«АКРОН»

ПЕРЕХОД НА ЦЕНТРАЛИЗОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ПРИ ПОМОЩИ SAP SALES CLOUD ПОЗВОЛИЛ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ.

Группа «Акрон» — один из ведущих вертикально интегрированных производителей минеральных удобрений в России и мире. Количество сотрудников — около 11 тыс. Выручка (2018 год) — $1,7 млрд. Адрес сайта — www.acron.ru. Российская сбытовая сеть холдинга — АО «Агронова» — десять специализированных агрохимических предприятий, которые предоставляют услуги по доставке, продаже и хранению минеральных удобрений клиентам из 80 регионов России.

НАЧАЛО

Компания решила усовершенствовать процессы взаимодействия с клиентами в РФ и СНГ. Бизнес-процессы на предприятиях сети были сформированы в результате многолетней практики ведения сделок с учетом региональной специфики и имели существенные различия. Хранение данных по продажам, обмен информацией с головным офисом, а также согласование сделок происходило в разных корпоративных системах.

ЦЕЛИ

Стандартизация процессов взаимодействия с клиентами.
Автоматизация подготовки унифицированных коммерческих предложений, счетов и договоров, уменьшение времени на обработку и согласование печатных форм.
Консолидированная отчетность по предприятиям сбытовой сети АО «Агронова» в режиме реального времени.
Получение информации о состоянии остатков на складах предприятий в режиме реального времени.

РЕШЕНИЕ SAP

SAP Sales Cloud.

РЕАЛИЗАЦИЯ

Инициатива внедрения системы централизованного управления была направлена на изменение сразу нескольких бизнес-процессов: организация учета истории контактов с контрагентами, планирование процессов по реализации минеральных удобрений, инициация и сопровождение сделок, ведение базы договоров, контроль за реализацией продукции и консолидация отчетности по предприятиям сбытовой сети АО «Агронова». В рамках проекта разработаны печатные формы коммерческого предложения, счета, договора, которые автоматически генерируются в системе после согласования сделки.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ

Внедрение облегчило согласование контрактов и условий предложений благодаря работе пользователей в единой системе. Отчеты в различных ракурсах теперь доступны в системе в режиме реального времени. У компании появился единый источник информации о продажах, существенно сократилось количество ручных операций.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Компания получила консолидированные данные по клиентам и истории взаимоотношений с ними и удобный инструмент планирования процессов по реализации минеральных удобрений. Решение SAP позволило автоматизировать процесс инициации, согласования и сопровождения сделок. За счет внедрения решения повысилось качество работы с клиентами.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

Ускорение времени подготовки отчетности на 50%.
Ускорение согласования условий сделок на 30%.
Снижение количества ошибок при подготовке документации на 75%.

«АЛЬФА-СТРАХОВАНИЕ»

ВНЕДРЕНИЕ IT-ПРОДУКТОВ SAP ПОМОГЛО КОМПАНИИ УВЕЛИЧИТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА, УЛУЧШИТЬ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ ПРИ РАБОТЕ СО СТРАХОВЫМИ СЛУЧАЯМИ ПО ОСАГО И ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ.

«АльфаСтрахование» — крупнейшая частная страховая компания в России. Компания предлагает частным лицам и бизнесу более 100 страховых продуктов. На территории страны ее деятельность осуществляют более 270 региональных представительств, а число клиентов превышает 29 млн человек. Количество сотрудников — более 5 тыс. человек. Чистая прибыль (2018 год) — 10,98 млрд руб. Адрес сайта — www.alfastrah.ru.

НАЧАЛО

Для регистрации и урегулирования страховых случаев «АльфаСтрахование» использует систему SAP Claims (SAP FS-CM). Для ускорения ввода страхового случая в систему и создания возможности работать на мобильных устройствах руководство компании приняло решение доработать систему с помощью новых современных инструментов, предлагаемых SAP.

ЦЕЛИ

Создание современного, удобного для пользователя мобильного интерфейса для ускорения и упрощения регистрации страховых случаев ОСАГО с возможностью выполнения операции вне офисов на мобильных устройствах.
Увеличение производительности труда при регистрации страховых случаев.
Сокращение времени выполнения одной операции и, как следствие, трудозатрат и времени ожидания клиентов.

РЕШЕНИЯ SAP

SAP Cloud Platform, SAP Cloud Connector, SAP Cloud OData, SAP FS-CM.

РЕАЛИЗАЦИЯ

Система упрощенного интерфейса по регистрации убытков ОСАГО была запущена в качестве пилотного проекта в Центре урегулирования убытков «АльфаСтрахования» в Москве и региональном филиале компании, а также в нескольких точках удаленного урегулирования. Планируется тиражирование решения на всю структуру собственных и партнерских подразделений компании, обслуживающих клиентов по ОСАГО.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ

Компания перешла на новый, упрощенный интерфейс регистрации страховых случаев по ОСАГО, базой для которого стали современные решения SAP. Теперь сотрудники «АльфаСтрахования» и партнеров могут регистрировать страховые случаи значительно быстрее и удобнее, в том числе при помощи мобильных устройств.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Благодаря внедрению новой системы компании удалось сократить время регистрации страховых случаев, а также заметно повысить качество обслуживания клиентов: регистрация страхового случая происходит гораздо быстрее, она может осуществляться при помощи мобильных устройств.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

Время нахождения клиента в офисе сократилось вдвое.

ФК «ЗЕНИТ»

КЛУБ ВЫСТРОИЛ НОВУЮ СИСТЕМУ РАБОТЫ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ, КОТОРАЯ ПОМОГЛА ПРИВЛЕЧЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ НА СТАДИОН.

ФК «Зенит» основан в 1925 году. Пятикратный чемпион страны, трехкратный обладатель Кубка России и четырехкратный — Суперкубка России. В сезоне-2007/08 клуб выиграл Кубок УЕФА, а затем и Суперкубок УЕФА. В России клуб поддерживают около 15 млн болельщиков. Адрес сайта — www.fc-zenit.ru.

НАЧАЛО

ФК «Зенит» разработал новую маркетинговую стратегию, предполагающую создание новой системы для управления взаимоотношениями с болельщиками. До этого данные собирались и хранились в нескольких системах. Разрозненность данных затрудняла их анализ и коммуникации с болельщиками. Отсутствовала единая система сбора, хранения и отслеживания данных о взаимодействии с корпоративными клиентами и партнерами клуба. В каждом направлении продаж велась своя клиентская база, были пересечения по клиентам. Для подсчета выполнения плана продаж менеджерам приходилось вручную обрабатывать информацию от бухгалтерии.

ЦЕЛЬ

Создание современной системы для управления взаимодействиями с болельщиками.

РЕШЕНИЯ SAP

SAP Marketing; SAP HANA.

РЕАЛИЗАЦИЯ

Клуб рассматривал три различные системы управления взаимоотношениями с B2C- и B2B-клиентами. Благодаря инновационному продукту SAP Marketing выбор был сделан в пользу SAP.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ

Данные для формирования профиля болельщика собираются по стандартизованным алгоритмам в единую базу из различных источников. Единообразие и полнота данных позволяют сегментировать и персонализировать клиентскую базу в режиме реального времени. Благодаря интеллектуальным моделям SAP Marketing оптимизирован процесс коммуникации с болельщиками: внедрена мультиканальность. В компании построена единая централизованная система управления коммерческими клиентами. Регламентированы общие процессы клуба.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Благодаря алгоритмам SAP Marketing для каждого болельщика формируется единый «золотой профиль», который автоматически обогащается данными из различных источников. CRM-система SAP помогла улучшить сервис по работе с обращениями. В сегменте B2B повысилась точность прогнозирования доходов, автоматизированы более 30 оперативных аналитических отчетов, риски потери клиента с уходом менеджера заметно сократились.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

Более 1 млн болельщиков на домашних матчах команды.
Посещаемость выросла на 27% в сезоне-2018/19.
Рост доходности по сравнению с прошлым сезоном на 7,8%.
Количество активных держателей карт программы лояльности компании увеличилось в 3,8 раза.
Рост базы CRM на 43%.
Выручка матчевого дня выросла на 15%.

«ЛИГА СТАВОК»

ВНЕДРЕНИЕ РЕШЕНИЙ SAP ПОЗВОЛИЛО ЗАПУСКАТЬ АКТИВНОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ С МИНИМАЛЬНЫМ TIME TO MARKET И В РЕЗУЛЬТАТЕ В ТРИ РАЗА УВЕЛИЧИТЬ КЛИЕНТСКУЮ БАЗУ.

«Лига ставок» — одна из ведущих букмекерских компаний в России. В компанию входят 500 клубов в 120 городах России. Количество сотрудников — более 3 тыс. человек. Адрес сайта — www.ligastavok.ru.

НАЧАЛО

По данным внутреннего исследования «Лиги ставок», текущие бизнес-процессы и обеспечивающие их системы перестали покрывать потребность бизнеса в управлении растущей клиентской базой и удовлетворении потребностей клиентов. В компании осознали необходимость внедрения современной системы, обеспечивающей гибкую интеграцию для внедрения маркетинговых инноваций. Правление компании одобрило внедрение решения SAP для взаимодействия с клиентами.

ЦЕЛИ

Опередить изменения рынка.
Привести клиентские бизнес-процессы в соответствие с актуальными и перспективными требованиями индустрии.
Подготовить платформу для реализации долгосрочной бизнес-стратегии.

РЕШЕНИЯ SAP

SAP HANA; SAP CRM (Marketing, Loyalty, Service); SAP Process Orchestration; SAP BusinessObjects BI.

РЕАЛИЗАЦИЯ

До внедрения CRM решения SAP процесс подготовки и запуска маркетинговых кампаний был очень ресурсоемким. Период от старта подготовки запуска одной маркетинговой кампании до его реализации мог занимать 30 дней. Было решено внедрить единый программный комплекс, обеспечивающий возможность администрирования всех маркетинговых процессов.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ

Все бизнес-процессы взаимодействия с клиентами реализованы в единой системе. Клиентские данные доступны в одном месте, хранятся структурированно, обновляются онлайн. Автоматизированы маркетинговые предложения. Появилась возможность запускать многоуровневые механики. Тонкое таргетирование выполняется с большим числом атрибутов сегментации. Маркетинговые рассылки стали омниканальными. Формируется отчетность, которая позволяет определять кампании, наиболее интересные клиентам. Процесс создания новой кампании занимает не более трех дней в зависимости от уровня сложности. Типовые акции запускаются практически моментально.

РЕЗУЛЬТАТ

Внедрение SAP привело к позитивным изменениям во всех затронутых проектом клиентских бизнес-процессах. Стандартизированы и упрощены процессы подготовки и запуска маркетинговых кампаний. Выстроена удобная структура клиентских данных. Реализуется полный охват кампаниями всей клиентской базы, а благодаря сокращению сроков подготовки и запуска маркетинговых кампаний система готова к тиражированию на увеличивающиеся объемы в будущем.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

В три раза выросла клиентская база.
Срок запуска кампаний сокращен с 30 до 3 дней.
Оборот компании вырос на 48%.