

PRIMENA CRM TEHNOLOGIJE NA WEB PORTALU

APPLICATION OF CRM TECHNOLOGY ON WEB PORTAL

Stanislava Timotijević, Vuk Maksimović

Portal Kvalitet, www.kvalitet.org.rs

Sadržaj - U današnje vreme oštre tržišne konkurencije, dobar kvalitet proizvoda ne smatra se konkurentskom prednošću već preduslovom za izlazak na tržište. Ono što organizaciju izdvaja od drugih je efikasno upravljanje klijentima, jer zadovoljni klijenti su lojalni klijenti. Upravo zato upravljanje odnosima sa klijentima postaje značajan koncept u današnjoj teoriji marketinga. Portal Kvalitet, kao globalno dostupno sredstvo komunikacije i promocije, kvaliteta i svih onih poslovnih subjekata u toj oblasti, kao i mesto za razmenu informacija, znanja i iskustava iz oblasti kvaliteta, zbog efikasne brige o svojim posetiocima, svakodnevno posećuje sve više zainteresovanih, a stari posetioci se vraćaju na mesto na kome se njihovo mišljenje, zahtevi, potrebe i primedbe uvažavaju i na osnovu njih se Portal kontinuirano unapređuje.

Abstract - Nowadays, in the time of intense market competition, good quality of products is not considered a competitive advantage, but a prerequisite for entering the market. Efficient client relationship management makes the organisation to stand out from others. Satisfied clients are loyal clients. Consequently, client relationship management becomes an important concept in modern marketing theory. Portal Quality is a globally accessible place for communication and promotion, of quality and all those businesses in the area, as well as a place to exchange information, knowledge and experience in the field of quality. Number of visits of Portal increase every day, because of effective care for the visitors. That is because old visitors regularly return to the place where their opinions, demands, needs and objections are respected.

1. UVOD

Još donedavno je marketing živeo u uhodanom svetu zvanom 4P (Product, Pricing, Promotion, Placement) – uloga marketinga se svodila na brigu oko proizvoda/usluga, definisanja cena, te pozicioniranja istog na tržištu. Očigledno je da se nešto moralo promeniti u korenu, jer se u celom modelu ne spominje kupac, odnosno klijent – onaj koji mora biti oslonac, onaj oko koga se sve vrti. Upravo zbog ove činjenice, marketing danas posmatramo kroz prizmu nazvanu STP (Segmentation, Targeting, Positioning).

Marketing je po svojoj današnjoj definiciji zadužen za vođenje brige o postojećim i potencijalnim kupcima. Stoga je razrađen niz alata koji nam omogućavaju lakše upravljanje setovima korisničkih podataka.

2. ŠTA JE CRM

CRM (Customer Relationship Management), upravljanje odnosima sa kupcima, predstavlja strategiju kojom saznajemo više o potrebama i ponašanju korisnika, s ciljem da sa njima ostvarimo jače veze. Potrebno je razumeti, što bolje predvideti zahteve i ponašanje korisnika, a zatim koncipirati adekvatan odgovor na iste.

CRM podrazumeva i tehnologije za organizaciju, automatizaciju i sinhronizaciju poslovnih procesa. Krajnji cilj je pronaći, privući i osvojiti nove klijente, negovati odnose i zadržati korisnike sa kojima je već uspostavljena saradnje, smanjiti troškove i povećati profitabilnost jačanjem lojalnosti korisnika.

Upravljanje odnosima sa kupcima pomaže marketing sektoru da identifikuje i izvrši segmentaciju korisnika, vodi marketing kampanje, pojednostavljujući postojeće procese, što vodi maksimizaciji profita i većoj satisfakciji klijenata.

Prednosti uvođenja rešenja CRM su:

- razumevanje vrednosti i potreba klijenata,
- konzistentno strukturirani i potpuni podaci o klijentima, prepoznavanje klijenta kao pojedinca,
- otkrivanje novih korisnika,
- veći naglasak na zadržavanju klijenata programima za povećanje vernosti,
- unapređivanje efikasnosti kontakta sa korisnicima,
- merenje efekata marketinških akcija i prodajnih aktivnosti,
- racionalizacija poslovanja uštedom vremena i novca,
- veća produktivnost.

Ako je uvođenje sistema CRM bilo pravilno, vrlo brzo će se pokazati rezultati: povećan prihod, veća dobit i uspešniji marketing usmeren na pojedine ciljeve.

Poznato je da je zadovoljan klijent, ujedno i najprofitabilniji. Verovatnoća da će zadovoljan i veran klijent ponovo kupiti nešto može biti do deset puta veća i doneti dva puta veću dobit nego novi kupac. Prodaja novom klijentu košta 5 do 8 puta više nego prodaja postojećim klijentima, dok organizacije svake godine izgube 10%-20% klijenata.

3. UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KLIJENTIMA NA PORTALU KVALITET

Portal Kvalitet predstavlja nezavisni, nepristrasni, objektivni web site o kvalitetu, prvi i jedini te vrste u

Srbiji. Cilj mu je da na jednom mestu okupi što više stručnjaka i studenata iz oblasti kvaliteta, kao i svih ostalih zainteresovanih za ovu zanimljivu oblast u razvoju.

Uspesne kompanije prepoznale su CRM kao ključan način za postizanje uspeha i temelj za izgradnju konkurentske prednosti. Upravljanje odnosima s kupcima daje očekivane rezultate samo ako je potpuno integrisano u poslovanje i sistem poslovne informatike.

Klijente Portala Kvalitet moguće je podeliti na dve osnovne kategorije: posetioci i saradnici. U kategoriju posetilaca spadaju sva fizička ili pravna lica koja Portal posećuju kako bi se informisali o aktuelnostima u vezi sa kvalitetom, postavili pitanje, ili ostavili svoj komentar ili sugestiju. Saradnici su svi oni koji rade u užoj oblasti kvaliteta i koji informacijama o svom radu ili o sebi doprinose radu Portala. Oni mogu biti konsultantske organizacije, sertifikaciona tela, organizacije za edukaciju, agencije za bezbednost i zdravlje na radu, agencije za Mystery Shopping, kao i svi stručnjaci za ovu oblast.

Imajući u vidu razlike između ove dve grupe klijenata Portala, o njima se vodi briga na različite načine, odnosno primenom različitih metoda i tehnika.

4. BRIGA O POSETIOCIMA

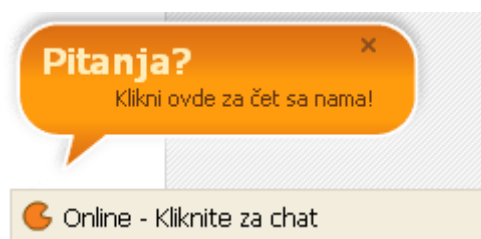
Portal Kvalitet zamišljen je kao sredstvo informisanja, ali i mesto razmene informacija, znanja i iskustava u oblasti kvaliteta. Iz tog razloga, teži se da Portal bude što interaktivniji, odnosno da postoji što više mogućnosti komunikacije između posetilaca međusobno, između posetilaca i stručnjaka, kao i da komunikacija posetilaca sa urednicima Portala bude što jednostavnija. Efikasnija komunikacija doprinosi češćoj komunikaciji, a samim tim je moguće bolje razumeti želje, potrebe i zahteve posetilaca, ali i saradnika. Veći broj posetilaca će izraziti svoje mišljenje o Portalu, pohvaliti ili kritikovati, što je veoma značajno za kontinualno unapređenje Portala i proširenje njegovog sadržaja.

Komunikacija između posetilaca međusobno omogućena je kroz aplikaciju koja registrovanim korisnicima omogućava razmenu poruka.

Svi registrovani korisnici jednom nedeljno, četvrtkom, na prijavljeni e-mail primaju Nedeljni pregled, elektronski časopis Portala Kvalitet, gde se mogu informisati o svim tekstovima objavljenim prethodne nedelje. U mail-u su navedeni naslovi, sa linkovima ka celim tekstovima na Portalu. Na taj način i oni koji tokom nedelje nisu bili u mogućnosti da redovno posećuju Portal mogu jednostavno da se informišu o aktuelnostima i detaljnije pročitaju one čiji ih naslov zanima. To je takođe dobar način da se neguje odnos sa posetiocima, jer im prijem Nedeljnog pregleda onemogućava da zaborave na Portal. Neregistrovani posetioci imaju mogućnost da se veoma jednostavno, unosom svog imena i e-mail adrese prijave na Nedeljni pregled, bez registracije na Portalu.

Za sve posetioce, registrovane ili ne, omogućena je komunikacija preko kontakt forme, gde se poruka urednicima site-a šalje direktno sa Portala. Posetilac unosi željenu poruku u polje određeno za to, kao i svoje ime, naslov i kontakt e-mail. Klikom na *Pošalji* poruka se otprema urednicima. Osim toga, moguća je komunikacija preko zvaničnog mail-a ili kontakt telefonom, na broj i mail koji su navedeni na Portalu u delu *Kontakt*. Urednici na sve upite, pohvale, ali i primedbe, čak i one koji ne spadaju u domen Portala, odgovaraju u najkraćem mogućem roku, čime se dokazuje da je site aktivan i da se vodi briga o svim posetiocima. Uspostavljanjem harmoničnih odnosa sa klijentima, oni su motivisani za dugoročno korišćenje proizvoda i usluga brižne organizacije.

Najjednostavniji i veoma popularan način komunikacije ne Portalu Kvalitet je *podrška uživo*. Klikom na prozorčić u donjem desnom uglu Portala, aktivira se aplikacija za instant poruke na koji način se uspostavlja kontakt sa urednicima uživo, i na najbrži mogući način se dobijaju željene informacije i odgovori. Ovaj sistem podrške uživo je takođe veoma pogodan za izražavanje mišljenja posetilaca o site-u, za njihove pohvale, predloge i primedbe i veoma je popularan zbog brzine i jednostavnosti korišćenja. Urednici se trude da što više vremena budu dostupni za razgovor sa posetiocima, a posebno u prepodnevnom časovima radnih dana, kada se na Portalu beleži najveća aktivnost.



Slika 1- Podrška uživo na Portalu Kvalitet

Svim posetiocima, omogućeno je ostavljanje komentara ispod svakog objavljenog članka, odnosno izražavanja mišljenja o temama koje članci obrađuju. Takođe, čest je slučaj da posetioci na ovaj način komentarišu rad i sadržaj Portala, što je od velike pomoći urednicima za dalji rad na unapređenju Portala.

Na portalu www.kvalitet.org.rs od nedavno je u funkciji i forum. Ta forma online komunikacije je široko rasprostranjena i veoma dobro prihvaćena svuda u svetu. Pokazalo se da se u diskusijama na forumima uglavnom govori iskreno i otvoreno, možda i zbog anonimnosti, ali je to svakako doprinelo sticanju poverenja u forume kod velikog broja korisnika Interneta. Značaj foruma za web site ogleda se u tome što se na osnovu diskusija na forumu može prilično precizno proceniti koliko posetioci znaju o određenim temama, za kojim tekstovima, proizvodima ili uslugama postoji potreba, koji su tekstovi, seminari, događaji privukli pažnju posetilaca, i na osnovu toga unapređivati Portal, a konsultanti i sertifikaciona tela svoje proizvode i usluge. Zbog toga

forum predstavlja nezamenljiv izvor informacija i mesto razmene ličnih iskustava.

5. BRIGA O SARADNICIMA

CRM je komercijalna strategija koja ima za cilj da teži ka i ustanovi dugotrajne odnose sa saradnicima. Sveobuhvatna, jedinstvena baza podataka adresa osigurava kompletan dosije klijenata i omogućiti kontrolu saradnje.

Na Portalu Kvalitet se nalazi najpotpunija baza konsultantskih organizacija, sertifikacionih tela i ostalih organizacija iz infrastrukture kvaliteta u Srbiji. U imeniku se nalaze osnovni podaci o ovim organizacijama, kao što su naziv, adresa, kontakt telefon, e-mail i web site. Ovo je posebno značajno za organizacije koje nisu prisutne na Internetu u vidu sopstvene Internet prezentacije.

Pre svega, potrebno je stvoriti zdrave odnose sa poslovnim partnerima. Takve veze treba održavati ukoliko su dobre ili ih menjati i poboljšavati ukoliko ne donose očekivane rezultate. Krajnji cilj je da se sve postignuto neprestano proširuje i dodaje novi kvalitet.

Neposredno nakon puštanja Portala u rad, početkom 2010. godine, svi saradnici iz baze podataka koja je formirana paralelno sa Portalom, obavesteni su o postojanju i početku rada www.kvalitet.org.rs. Tom prilikom oni su pozvani da učestvuju u radu site-a kroz dostavljanje informacija iz svog poslovanja koje se tiču kvaliteta, te da na taj način unapređuju sadržaj Portala aktuelnim informacijama, a samim tim i promovišu svoje organizacije, svoju stručnost i rad.

O komunikaciji sa saradnicima vodi se evidencija u bazi, u kojoj se osim kontakt podataka nalaze i osnovni podaci o delatnosti klijenata, užoj specijalnosti, odnosno ekspertskoj oblasti. Na taj način omogućeno je davanje informacija svim posetiocima o tome ko im može pomoći u određenoj oblasti kvaliteta.

Briga o saradnicima se pre svega ogleda u brzom i efikasnom odgovaranju na upite i zahteve, putem e-mail-a, telefonom ili aplikacijom za podršku uživo. Saradnici dostavljaju obaveštenja o svom poslovanju, i što je još interesantnije posetiocima, najave seminara, kurseva, obuka i ostalih događaja koje organizuju, koje se u najkraćem mogućem roku objavljuju na Portalu. Veoma je značajno brzo objavljivanje informacija, zbog rokova, odnosno termina u kojima su pomenuti događaji zakazani. Sve najave se objavljuju sa podacima o organizatorima, odnosno priređivačima događaja, kao i podacima za direktan kontakt sa organizatorima. Portal ima isključivo

informativnu ulogu, te ne posreduje u komunikaciji i zaključivanju dogovora i poslova između posetilaca i saradnika Portala, odnosno organizatora događaja. Statistika je pokazala da je veoma veliki broj zainteresovanih za kurseve, obuke, seminare i događaje u oblasti kvaliteta, za njih saznalo upravo na Portalu Kvalitet.

Svskog četvrtka, saradnici primaju Nedeljni pregled novosti objavljenih na Portalu.

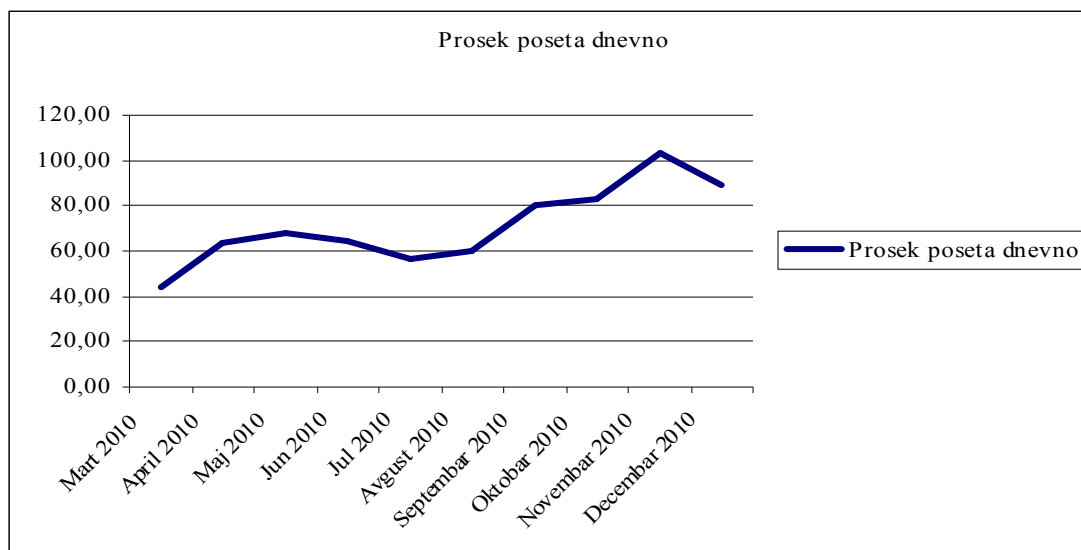
6. ZNAČAJ STATISTIČKIH PODATAKA U UPRAVLJANJU ODNOSIMA SA KLIJENTIMA

Ukoliko se odluke donose na osnovu subjektivnog osećaja, iskustva, glasina, informacija iz druge ruke ili "proverenih izvora", velike su šanse da će poslovni uspeh izostati ili da neće biti postignut u najvećoj mogućoj meri. CRM pokušava da objedini informacije o kupcima iz svih relevantnih izvora, i da tako omogući kompletnu sliku - i pojedinačnog kupca i određenog segmenta. Ovo omogućava korisničkoj podršci, prodaji i marketinškom osoblju u kompaniji da donosi brze i kvalitetne odluke na osnovu nejsvežijih podataka.

Upravljanje odnosima sa klijentima se realizuje i na osnovu podataka dobijenih iz besplatne, ali veoma kvalitetne aplikacije za praćenje statistike na web site-u, *Google Analytics*. Statistika o posetama Portalu Kvalitet vodi se od sredine februara 2010. godine. Kako statistika za februar mesec 2010. godine nije potpuna, prvi mesec koji ćemo uključiti u analizu biće mart 2010. godine, zaključno sa decembrom 2010. godine

Mesec	Broj posetilaca mesečno	Prosek poseta dnevno
Mart 2010	1.377	44,42
April 2010	1.900	63,33
Maj 2010	2.097	67,65
Jun 2010	1.924	64,13
Jul 2010	1.738	56,06
Avgust 2010	1.873	60,42
Septembar 2010	2.412	80,40
Oktobar 2010	2.569	82,87
Novembar 2010	3.092	103,07
Decembar 2010	2.769	89,32

Tabela 1 – Broj posetilaca Portala mesečno i u proseku dnevno po mesecima



Slika 2 – Prosečan broj posetilaca dnevno po mesecima

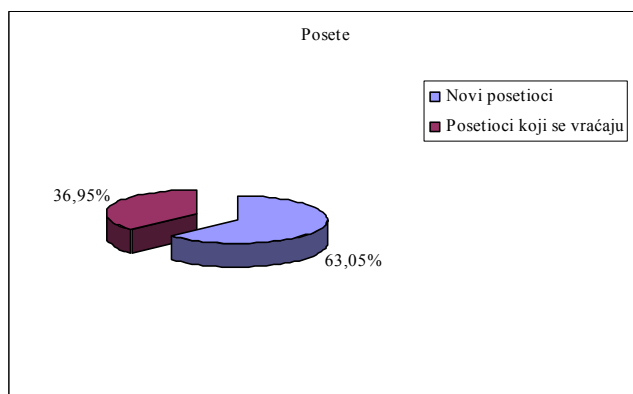
Kao što se može videti u tabeli broj 1, broj poseta mesečno varira, ali postoji trend rasta. Prosečan broj poseta dnevno kreće se u rasponu od 44 do 103.

Tip posetilaca	Učešće u posetama	Broj pregledanih stranica prosečno	Prosečno provedeno vreme na site-u
Novi posetioci	63,05%	3,02	2 minuta 26 sekundi
Posetioci koji se vraćaju	36,95%	4,22	4 minuta 6 sekundi
Napomena		* 39,73% više stranica pregledaju posetioci koji se vraćaju	* 68,72% više vremena provedu na site-u posetioci koji se vraćaju

Tabela 2 – Tip posetilaca Portala Kvalitet

Kako je Portal Kvalitet relativno nov informativni web site, još uvek je veliki procenat novih posetilaca site-u i on iznosi 63,05%, dok je procenat posetilaca koji se na site vraćaju 36,95%. Veliki broj ovih poseta može se objasniti i veoma uskom oblašću koju obrađuje Portal Kvalitet, te određeni broj posetilaca na Portal Kvalitet dođe samo jednom, kada shvati da sadržaj Portala nije u njihovom domenu interesovanja.

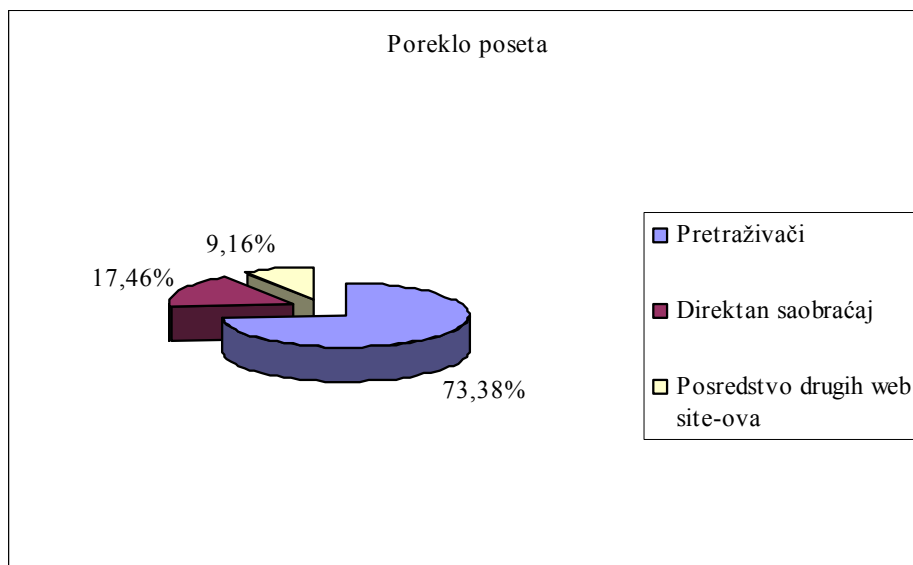
Ipak, učešće posetilaca koji se na site vraćaju u ukupnom broju posetilaca nije mali. Značajno je da posetioci koji se na Portal vraćaju više puta provedu više vremena na Portalu, 4 min i 06 sekundi, što je 68,72% više u odnosu na 2 minuta i 26 sekundi koliko na Portalu provedu novi posetioci. Takođe, posetioci koji se vraćaju na Portal pregledaju više strana web site-a u odnosu na nove za 39,73% - 4,22 strane u odnosu na 3,02 strane koje pregledaju novi posetioci. Ponašanje posetilaca koji Portal posećuju više nego jedanput govori o tome da su posetioci zadovoljni sadržajem Portala, kao i odnosom urednika prema njima.



Slika 3 – Grafički prikaz tipova posetilaca Portala Kvalitet

Poreklo posete	Pretraživači	Direktan saobraćaj	Posredstvo drugih web site-ova
Učešće u %	73,38	17,46	9,16

Tabela 3 – Poreklo poseta Portalu Kvalitet



Slika 4 – Poreklo poseta Portalu Kvalitet

Iako svest o postojanju Portala Kvalitet među javnošću zainteresovanom za kvalitet raste, još uvek najveći broj posetilaca na Portal dolazi posredstvom Internet pretraživača (73,38%), 17,46% posetilaca na site dolazi unosom tačne web adrese Portala, direktno, dok 9,16% posetilaca Portal pronalazi posredstvom drugih site-ova, na kojima se nalazi link ka Portalu Kvalitet (web site-ovi sa kojima su razmenjeni reklamni baneri, odnosno oni na kojima je navedena web adresa Portala u vidu članka o Portalu ili citata sa istog).

Osim gore navedenih statističkih podataka, Google Analytics pruža podatke i to tome koji su to sadržaji koje posetioci najčešće, a koje najređe pregledaju, na kom delu Portala se najduže, odnosno najkraće zadržavaju, na kojoj stranici je započeta, a na kojoj završena poseta Portalu. Na osnovu njih biraju se sadržaji koji će se unapređivati, odnosno eliminišu se ili zanemaruju oni koji nisu popularni.

7. ZAKLJUČAK

U svim sektorima organizacije klijent jeste i uvek će biti njen najvažniji partner. Dugoročan uspeh organizacije moguć je samo ako su klijenti zadovoljni. Zadovoljstvo

klijenata može proisteći samo iz usklađenog stremljenja ka razvoju i održavanju dobrih odnosa sa klijentima.

Kvalitet proizvoda više nije dovoljan. Više se ne radi samo o tome da li su klijenti zadovoljni Vašim proizvodima ili uslugama. Usled konsolidacije tržišta i povećane upotrebe Interneta u svrhu poređenja cena i proizvoda, postaje sve važnije fokusirati se na odnose sa klijentima tokom celog procesa. Mnogo je teže i skuplje steći novog klijenta nego zadržati već postojećeg.

Uz pomoć koncepta upravljanje odnosima sa klijentima sadržaj Portala se prilagođava potrebama, zahtevima i željama posetilaca i njegova posećenost svakodnevno raste.

LITERATURA

- [1] <http://www.ebizmags.com/crm-upravljanje-odnosima-s-klijentima/>,
- [2] <http://www.oracle.com/you/solutions/midsize/business-solutions/crm/index.html>,
- [3] http://www.biznis-akademija.com/B.akademija-Upravljanje-odnosima-sa-kupcima---CRM_765,
- [4] http://www.nps.si/hr/index.php?option=com_content&task=view&id=149&Itemid=166,
- [5] <http://www.src.si/sr/resenja/crm/karakteristike.asp>