

# Hatékony ügyfélkapcsolat-kezelési rendszer megvalósítása a MOL Rt.-ben

Keszthelyi Zoltán (MOL Rt.)  
Bognár Péter (Szinergia Kft.)

Budapest, 2006. március 22.

## Agenda – A sikeres CRM rendszer fejlesztésének útja



- **Keszthelyi Zoltán**

Geofizikus, közgazdász

Üzleti tervező

Informatikai elemző

- **Bognár Péter**

Közgazdász, MBA

MOL nagykereskedelemben értékesítési,  
marketing és projekt tapasztalat



## Üzleti kihívások

### Előzmény

Mátrix szervezet

Nagyobb üzleti felelősség

Versenytársak intenzív akvizíciós tevékenységei

Retail verseny

MOL csoport

>

>

>

>

>

### Üzleti igény

Tudásmegosztás

Professzionálisabb sales tevékenység

Vevőmegtartási képesség növelése

Marketing tevékenység javítása

Költséghatékony működés



***“We develop and apply modern sales techniques to maintain and increase customer satisfaction and loyalty.”***

Forrás: MOL angol nyelvű vízió, 2002

## Előzmények (BPR Indítás)

- Átállás SAP R/2-ről SAP R/3-ra
  - Az integráció kulcsfontosságú volt
- CRM része mySAP.com package-nek
  - Ettől függetlenül a funkcionalitás kritikus volt
- BW implementáció egyidejűleg
  - Riportok és szegmentáció
- Szervezeti változás
  - Termékcsoport orientált szervezetet a vevő szegmens orientált szervezet váltotta fel (mátrix)

# Mérföldkövek



**BPR Indítás**  
2000. május-október

**Business Case**  
2001. január-  
augusztus

**Implementáció**  
2001. szept. –  
2002. szept.  
**Mobile Sales**

**Korrekciók**  
2003

**Technikai upgrade - stabilizáció**  
Üzleti folyamatokhoz jobban  
illeszkedő fejlesztések

**További  
fejlesztések**  
2004-2006  
**CIC, Marketing,  
Területi bővítés**

## A munkához komplex megközelítéssel kezdtünk hozzá



- **Üzleti filozófia**
- **Folyamatok újratervezése**
- **Integrált folyamatok**
- **Szoftver alkalmazás**



## A Business Case-t alapos rendszerkiválasztás előzte meg

- Előszűrés (130)
  - Magyarországon elérhető
  - Alap funkciók
  - Ügyfél méretek
  - Támogatás
  - SAP R/3 integráció
- Request for information – kérdőív (6)
  - Cég profil
  - Referenciák
  - Technikai megoldások
  - Költségek
- Üzleti scenáriók bemutatója (3)
  - Szegmentálás
  - Kampány menedzsment
  - Mobile Sales – üzleti lehetőségek
  - Rendelések
  - Reklamációk
- Értékelés
- Újra értékelés - scope változás miatt
  - Funkcionalitás magasabb értékű



## A CRM előnyöket a MOL környezethez igazodva fogalmazzuk meg

- Hatékonyabb marketing
- Holisztikus információ a vevőkről
- Automatizált és gyorsabb sales folyamatok
- Naprakészebb információk tárolása, könnyű hozzáférés
- Rugalmasabb időbeosztás, hatékonyabb adminisztráció

## A benefit-ek számszerűsítésére többféle módszert alkalmaztunk

### Bottom-up

- A piac jelenlegi helyzete
- A szegmens jelenlegi helyzete a piacon
- Várható változások a piacon
- A szegmens célkitűzései
- A célokhoz rendelt eszközök
- Az eszközök között a CRM szerepe
- A siker kockázata CRM nélkül

### Top-down

- Benchmarkok
- Margin növekedés
- Forgalom növekedés
- Cross-selling hatás
- Költségcsökkentés (FTE)

## Javaslatainknál az elérhető legjobb megoldás megvalósítására törekedtünk

Javaslatok	Üzleti igény teljesítése	Kockázat
CRM + CIC	+++	Túl nagy változás egyidejűleg
Részleges CRM (CIC nem)	++	Integráció
Részleges SAP CRM (CIC nem)	++	Technikai problémák
CRM elhalasztva	-	Versenyelőny elvesztése

## A megvalósítás a nagykereskedelem területén indult el 2001-ben

	CIC	MSA	Marketing/Online
KISKERESKEDELEM			
NAGYKERESKEDELEM			
FÖLDGÁZ			

= nem Scope

= tervezett,  
elhalasztott

= tervezett és implementált

# A feladatokat részletesen megterveztük

## Charter - MOL BPR Project CRM Implementation

Objectives	Key Activities	Deliverables	Critical Success Factors	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Support mobile organization with an integrated system to automate sales processes (mobile sales)</li> <li>Implement a campaign marketing management tool to avoid in-kind expenditure and effective targeting of customers for campaigns</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Project kick off</li> <li>Business Blueprint Phase                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Map business processes</li> <li>Identify business requirements</li> <li>Identify technical requirements</li> </ul> </li> <li>Gap analysis                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Review of project scope + sign off</li> </ul> </li> <li>Technical application design</li> <li>Procure hardware</li> <li>Detailed application construction</li> <li>Develop training conception</li> <li>Training of end users</li> <li>Testing of the system</li> <li>Support after Go live</li> <li>Integration with SAP R/3 Team                             <ul style="list-style-type: none"> <li>SD + BW</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Install CRM Hardware and Software</li> <li>Salesforce Automation                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Hardware available</li> <li>Communications Infrastructure</li> </ul> </li> <li>Full CRM functionality for the sales force ensuring that it aligns with the desired sales processes + business requirements as outlined in the B.B. Phase</li> <li>Full CRM functionality for the marketing dept to facilitate campaign management</li> <li>User training                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Supporting Documentation</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synchronicity of development of core SAP R/3 project and CRM system implementation</li> <li>Buy-in from business areas</li> <li>Securing continuous working of critical business flows, e.g. order taking</li> <li>Successful implementation by the software vendor</li> <li>Integration of CRM software to R/3</li> <li>Change management</li> </ul>	
Milestones				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sign off of automated business processes - Nov 2001</li> <li>Install CRM hardware and software - Sept 2001</li> <li>End of Realization phase - March 2002</li> <li>Integration with ERP system - June 2002</li> <li>ERP Go live - July 2002</li> <li>Go live + support - July/Aug 2002</li> </ul>				
		Timeline		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>1 month after completion of SAP R/3 project</li> </ul>	<th>Resources</th>	Resources
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dávid Péter - MOL IT</li> <li>Kovács Zoltán - MOL IT</li> <li>Szász László - MOL IT</li> <li>Bán Mária - SAP project team lead - IT</li> <li>Zs. SAP Consultants - IT (discovery phase)</li> <li>1 x Mobile sales and marketing Consultants - IT</li> <li>1 x On line consultant - IT</li> <li>1 x SAP consultant - IT</li> </ul>	

## A MOL CRM rendszer eredményei

MOL Termékelőállítás és Kereskedelem divízió (120 mobil + 40 online user):

- CRM online és Mobil Sales - offline
- Customer Interaction Center (CIC) bevezetés
- Internet Sales for R/3 bevezetés
- Marketing kampánymenedzsment modul használata

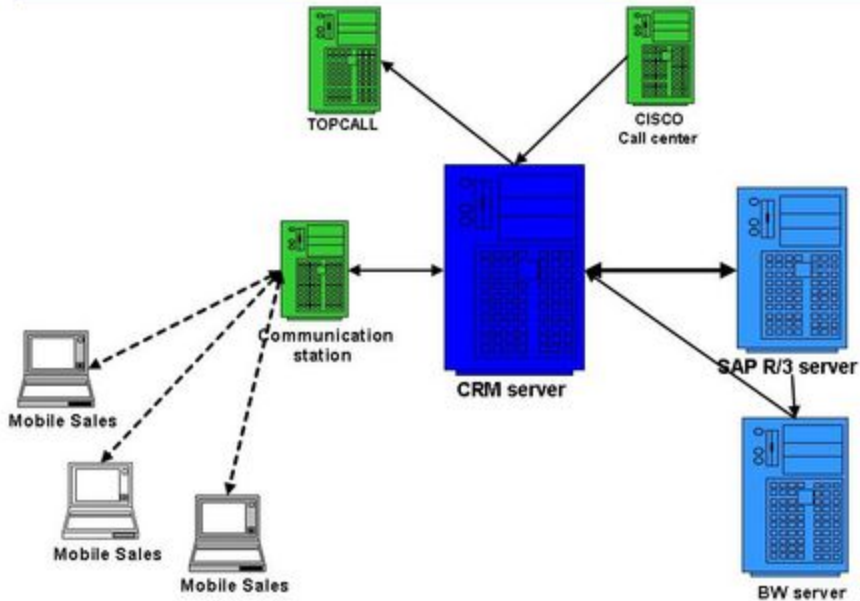
MOL Kenőanyag divízió ( 33+17 mobil + 30 online user):

- Mobile Sales bevezetés magyar és szlovák területre
- Customer Interaction Center (CIC) bevezetés

HR Call Center (10 user):

- Customer Interaction Center (CIC) bevezetés
- Belső marketing kampányok

# CRM architektúra



### Üzletkötők támogatására – energetikai termékek

- Üzleti partner kezelés
  - potenciális partner felvétele
  - Kontakt-személy kezelés
- Tevékenységmenedzsment – integrált az Online-nal
  - Panasz, reklamációkezelés
  - hitelfolyamatok
- Ajánlatkezelés
- Riportolás : BW és lokális

### Üzleti funkcionalitás

- Rendelésfelvétel – energetikai PB és üzemanyag
- Érdeklődők, új ügyfelek kezelése
- Információk vevők számára (kiszállítás, termékek)
- Panasz és reklamációkezelés (termék, szállítás, számla)

### Többcsatornás információáramlás

- Telefon
- Fax
- Email
- SMS (jelenleg csak kimenő irányban)

### Internet Sales R/3 Edition

- Szerződött vevők számára rendelés internetes felületen (üzemanyag, vegyipar)
- Rendelés, szállítási státuszok weben
- BW riportok a vevő számára értékesítési adatokról

### Marketing kampánymenedzsment

- Szegmentálás vevőtörzsadatok és marketingjellemzők alapján
- Naponta automatikusan frissülő profilszoportok
- Kártyás hírlevél
- Vevőtájékoztatás (fax, email, SMS) – 3 órán belül 1400 fax, 840 email és 600 SMS automatizált küldése vevőknek (korábban manuálisan történt)

Bővített funkcionalitás:

- Fact-sheet a Mobile Sales alkalmazásból
- Versenytárs - termék árfigyelés
- Többnyelvűség aktív használata Mobile Sales-nél
- Tevékenység menedzsment - Vevőlátogatás tervezés - jegyzőkönyv – riportálás
- Wearcheck ( kenőanyagvizsgálat) mintaszám nyomon követése szerződésenként - ALE interface
- Telesales

## A sikeres CRM projekt kulcstényezői

- Stabil, következetesen fejlődő szoftver
- Projektekben aktívan szerepet vállaló, kompetens IT csapat
- Üzlettel és IT-vel szervesen együttműködő integrátori szerepet ellátó üzleti analitikusok
- Valós tudással rendelkező, tapasztalt, kooperatív külsős tanácsadók
- Üzleti vezetői elkötelezettség
- Projektek körültekintő tervezése, kellő időt hagyva a tesztelésre

## Lessons learned

- A team végzett „mindent”
- Részletes tervezés, de „rugalmas” végrehajtás
- A felhasználók szoros bevonása – nincs presztízs megoldás
- Minden igényt kezelni kell

## A felhasználói támogatás megteremtése volt a legnehezebb feladat

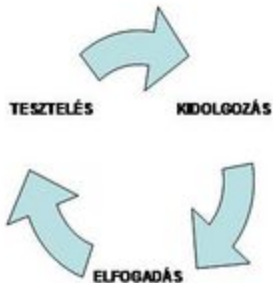
### ELLENÁLLÁS



- Szervezeti változás
- SAP R/3 bevezetés
- Technikai problémák
- Adminisztrációs feladatok



### SUPER USER HÁLÓZAT



- Minden szegmensből
- Havi találkozók
- Írásos tájékoztatók
- Napi telefonos kapcsolat

**Köszönjük a figyelmüket!**