierdere de date poate avea un impact semnificativ asupra operațiunilor de zi cu zi, putând duce la întreruperi în comunicarea cu clienții, pierderea oportunităților de vânzări și chiar afectarea reputației companiei.

- *Confidențialitatea și securitatea datelor.* În era digitală, datele devin una dintre cele mai valoroase resurse ale unei companii, iar gestionarea acestora, în special când vine vorba de informații sensibile despre clienți, ridică întrebări importante privind securitatea și confidențialitatea. Implementarea sistemelor CRM presupune colectarea, stocarea și analiza unei cantități semnificative de date despre clienți, de la informații personale și de contact până la detalii financiare și istoricul de interacțiuni. Această centralizare a datelor facilitează accesul și gestionarea informațiilor, dar, în același timp, amplifică riscurile legate de securitatea și confidențialitatea datelor. [3]

Suprasolicitatea cu informație. Una dintre provocările semnificative cu care se confruntă companiile este gestionarea eficientă a volumului mare de date colectate despre clienți. Această suprasolicitare cu informații, cunoscută și sub numele de "overload de informații", poate avea efecte contraproductive asupra angajaților, complicând procesul de analiză și interpretare a datelor pentru a identifica insight-uri valoroase și acțiuni relevante. [4]

Studiu de caz. Implementarea sistemului CRM în cadrul unui restaurant a avut un impact semnificativ asupra modului de interacțiune cu clienții, demonstrând eficiența tehnologiei în optimizarea proceselor de comunicare și servire. Înainte de aplicarea sistemului CRM, gestionarea interacțiunilor cu clienții era adesea un proces dificil și consumator de timp. De exemplu, de la primirea unui mesaj din partea unui client până la furnizarea informațiilor solicitate, cum ar fi numărul de contact sau detalii despre rezervări, personalul restaurantului putea petrece între 20 și 30 de minute. Această întârziere nu doar că afecta experiența clientului, dar și limita capacitatea personalului de a gestiona un volum mare de solicitări într-un mod eficient.

Cu toate acestea, introducerea sistemului CRM a schimbat radical eficiența proceselor. Prin automatizarea multora dintre sarcinile repetitive și furnizarea de instrumente precum notificări instant, remindere și template-uri pentru mesaje, sistemul CRM a redus semnificativ timpul necesar pentru gestionarea fiecărui client. Ceea ce inițial dura între 20 și 30 de minute, acum se realizează în doar 5-7 minute. Această îmbunătățire a eficienței a permis personalului să se concentreze mai mult pe oferirea unei experiențe de calitate clienților în restaurant, în loc să fie absorbiți de sarcini administrative.

Mai mult decât atât, sistemul CRM a îmbunătățit capacitatea restaurantului de a urmări preferințele și istoricul clienților, permițând personalului să ofere servicii personalizate care să îndeplinească așteptările individuale ale fiecărui client. De exemplu, cunoașterea preferințelor culinare ale unui client sau a ocaziilor speciale, cum ar fi aniversările, a permis personalului să pregătească surprize personalizate, îmbunătățind astfel semnificativ experiența clientului și consolidând loialitatea față de brand.

CONCLUZII

Efectul implementării sistemului CRM poate fi considerat unul pozitiv, întrucât acest soft include o modalitate de corelare a activităților interne în cadrul companiei ce are ca scop optimizarea rezultatelor (creșterea vânzărilor, reducerea costurilor operaționale, fluidizarea activității de deservire etc.), oferirea o imagine clară a activității și a previziunilor.

Implementarea unui sistem CRM nu este o soluție universală, ci mai degrabă un instrument strategic care necesită adaptare, gestionare continuă și optimizare pentru a se alinia cu obiectivele specifice ale companiei și pentru a maximiza valoarea adăugată. Succesul implementării sale depinde în mare măsură de angajamentul organizației de a investi în formarea angajaților, securitatea datelor și integrarea tehnologică, asigurându-se că sistemul CRM este utilizat la întregul său potențial. Implementarea și gestionarea corectă a acestuia devine o necesitate pentru întreprinderile ce activează într-o economie concurențială, devenind astfel cheia succesului în business.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. CRM 101: What is CRM ? [accesat 27 martie 2024]. Disponibil: <https://www.salesforce.com/crm/what-is-crm/>
2. Benefits of CRM System [accesat 27 martie 2024]. Disponibil: <https://www.businessnewsdaily.com/15963-benefits-of-crm.html>
3. 9 Challenges of CRM Implementation & how to dust them off [accesat 27 martie 2024]. Disponibil: <https://www.engagebay.com/blog/challenges-of-crm-implementation/>
4. 6 most common CRM implementation risks + how to fight with them proactively [accesat 27 martie 2024]. Disponibil: <https://www.close.com/guides-content/crm-implementation-risks>

Coordonator științific: PORTARESCU Serghei, conf.univ., dr.
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: portarescu@ase.md