

# Podnikový software dneška

Jasně přínosy i podpora cloudu

Redakce BusinessIT a partneři



# Podnikový software dneška: Jasné přínosy i podpora cloudu

**BusinessIT.cz**

---

Edice: BusinessIT ebooks

Autoři: Redakce BusinessIT.cz

Copyright © Bispiral, s.r.o., 2014

Vydáno v roce 2014 v Bispiral, s.r.o.

Názvy použité v této knize mohou být ochrannými známkami příslušných vlastníků.

web: [www.BusinessIT.cz](http://www.BusinessIT.cz)

---

Různým kategoriím podnikového softwaru se na stránkách BusinessIT věnujeme pravidelně - a tentokrát vám nabízíme aktuální souhrn informací, který se zaměřuje na volbu mezi klasickými on-premise řešeními a cloudem, na rizika nasazování podnikového softwaru i na aktuální trendy v CRM. Diskuse o rizicích nasazování velkých podnikových

systemům patří v našem oboru k evergreenům, nyní ale do nich stále častěji promlouvají nové modely poskytování podnikového softwaru - z cloudu nebo jako hybridní řešení. Právě hybridní řešení se podle analytiků Gartneru do pěti let stanou ve firmách standardem. A pak je tu - díky aktuální ekonomické situaci, ale i kvůli nástupu mobilních technologií a sociálních sítí - rostoucí zájem o moderní řešení pro řízení vztahů se zákazníky. Ani jim jsme se v této e-knize nemohli vyhnout. A přečtěte si i kapitoly partnerů, věnované mimo jiné CRM pro prodejce automobilů nebo mýtům okolo mobilních ERP systémů.

Redakce BusinessIT.cz

---

Partnery této eknihy jsou:

The logo for CON4PAS features the text "CON4PAS" in a bold, green, sans-serif font. The number "4" is enclosed within a dark green square, and a registered trademark symbol (®) is positioned to the upper right of the text.The NAVERTICA logo consists of the word "NAVERTICA" in white, uppercase, sans-serif letters on a black rectangular background. Below the main text, the tagline "A BETTER BOTTOM LINE" is written in smaller white letters. To the right of the text is a circular graphic element composed of two overlapping arcs, one blue and one orange.

## **Překonejte rizika spojená s nasazením nového podnikového softwaru**

Je všeobecně známo, že výběr, nákup a implementace nového podnikového softwaru v sobě skrývá řadu rizik, jež mohou v nejhorším případě vést až k zásadnímu ohrožení chodu firmy. Jak si ve svých projektech vedou další firmy a s jakými problémy se nejčastěji setkávají? Jak se jich lze vyvarovat?

Prvním zásadním problémem bývá neujasněnost představ o tom, co se od nového systému očekává.

Zde je zásadní dobrá komunikace mezi různými odděleními firmy – typicky realizátory projektu (mnohdy IT oddělení) a oddělení v rolích pozdějších uživatelů. Mnohdy si zástupci firem požadavky ujasní až v průběhu výběru.

Jsou-li ale požadavky definovány nepřesně v zadání poptávky dodavatelům, přijde zpravidla nabídka řady produktů s různou množinou vlastností – a v průběhu výběru je pak třeba vyřadit ty, které sice původní požadavky splňují, ale nesplňují už upřesněné nároky. Pak je ovšem třeba smířit se se zmenšenou

množinou nabídek (protože byly vyřazeny ty, které sice odpovídají původní představě, ale nikoli už té nové), nebo oslovit potenciální dodavatele s novou poptávkou. A to, v nejhroším případě, i opakovaně, což realizaci projektu protahuje.

Řešení uvedeného problému závisí na konkrétní situaci ve firmě, na zkušenostech a odpovídajícím know-how jejích zaměstnanců, ale – a to si otevřeně přiznejme – i na jejich zapálení pro věc. A pochopitelně také na rozsahu projektu, který je před firmou.

Na základě výše uvedených kritérií je pak možno vytvořit požadavky na software v rámci firmy bez externí pomoci, jen na základě zkušeností skupiny zaměstnanců, s pomocí externích konzultantů nebo ponechat velkou část definice požadavků právě na externí konzultantské firmě, jejíž zaměstnanci disponují (v optimálním případě, samozřejmě) zkušenostmi z řady podobných projektů.

## **ERP: Nejčastější rizika**

Rizika v sobě pochopitelně zahrnuje nejen proces

výběru softwaru, ale také jeho implementace. Zaměříme se zde především na rizika implementace systémů ERP a na možnosti jejich minimalizace. S tím pochopitelně souvisí i otázka maximalizace návratnosti investice.

Už dlouho se mluví o tom, že řada implementací ERP není realizována v plánovaném termínu a mnohé nakonec nemají přínosy, které od nich byly očekávány. Jak vypadá situace dnes? Například ERP Report od Panorama Consulting Solutions z roku 2012 uvádí, že 56 % ERP projektů překročilo rozpočet (v roce 2010 to bylo 74 %) a 54 % nesplnilo termín (61 % v roce 2010). 94 % dotazovaných uvedlo, že nasazení systému přineslo určité benefity. 41 % dotazovaných pak uvedlo, že změnili podnikové procesy, aby odpovídaly nasazovanému ERP. 19 % pak uvedlo, že se na procesy nesoustředili.

“Po pravdě řečeno, nevím, co je horší – nesoustředit se na business procesy nebo změnit příliš mnoho procesů, aby odpovídaly softwaru,” komentoval výsledky průzkumu Eric Kimberling, president Panorama Consulting Solutions.

Dále pak 63 % dotazovaných uvedlo, že měly

problém s řešením problémů souvisejících se změnami procesů nebo organizačních změn a 29 % pracovalo na projektu bez toho, aby cítili dostatečné odhodlání k úspěšné realizaci projektu i na nejvyšší úrovni vedení firmy. Právě tuto podporu ovšem Kimberling označuje v okamžiku, kdy je třeba výrazně měnit firemní procesy, za zásadní.

## **Příčiny neúspěchu v kostce**

Jaké jsou další časté příčiny neúspěchu? Kromě těch výše uvedených – tedy podcenění definice požadavků (a tedy i jasného cíle) a výběru produktu – jde také o nedostatky v řízení projektu, jež mohou mít řadu příčin – od nedostatečného know-how vedoucího projektu (interního nebo externího) až po špatnou spolupráci odběratele s dodavatelem. Problémem je rovněž podcenění objemu potřebných zdrojů, nevhodná customizace (ať už nedostatečná, nebo přehnaná - či prostě špatně zvolená), podcenění bezpečnosti dat nebo ne zcela zvládnutý přenos dat ze starších systémů. Za zmínku ovšem stojí i některé méně často zmiňované problémy:



nedostatečné školení uživatelů a nedostatečné testování nasazovaného řešení.

Zásadní podmínkou úspěchu je tedy podle analytiků rozhodně realistická definice požadavků, pečlivé naplánování celého projektu a výběr spolehlivého dodavatele.

## **Je lepší provozovat podnikový software klasicky, nebo v cloudu?**

V posledních letech se kromě nutnosti vybírat ze široké nabídky podnikového softwaru objevila před odběrateli ještě další zásadní volba: Je lepší pořídit software, který poběží klasicky ve firmě, nebo využívat ten u poskytovatele služeb, v cloudu? Jak už to tak bývá, na položenou otázku neexistuje jednoznačná odpověď. Záleží totiž na řadě faktorů. I když třeba analytici Gartneru v tom mají jasno: Standardem se podle nich do pěti let stanou hybridní řešení.

## Výhody a nevýhody klasických řešení

Výhod podnikového softwaru, který je provozován přímo ve firmě, je několik. První z nich je to, že máte svá data pod dohledem. O tomto již bylo napsáno mnohé, a tak jen stačí připomenout, že tato výhoda platí v případě, že jsou data v rámci vaší infrastruktury správně chráněna, a to před všemi, kdo k nim nemají mít přístup. Pokud tedy věříte vlastní infrastruktuře a vlastním zaměstnancům více, než dodavateli, znamená provoz systému in-house s ohledem na bezpečnost dat klidnější spaní.

Další výhodou může být i fakt, že máte pod kontrolou celý systém – jeho upgrady a další změny. Zatímco u některých typů služeb váš dodavatel neprovede změny, které si nepřejete, u řady cloudových služeb dochází k průběžnému vývoji a vás – i vaše zaměstnance – může čekat nejedno nepříjemné překvapení. Jde především o masově používaná řešení podnikového softwaru – například on-line kancelářské balíky, komunikační systémy, ale i další podpůrné služby.

Nevýhodou provozování systémů in-house jsou

zpravidla jednak počáteční náklady – na pořízení infrastruktury i softwaru a na proškolení odborných zaměstnanců, jednak třeba i – především v menších organizacích – starosti s provozem v okamžiku, kdy přijdeme o klíčové zaměstnance (nebo když se ukáže, že vlastní zaměstnanci systém nezvládají). V menších organizacích s limitovanými zdroji může být problémem dosažení dostatečné míry spolehlivosti systémů – především nečekané výpadky zásadního rázu tu mohou být doslova smrtící.

## **Výhody a nevýhody cloudu**

Výhody provozování softwaru v cloudu jsou zjevné: Podle vybrané služby se o část provozu – nebo o celý provoz – stará externí dodavatel. Není tedy potřeba pořizovat a provozovat hardware, ale u některých typů cloudových služeb ani operační systémy a samotný software. Poskytovatel služeb může zajistit kompletní provoz od A do Z – včetně činností, jako je zálohování dat, instalace bezpečnostních záplat nebo potřebných oprav či upgradů hardwaru.

Výhodou je rovněž pružnost cloudových služeb: Pokud je třeba získat dodatečný výkon, zpravidla není problémem dosáhnout toho na několik kliknutí – bez starostí o skutečnou fyzickou infrastrukturu. Podobně lze – tam, kde to dává smysl – získat další dodatečnou funkčnost (například moduly podnikového systému) bez starostí o to, jak budou spolupracovat s dalšími moduly (stejněho dodavatele).

U řady provozovatelů cloudových služeb si je možné vybrat, kde mají být data umístěna: Pokud provozovatel disponuje větším množstvím datových center, což je u velkých mezinárodních firem samozřejmostí, lze například žádat o umístění dat v rámci Evropské unie – pokud to například vyžadují pravidla nakládání s daným typem (citlivých dat). Odpadá tak jedna ze starostí, kterou raní uživatelé cloudu vyjadřovali.

Nevýhodou cloudu mohou být větší obavy o bezpečnost dat. Ty jsou v tomto případě garantovány především pověstí dodavatele.

Další záležitostí, kterou je třeba uvážit, je schopnost spolupráce zvoleného cloudového řešení s dalšími vlastními systémy – nebo s dalšími cloudovými

řešeními, které již firma používá. Zatímco in-house řešení je mnohdy možné nějakým způsobem „přiohnout“ a dosáhnout tak potřebné komunikace s okolím, u cloudového řešení v cloudu poskytovatele to – v závislosti na typu poskytované služby – může být komplikovanější. A to především v případě speciálních požadavků.

## **Gartner: Klasická řešení zaniknou**

Analytici Gartneru odhadují, že významně přizpůsobované ERP systémy instalované na hardwaru uživatele budou v roce 2016 běžně řazeny do kategorie „legacy“ systémů (tedy systémů, které jsou dědictvím minulosti), a to především díky tomu, jak dospívají jejich alternativy.

„Potřeba agility a schopnosti reagovat na aktuální požadavky zavedla vysoce přizpůsobené ERP implementace do slepé uličky; tak máme co do činění s řadou legacy ERP instalací, se kterými je potřeba nějak konstruktivně naložit,“ tvrdí Andy Kyte, viceprezident Gartneru. „Časní osvojitelé ERP, zejména velké podniky z oblasti energetiky, výroby a

distribuce, nyní platí penále v podobě dekády nebo i delší doby rozsáhlých úprav na míru,“ dodává.

„Firmy, které dnes chtějí zlepšit svou správu, mohou využít nižších nákladů, lepší funkcionality a pružnosti procesů nabízených propojením cloudových a klasických aplikací, což dnes označujeme jako postmoderní ERP,“ vysvětluje Kyte.

Dřívější do značné míry monolitické ERP systémy jsou dnes podle Gartneru rozkládány do postmoderního ERP, které funguje v rámci volněji provázaných funkčních celků, z nichž alespoň část je poskytována externími poskytovateli jako cloudová služba. Zatímco dříve podle Kyteho firmy sázely na integrovaná řešení jako na optimální způsob zajištění potřebné funkčnosti, nyní věří, že jim to samé nabídnou – za nižší cenu a s vyšší pružností – právě řešení postmoderních ERP.

Kyte současně upozorňuje, že mnoho vedoucích pracovníků firem vyjádřilo v diskusích vážné obavy právě z nízké schopnosti klasických ERP systémů reagovat na potřebné změny v byznysu – a Gartner proto dnes definuje jako „legacy“ ERP systémy ty, které nejsou dostatečně pružné, aby byly schopny reagovat na měnící se potřeby byznysu.

Nicméně analytici Gartneru upozorňují, že zděděné ERP systémy nezmizí přes noc – ale budou se muset, alespoň v rámci možností, přizpůsobit. Do budoucna se pak prý zřejmě stanou jen systémy obsahujícími záznamy firemních dat, zatímco další funkcionalitu nad nimi budou poskytovat pružnější řešení. Současný koncept jednoho ERP řešení bude podle analytiků Gartneru jednoznačně již ve velmi blízké budoucnosti nahrazen hybridními řešeními, která by se podle nich měla stát do pěti let de facto normou v této oblasti. A to přesto, že to zřejmě nebude vždy znamenat pokles TCO (celkových nákladů na vlastnictví) – v některých případech právě naopak.

## **CRM na výsluní: Lepší řízení vztahů se zákazníky je dnes zásadním úkolem**

Evropské ekonomiky se zřejmě konečně dostávají z recese, situace je ale z hlediska řady firem stále nejistá; pokud ovšem šetří, zpravidla to rozhodně

není na CRM projektech. Důvody jsou zjevné: I v období ekonomické nejistoty může správně používaný kvalitní nástroj pro řízení vztahu se zákazníky znamenat zásadní ekonomický přínos. Čerstvý průzkum společnosti Gartner ukazuje, že polovina dotazovaných firem hodlá v letošním roce zvýšit investice do CRM projektů, a to v průměru meziročně o 2,5 %. Uvedený průzkum zahrnoval zástupce 20 průmyslových odvětví z 30 zemí, a to jak ty zaměřené na B2B, tak na B2C. Více než třetina tázaných sama sebe označila za pokročilé – s více než pětiletou zkušeností s CRM projekty.

Gartner předpovídá, že trh s CRM softwarem letos v Západní Evropě vzroste o více než 9 %, a to na 5,5 miliard amerických dolarů. Významnou roli přitom budou hrát cloudová řešení – 49 % aplikací na trhu CRM bude poskytováno formou SaaS (software jako služba). Mimochodem – v roce 1999 činil podle Gartneru tento podíl pouhé jedno procento. Celkový obrat cloudových CRM aplikací v Západní Evropě má letos vzrůst o 24 % na 2,3 miliardy dolarů.

**CRM se hřeje na výsluní**



„CRM bude základem digitálních iniciativ firem v nadcházejících letech. Je to technologická oblast, která rozhodně získá financování, protože digitální byznys je zásadní pro konkurenceschopnost,“ říká Joanne Correiaová z Gartneru. "Horkými oblastmi investic do CRM jsou mobilita, sociální média a technologie, webová analytika a e-commerce." Ed Thompson z Gartneru pak upozorňuje, že nejvíce budou do CRM investovat high-tech firmy, banky, pojišťovny, telekomunikační firmy, farmaceutické společnosti, výrobci spotřebního zboží, dodavatelé IT zboží a služeb.

## **Hlavní úkoly pro nové CRM projekty**

Zajímavé je podívat se, jaké hlavní cíle si účastníci průzkumu pro letošní rok ve svých CRM projektech kladou: Počtvrté v řadě se na prvním místě objevila snaha dosáhnout zvýšení spokojenosti zákazníků. Novinkou na předních místech žebříčku, která se umístila dokonce hned na druhém místě, je pak zvýšení zákaznické aktivity, což podle Daviese ukazuje rostoucí touhu evropských firem dostat se

blíže ke svým zákazníkům a mít s nimi aktivní, vzájemně výhodný vztah.

Na třetí příčce se objevuje cíl dosáhnout jednotného pohledu na zákazníka. Tohoto cíle má být dosaženo investicemi do technologií MDM (master data management) – a výsledkem má být poskytnutí konzistentnější uživatelské zkušenosti (User Experience) napříč různými komunikačními kanály, produkty a funkčními oblastmi. Současně to má firmám poskytnout jasnější představu o tom, co jejich zákazníci chtějí, a umožnit jim dosažení onoho již výše zmiňovaného bližšího vztahu se zákazníky. Na prvních místech se naopak neobjevily snahy o snížení nákladů na prodej, marketing a zákaznický servis. Podle analytiků Gartneru si firmy zjevně uvědomují, že snižování nákladů může být důležité (a leckdy nezbytné), ale nemělo by se tak dít na úkor vztahů se zákazníky.

## **Jak překonat rizika**

„Během posledních deseti let výrazně poklesla důvěra zákazníků ve velké firmy. Zákazníci jsou

ochotnější si stěžovat, ale i změnit dodavatele, pokud s ním mají špatnou zkušenost, a také říci o tom ostatním," upozorňuje Davies. „Sociální média a mobilní zařízení způsobily zásadní posun, kdy se zákazníci navzájem spojují a očekávají určitou úroveň vztahů s organizacemi. Tyto dva překrývající se faktory nutí organizace přehodnotit své přístupy k CRM a vytvářejí potřebu nových zákaznických strategií.“

Když byly účastníci průzkumu tázáni na největší překážky při realizaci jejich CRM iniciativ, ukázalo se, že na prvním místě je chybějící jasně definovaná strategie v CRM. To znamená výraznou změnu oproti loňskému roku, kdy bylo za hlavní problém považováno právě dosažení jednotného pohledu na zákazníka.

Jakkoli sociální sítě a mobilita znamenají v oblasti CRM nutnost rychle se přizpůsobit nové situaci, změnám rozhodně ještě není konec. Na obzoru jsou další novinky, které mohou CRM posunout zcela novým směrem. Tou nejvýznamnější je zřejmě takzvaný internet věcí (Internet of Things), kde se nejrůznější senzory připojí k internetu a budou přes něj komunikovat. Zde se nabízí zcela nový potenciál

ke sledování potřeb zákazníků a k tomu, vyjít jim vstříc. A pochopitelně i k přesvědčování, že využití takových technologií je v jejich zájmu a nejde o nepřípustné narušování soukromí.

### **3 mýty o mobilním ERP**

Moderní řízení financí, výroby, personalistiky a dalších podnikových procesů vyžaduje stále více flexibilní a uživatelsky nenáročné aplikace přístupné z mobilních zařízení kdykoli a odkudkoli. Pokud však nejsou mobilní technologie a jejich využití v podnikovém ERP systému správně pochopeny, vzniká řada pochybností a mýtů. Pokusme se je vyvrátit.

#### **1. Mobilní podnikový software představuje bezpečnostní riziko**

Používání důvěrných údajů v mobilním zařízení představuje bezpečnostní riziko prakticky vždy. Může

dojít ke ztrátě zařízení, zničení nebo ztrátě dat a v případě odchodu pracovníka ze společnosti i k jejich zcizení. Tomu však lze snadno předejít, a to využíváním aplikací v cloudu, díky čemuž lze zamezit neoprávněnému přístupu do aplikace. Někteří dodavatelé totiž své aplikace strukturují tak, že v zařízení samotném je uchováváno jen minimum důvěrných údajů. Části aplikace, které obsahují důvěrná data, jsou pak uloženy u cloudového prostředníka, který funguje jako bezpečnostní mezistupeň mezi aplikacemi a mobilním zařízením koncového uživatele. Důležité informace se tak nacházejí mimo zařízení a IT oddělení díky tomu získává vynikající administrativní kontrolu nad tím, kdo se dostane do systému.

## **2. Neexistuje žádný důkaz, že je mobilní ERP užitečné**

Je to běžná situace - jakmile se objeví něco nového, není obvykle hned jasné, zda to něčemu prospěje. Příkladem může být třeba iPad, ale i řada dalších výrobků, které byly uvedeny na trh s tím, že si

uživatelé teprve najdou oblasti jejich využití. Podobné je to i s podnikovým softwarem a mobilitou. Mobilní telefon a ERP se zprvu nekamarádily. Postupně se však začaly možnosti využití ERP aplikací v mobilním prostředí objevovat. A co bylo důvodem? Rychlý vývoj možností vzdáleného přístupu k datům a jejich využití. Stejně, jako si uživatelé dnes už téměř nedokáží představit život bez mobilního telefonu, již brzy pro ně bude nepředstavitelné, že by neměli přístup do podnikových informačních systémů a nemohli s nimi komunikovat prostřednictvím svých mobilních zařízení. V současné době přitom už nejde jen o uživatele z vedení podniku, ale i o servisní techniky v terénu a techniky údržby, personální pracovníky a další uživatele, kteří z povahy své činnosti mohou řadu úkolů vykonávat i na dálku, mimo svůj pracovní stůl a počítač.

Podle posledního průzkumu společností TNS Sifo a IFS považuje 86 % vedoucích pracovníků při výběru ERP systému za nejdůležitější flexibilitu a škálovatelnost. Vzhledem k vysokému nárůstu mobilních zařízení ve firmách v posledních dvou letech lze předpokládat, že ERP systém, který

mobilní řešení nabízí, bude při výběru podnikového softwaru upřednostněn. Důvodem je i návratnost investice - pokud v ERP systému není mobilní rozhraní, sníží se míra používání systému a tím zákonitě i ROI.

### **3. Mobilní podnikový software je drahý**

Pokud váš dodavatel podnikového softwaru nepovažuje mobilitu za základní součást své technologické struktury, může být pořízení mobilního opravdu řešení nákladné. Mobilita totiž obvykle vyžaduje vlastní přístup k podnikovým datům na úrovni databáze nebo přinejlepším přístup do funkční úrovně daného softwaru, aby mohly být specifické části dané aplikace dostupné na mobilním zařízení. A to není jen otázka nízkonákladového doplnění dalšího rozhraní systému. Náklady mohou růst dál i v případě, že společnost cítí potřebu vyvinout si své vlastní aplikace pro chytré telefony nebo tablety, když je její dodavatel nenabízí.

Mnozí dodavatelé ERP řešení však dnes již vyvíjejí a dodávají aplikace, kde je uživatelské rozhraní

optimalizováno pro mobilní zařízení, a umožňuje tak pracovníkům v terénu přístup do aplikací tak, aby nedocházelo k omezení podnikových procesů. Žádných dalších vícenákladů se tedy netřeba obávat.

## Závěrem

Tolik k odkrytí mýtů, které se týkají mobilních podnikových aplikací. Které argumenty jsou tedy pro mobilní podnikový software nejpřesvědčivější?

- Mobilní podnikové aplikace přinášejí ředitelům okamžitý přístup k podnikovým procesům v reálném čase. Došlo ve výrobě k omezení, které ohrozí klíčovou objednávkou? Je nutné okamžitě schválit určitou fakturu, aby projekt pokračoval podle plánu? Mobilní podnikové aplikace nabízí vedoucím pracovníkům přehled a možnost jednat a zapojit se v okamžiku, kdy je to zapotřebí, bez ohledu na to, kde se momentálně nacházejí. Jsou dostupní na tabletu nebo smartphonu, i když jsou na obchodním jednání nebo čekají na svůj let ve frontě na letišti. Vedoucím pracovníkům přináší



mobilní ERP navíc i měřitelnou časovou úsporu, neboť získají možnost vykazovat čas a výdaje a schvalovat urgentní objednávky z mobilního zařízení. I pro mobilní techniky a servisní manažery v terénu je mobilita nutností. Dobré mobilní aplikace jim umožní zvládat více, než jen vést pracovní záznamy. Získají úplný přehled o dodavatelském řetězci náhradních dílů a oprav a pomocí mobilního rozhraní si mohou vyžádat náhradní díly přímo ze zařízení, na kterém pracují.

- Není třeba se obávat vysokých nákladů. Spolupráce s dodavateli, kteří jsou zároveň vizionáři v dané oblasti, přináší i možnosti a nabídky rozšíření stávajících ERP systémů o mobilní řešení.
- Posun směrem k mobilnímu podnikání je všudypřítomným trendem, který bude i nadále působit na ziskovost a výkonnost v rámci každé organizace – od výrobní haly po zasedací místnosti.

*Pavel Bláhovec, ředitel obchodu a podpory, IFS Czech*

## **CRM řešení pro prodejce automobilů**

Jak efektivně řídit obchodní procesy u prodeje vozidel? Ideální je využívat takový informační systém, který pokrývá všechny oborové požadavky a očekávání, nahradit anebo propojit existující systémy a zjednodušit průběh obchodních procesů. Okamžitým důsledkem takového systému je zlepšení každodenní práce nejen obchodních zástupců, ale celé firmy.

*(Partnerský příspěvek)*

### **Časté problémy prodejců automobilů**

Prodej vozidel představuje tržní segment, který si žádá individuální přístup a řešení na míru každého prodejce vozidel. Přesto lze v této oblasti vyzorovat obdobné, často se vyskytující problémy. Obchodní proces prodejce automobilů zahrnuje velké množství různých úkonů, a pokud není proces pokrytý komplexním systémem, lze ho těžko řídit a

kontrolovat. Vedení a zpracování všech aspektů obchodního případu je často zbytečně komplikované. Kvalita zaznamenávaných informací je tak nedostatečná; navíc zpracování obchodních dokumentů představuje pro personál výraznou zátěž. Vedoucí pracovní se potýkají především s obtížemi při vyhodnocování jak průběžných výsledků, tak i celkového výkonu obchodních zástupců. Mezi časté problémy prodejců automobilů patří také slabé poprodejní aktivity pro nedostatek nástrojů související s retencí zákazníků. Často také zcela chybí podpora marketingu a prodeje pomocí automatizovaných procesů.

## **Obchodní proces a marketing**

CRM systémem na platformě Microsoft Dynamics CRM 2013 (CRM, Customer Relationship Management, Řízení vztahů se zákazníky) vyvinutý společností NAVERTICA dává obchodním zástupcům v první řadě více času na jejich pravou práci – obchodování a komunikaci se zákazníkem. Graficky příjemné a intuitivní prostředí obchodníka

vede procesem od počátku příležitosti až po předání prodaného vozu. Automaticky tak prodejce navádí k získávání kvalitnějších dat pro budoucí obchod. Shromážděná data je následně možné jednoduchým způsobem analyzovat, vyhodnocovat a využívat pro marketingové účely. Záznamy je možné snadno propojovat mezi sebou. Uživatel tak může rozpoznat i ty nejmenší detaily, které spolu souvisí. Rovněž je možné u jednotlivých záznamů vést interní komunikaci, díky které mají všechny útvary přehled o tom, co kolegové s klientem projednali a dohodli.

## **Business Intelligence, Reporting a Controlling**

Všichni uživatelé CRM systému pro prodejce automobilů mají svůj řídicí panel, který lze upravovat podle individuálních potřeb. S řídicím panel získává uživatel okamžitě po vstupu do CRM přehled o tom nejdůležitějším, co ke své práci potřebuje. Ať už je to přehled vlastních aktivit, aktivit týmu, rozpracované příležitosti kolegů nebo přehled skladových vozů. Řídicí panely jsou plně přizpůsobitelné k jednotlivým uživatelům a schopné graficky zobrazovat prakticky

jakákoli data v systému.

Vedoucí pracovníci mohou navíc určovat kritéria pro řízení prodejního procesu, vytvářet pro své podřízené úlohy a stanovovat jim cíle. Vše se dá dále podrobně sledovat, vyhodnocovat a analyzovat. Takto umožňuje CRM zlepšit řízení a fungování celého týmu.

Informace evidované ve všech částech řešení společnosti NAVERTICA lze standardně propojit s platformou Microsoft Reporting Services určenou pro návrh a tvorbu vlastních přehledů a výstupů.

## **Řešení Navertica Car Dealership**

Komplexní oborové řešení systému pro prodejce automobilů postavené na platformě Microsoft Dynamics CRM 2013 nese název Navertica Car Dealership. Řešení pokrývá všechny specifické požadavky nutné pro úspěšný prodej vozidel.

Zahrnuje marketing, obchodní procesy i správu vozového parku a obsahuje též nástroje pro retenci zákazníků, reporting a controlling.

Vyspělý zákazník může také využít možnost napojení

na tovární systém výrobce vozidel. Podle dat dostupných v propojených systémech je pak možné obohatit CRM o další funkcionality (například aktualizace stavu výroby vozidla na objednávku přímo z továrny výrobce). Stejně tak je možné napojit ERP systém (Microsoft Dynamics NAV) na tovární systém a získat tak přímý přístup k identifikacím vyrobených vozidel, k náhradním dílům apod.

*„Naše řešení přináší moderní a flexibilní CRM systém, specificky upravený pro potřeby prodeje vozidel i správu obchodních procesů a vozového parku. Při vývoji jsme využili zkušenosti od našich zákazníků z této oblasti,“* uvedl Vít Matýšek, manager vývoje produktu Navertica Car Dealership.

## **Hlavní výhody řešení Navertica Car Dealership**

- Snížení administrativní zátěže obchodních zástupců
- Zkvalitnění vztahů zákazník – prodejce
- Zevrubné vedení obchodního procesu
- Řízení a vyhodnocování poprodejních aktivit
- Komplexní nástroje pro správu vozového parku

- Přesná data a efektivní nástroje pro marketing
- Automatizované prodejní a marketingové procesy
- Přehledné uživatelské prostředí
- Integrace dat mezi CRM a ostatními systémy (například mandatorní systémy výrobce nebo ERP systémy)

*„Velký důraz byl kladen především na jasně definované a sledovatelné procesy a na schopnost systému pojmout i velmi komplexní situace a informace o obchodním procesu nebo vozidlech,“*  
doplnil hlavní přínosy pro zákazníka Vít Matýšek.

## **Autor řešení**

Společnost NAVERTICA působí na trhu podnikových informačních systémů od roku 1990. Je dodavatelem komplexních systémů na bázi Microsoft Dynamics NAV, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics CRM, informačních portálů, průmyslových

počítačových systémů a systémů managementu (např. ISO 9001, 14001, 20000, 27001, atd.). Cílem firmy je nejen dodávka systému, ale zejména zlepšení hospodářského výsledku zákazníka využíváním dodaného systému. Odvětvová řešení NAVERTICA jsou kromě České republiky implementována také u zákazníků v mnoha evropských zemích a v Jižní Africe.

Více informací k řešení Navertica Car Dealership naleznete zde.

<http://www.navertica.com/>

*(Partnerský příspěvek)*

## **Procesy – možná cesta optimalizace?**

V průběhu několika posledních let, kdy se celý svět potýká s dopady zuřící krize, společnosti přistoupily k různým způsobům „optimalizace“ nákladů. Většina společností se rozhodla zastavit investice. Zastavily se vývojové programy, které jsou hnacím motorem cesty ven z krize. Zastavily se rozvojové programy v jednotlivých odděleních, největší úspore nákladů musela a musí čelit IT oddělení. Neexistuje



ale lepší možnost optimalizace?

*(Partnerský příspěvek)*

Jedna z možných cest optimalizace však mnohým společnostem unikala a doposud uniká – optimalizace vlastních interních procesů, které mnohdy představují skryté náklady, které jsou někdy těžko vyčíslitelné.

Společnost con4PAS na základě dlouholetých odborných zkušeností s implementací workflow procesů vyvinula vlastní řešení pro snadnou automatizaci a schvalování firemních procesů v prostředí SAP. Řešení je označované jako Uniprocess<sup>®</sup>.

Vývoj řešení je koncipován tak, aby plně korespondoval s požadavky a potřebami zákazníků v rámci schvalovacích procesů a zároveň zahrnul v sobě best practices (nejlepší postupy) z realizovaných projektů. Zhodnoceny jsou zkušenosti s vývojem workflow procesů téměř pro všechny moduly systému SAP ERP a ze všech procesních oblastí systému SAP SRM.

Cílem společnosti con4PAS je přinést zákazníkům nástroj, který zefektivní a zrychlí samotné nastavení

procesů v systému.

Procesy realizované prostřednictvím workflow musí být navrženy tak, aby byly jednoznačně, transparentní a přehledné. V každém okamžiku je nutné mít k dispozici informaci, kde se daný objekt schvalování nachází, kdo je aktuálním zpracovatelem a jakými kroky zpracování schvalovací objekt prošel.

Automatické zajištění směrování dokumentů k oprávněným schvalovatelům a možnost simulace schvalovacího procesu patří k nezbytným předpokladům fungujícího workflow řešení, stejně jako jednoduchý princip integrace podpisového řádu společnosti do elektronických procesů. Workflow řešení musí vždy plně korespondovat s definovanými procesy zákazníka a zároveň, musí také poskytnout komplexní a jednotný princip obsluhy a nastavení, což je i cílem společnosti con4PAS.

Řešení Uniprocess<sup>®</sup> se skládá z následujících komponent:

### Framework pro řízení SAP Workflow

- Nadstavba standardního SAP Workflow, která usnadňuje definici, údržbu, monitorování a výkon Workflow procesů.

- Vývoj workflow je realizován pomocí jednoduchého a komfortního nastavení průběhu procesů za pomoci customizačních tabulek.
- Unifikace procesů je zajištěna z pohledu ovládání i řízení.
- Nástroj ideální pro implementaci více workflow procesů, lze snadno nasadit další nové schvalovací procesy nad požadovanými objekty.

### Uniforms – framework pro správu formulářů

- Zákaznická definice formulářů pro sběr dat, oběh a správu v rámci požadovaných procesů.
- Společné vlastnosti jednotlivých aplikací (komentáře, poznámky, přílohy, verzování dokumentů, data schvalování, uživatelské role, ...)

### Autorizační koncept

- Sofistikovaný generátor schvalovacího procesu s využitím organizační struktury

- společnosti,
- Sérioparalelní schvalování jako klíčový prvek.

Vybrané reference zákazníků Uniprocess® přináší pohled na provozní benefity, kterých společnosti dosáhly:

### **Telefónica Czech Republic, a.s.:**

- 80% Minimalizace zákaznických úprav pro správu WF.
- 70% Zjednodušení a zrychlení údržby schvalovacích cest formou customizace v Uniprocessu.
- 70% Standardizace všech typů WF a jednotný schvalovací Inbox pro všechny schvalovatele s možností napojení na SAP EP.
- 50% Zrychlení schvalování dokladů ve WF. Schopnost lépe plánovat Cash Flow u závazků.

### **Zentiva Group, a.s.**

- Snadný monitoring schvalovacího procesu a správy KZM.
- Vyřešení problému s oběhem dokumentů v papírové nebo e-mailové podobě – potenciální ztráta originálu v papírové podobě.
- Schvalování / zpracování požadavku elektronicky v systému SAP dle pravidel společnosti.

## **Česká pošta, s.p.**

- 80% úspěšnost likvidace faktur s vazbou na objednávku.
- Zrychlení oběhu faktur díky automatickému určení schvalovatelů.
- Značná úspora nákladů díky odstranění papírových dokumentů.

Popsané řešení a jeho zákazníci potvrzené přínosy dokladují, že i v oblasti workflow můžou firmy nalézt úspory, které nejsou na první pohled jasné, ale na základě našich zkušeností jsou jednoznačně

identifikovatelné a vyčíslitelné.

## **Autor řešení**

Společnost con4PAS, s.r.o. působí v oblasti podnikových informačních systémů od roku 2003. Svým zákazníkům nabízí portfolio služeb, které je postaveno na čtyřech základních pilířích:

- con4PAS Uniprocess<sup>®</sup> (schvalovací workflow a automatizace firemních procesů).
- Řízení vztahu se zákazníkem (řešení SAP Customer Relationship Management).
- Řízení vztahu s dodavateli (řešení SAP Supplier Relationship Management).
- SAP Business Intelligence (výkaznictví, reporting).

Více informací o společnosti con4PAS:

<http://www.con4pas.cz/>  
(Partnerský příspěvek)

