

CRM turg Eestis

Konverents CRM2016EST

Indrek **Saul**
Müügikasvu *coach*



TARTU ÜLIKOOL
MAJANDUSTEADUSKOND



pwc

INDREK SAUL



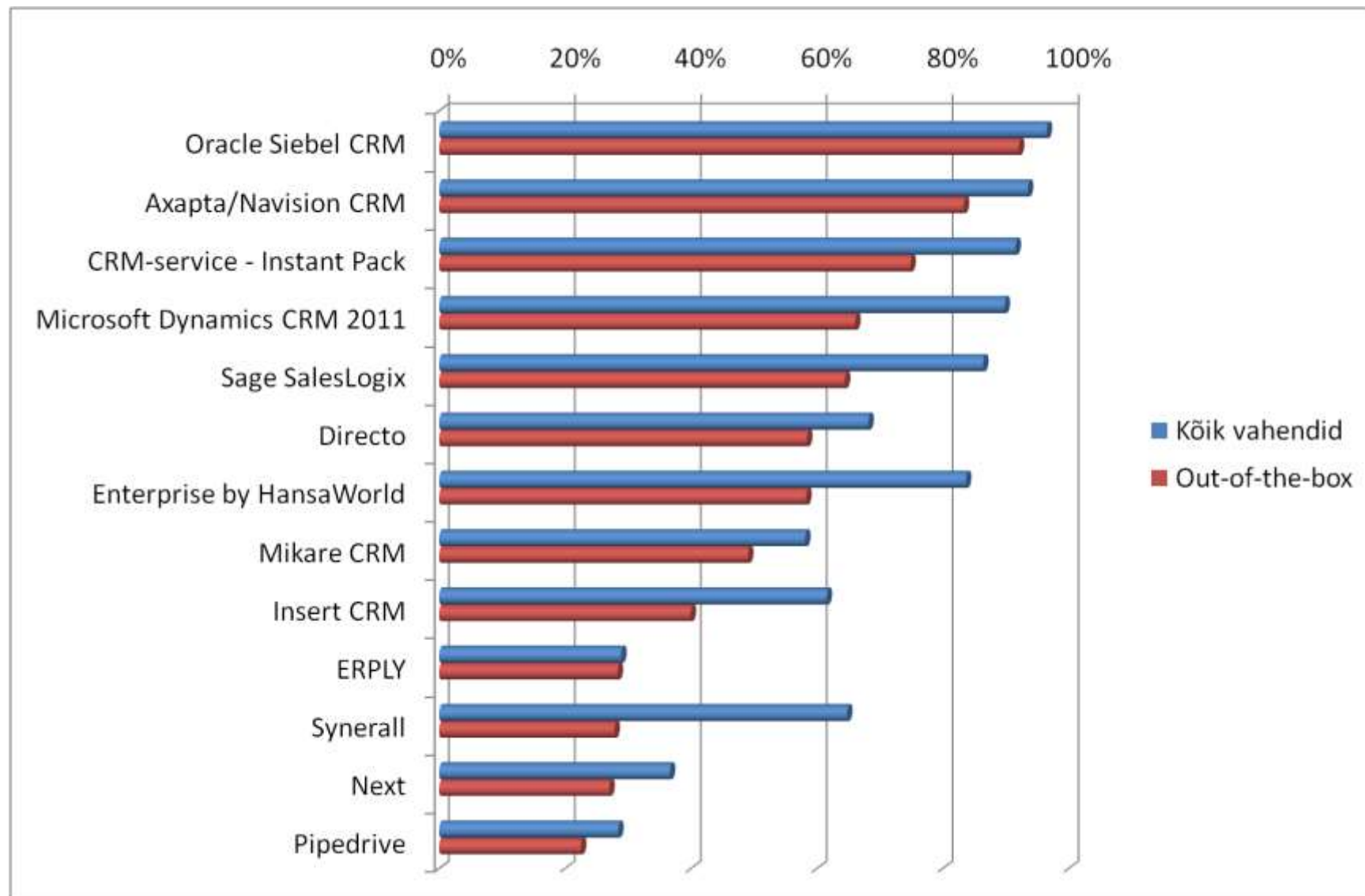
TALLINNA
TEHNIKAÜLIKOOL

KPMG

Uuringu taustast

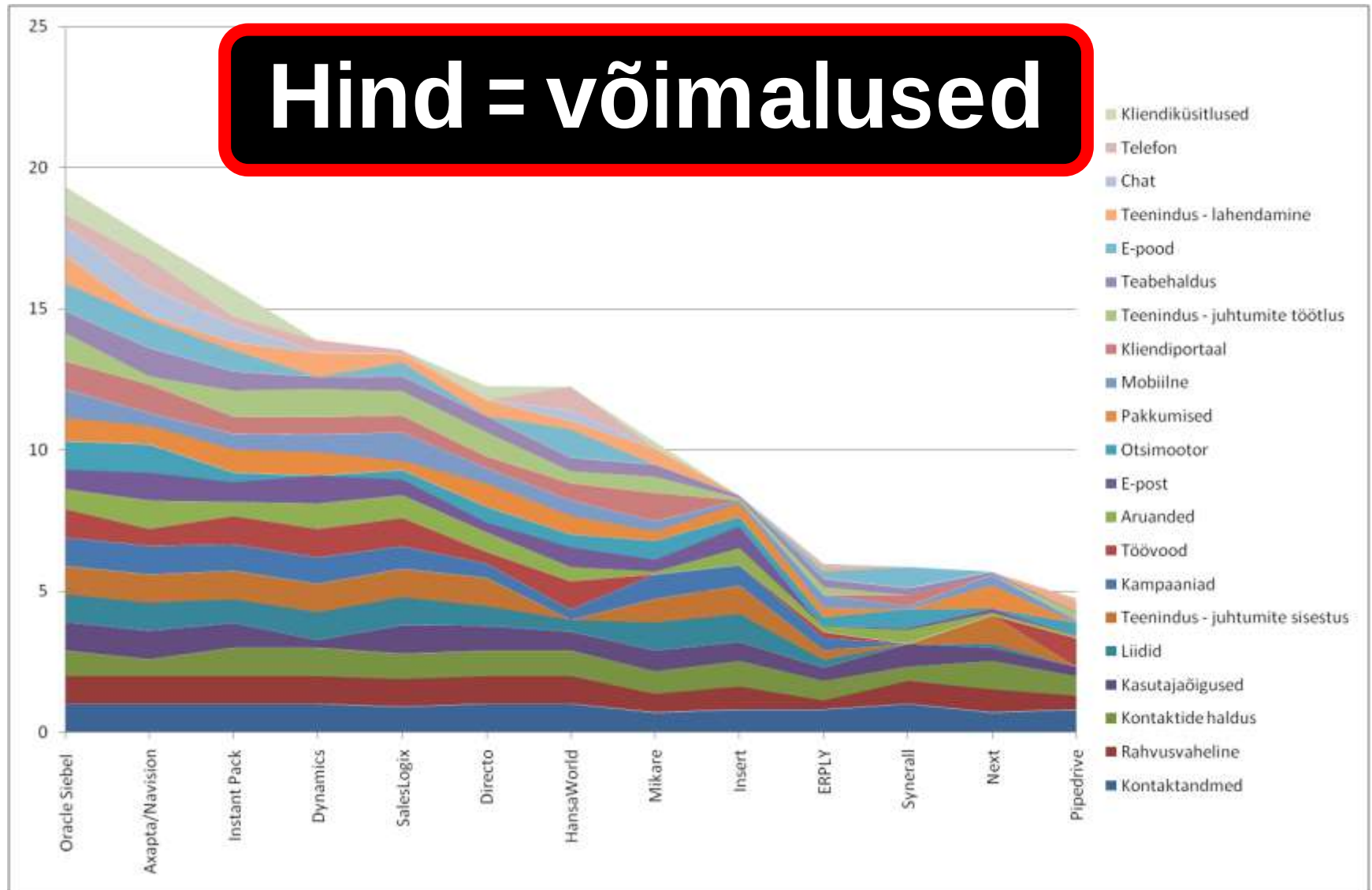
- CRM tarkvara ülevaadete aeg Eestis on läbi saamas
 - Mis tarkvara mida teeb?
 - Huvi on väike
 - Hankimine kallid

CRM 2011 „Kui palju CRM-i?”



Out-of-box võimalused

Hind = võimalused



Related RFP Templates

CC&B for the Telecommunications Industry RFI/RFP Template



CC&B Core Requirements, Packages, Discounts, and Promotions, Mediation, Retail Rati...

[Read More](#)

CRM for Financial and Insurance Markets RFI/RFP Template



Insurance and Investment, Marketing Automation, Sales Force Automation (SFA), CRM Analy...

[Read More](#)

Customer Care & Billing RFI/RFP Template



General Requirements, Mediation, Provisioning, Sales and Marketing, Customer Billing, C...

[Read More](#)

Related Software Evaluation Reports

CRM for Financial and Insurance Markets Software Evaluation Report



This CRM Software Evaluation Report supports specialized criteria for groups engaged in...

[Read More](#)

Customer Relationship Management (CRM) Software Evaluation Report



This comprehensive, customer relationship management (CRM) Software Evaluation Report C...

[Read More](#)

Field Service Management (FSM) Software Evaluation Report



Field service management (FSM) software is a set of functionalities for organizations o...

[Read More](#)

1363 kriteeriumi, \$360



COMPARISON REPORT		
1. REPORTING AND ANALYSIS		
1.1. REPORTING		
1.1.1. ACCOUNTABILITY		
1.1.1.1. Real time reports access operational data stores		Supported
1.1.1.2. Generate reports automatically		Supported
1.1.1.3. Web query		Supported
1.1.1.4. Ad hoc queries		Supported
1.1.1.5. Column-based indexing for faster data retrieving		Supported
1.1.1.6. Non-gaps of connected regional databases		Supported
1.1.1.7. Interactive data exploration with analytics		Supported
1.1.1.8. Seamless interface to advanced analytics		Supported
1.1.1.9. Multiple data sources and profiling		Supported
1.1.1.10. OLAP drivers		Supported
1.1.1.11. Multiple table queries		Supported
Multiple table queries provide the ability to report into more than one table with a single SQL statement		
1.1.1.12. Table functions		Supported
Table functions eliminate the need to write long, non-optimal queries using complex SQL logic		
1.1.1.13. Accesses external HDFS files		Supported
1.1.1.14. Accesses cloud storage APIs		Supported
1.1.1.15. Schedule information alerts based on specified		Supported
1.1.1.16. 24/7 server availability		Supported
1.1.1.17. Real time access to operational data		Supported

[Download free sample](#)

Comparison Reports

Customer Relationship Management (CRM) Software Evaluation Report

1363 Criteria + Vendor Responses

This comprehensive, customer relationship management (CRM) Software Evaluation Report covers the full range of CRM functionality. Modeled especially to help clients requiring modern B2B or B2C solutions, it covers marketing automation, sales force automation, customer service and support, partner management, contract management and creation, project and team management, Internet sales, e-mail response management, analytics, and important technical criteria.

„Ütle mulle üks ilus poisslapse nimi!”

Põhiküsimused

- Mida on saada
- Funktsionaalsus
- Mis maksab
- Kasutusmugavus
- Kohandatavus
- Liidestamine
- Kaua juurutatakse
- Tugi

Mida ei küsita

- Ärilised võimalused
- Soovitused
- Riskid

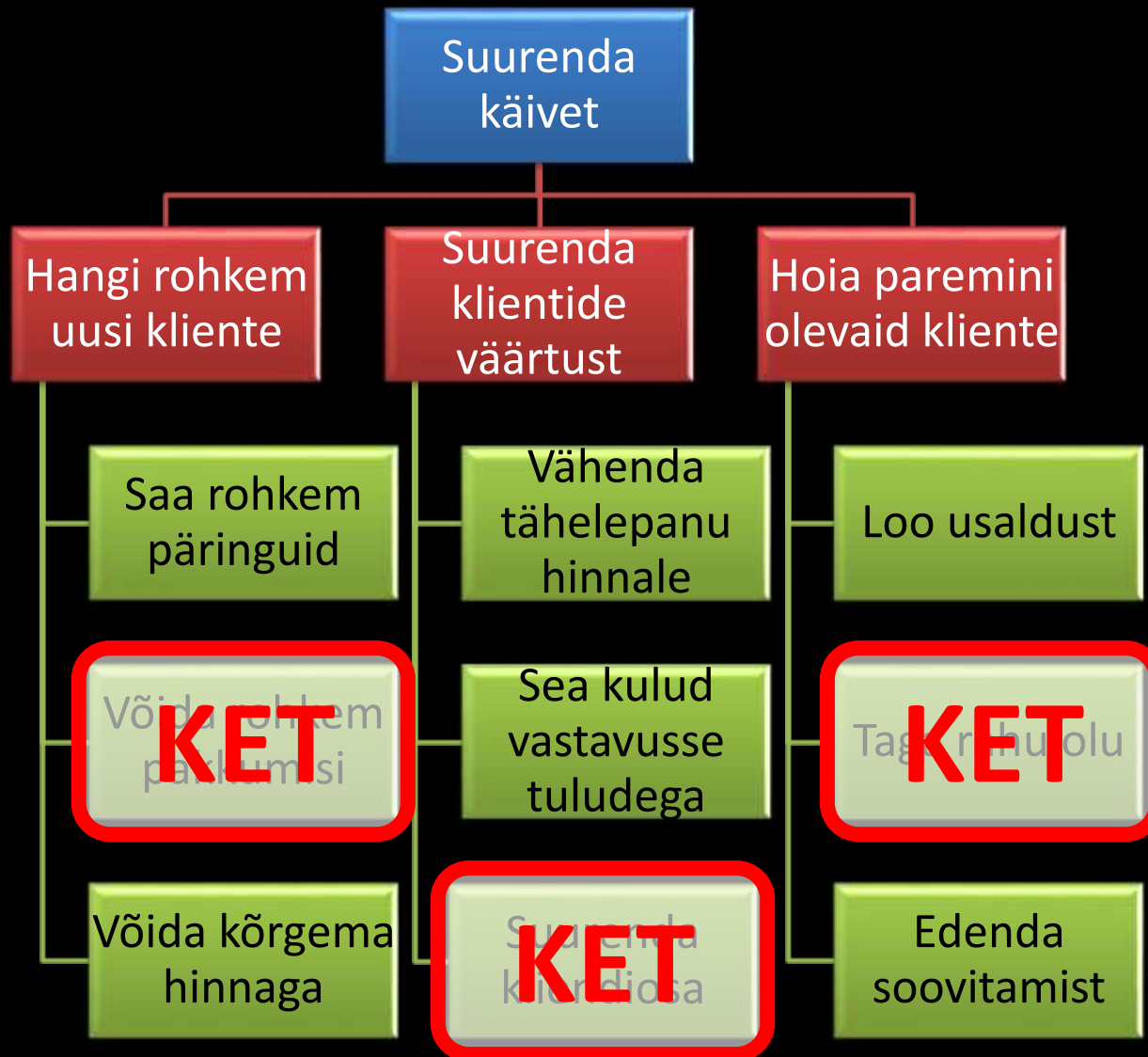
Funktsionaalsus

Mida on vaja tegelikult teada?

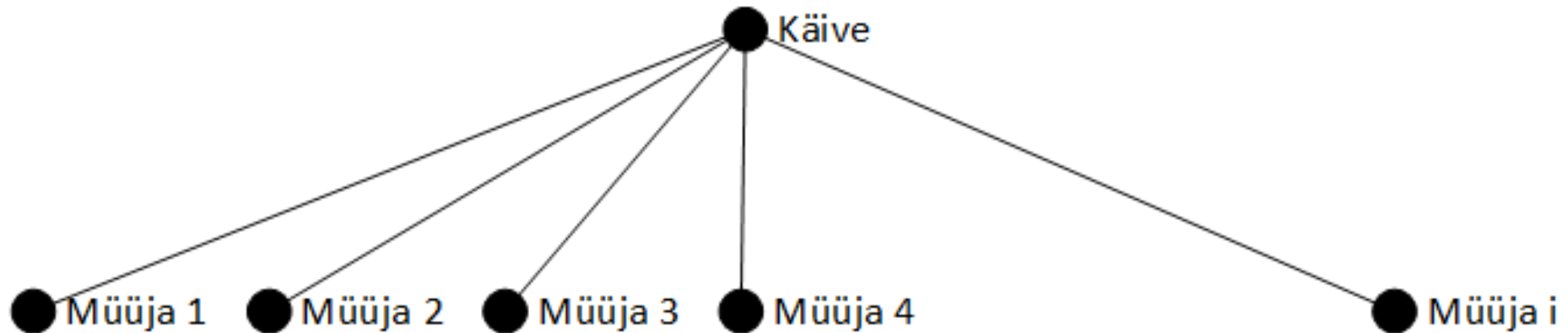
Three Rules for Making a Company Truly Great

1. Better before cheaper
2. Revenue before cost
3. There are no other rules

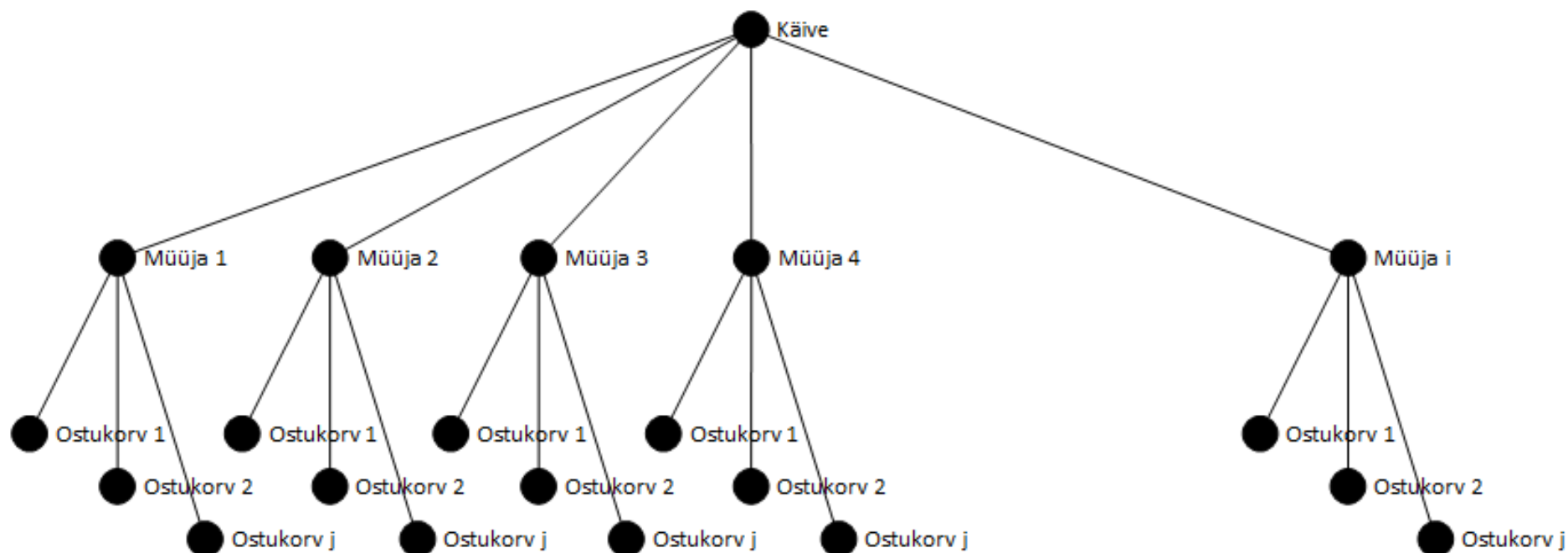
Kasvustrateegia (RAVE)



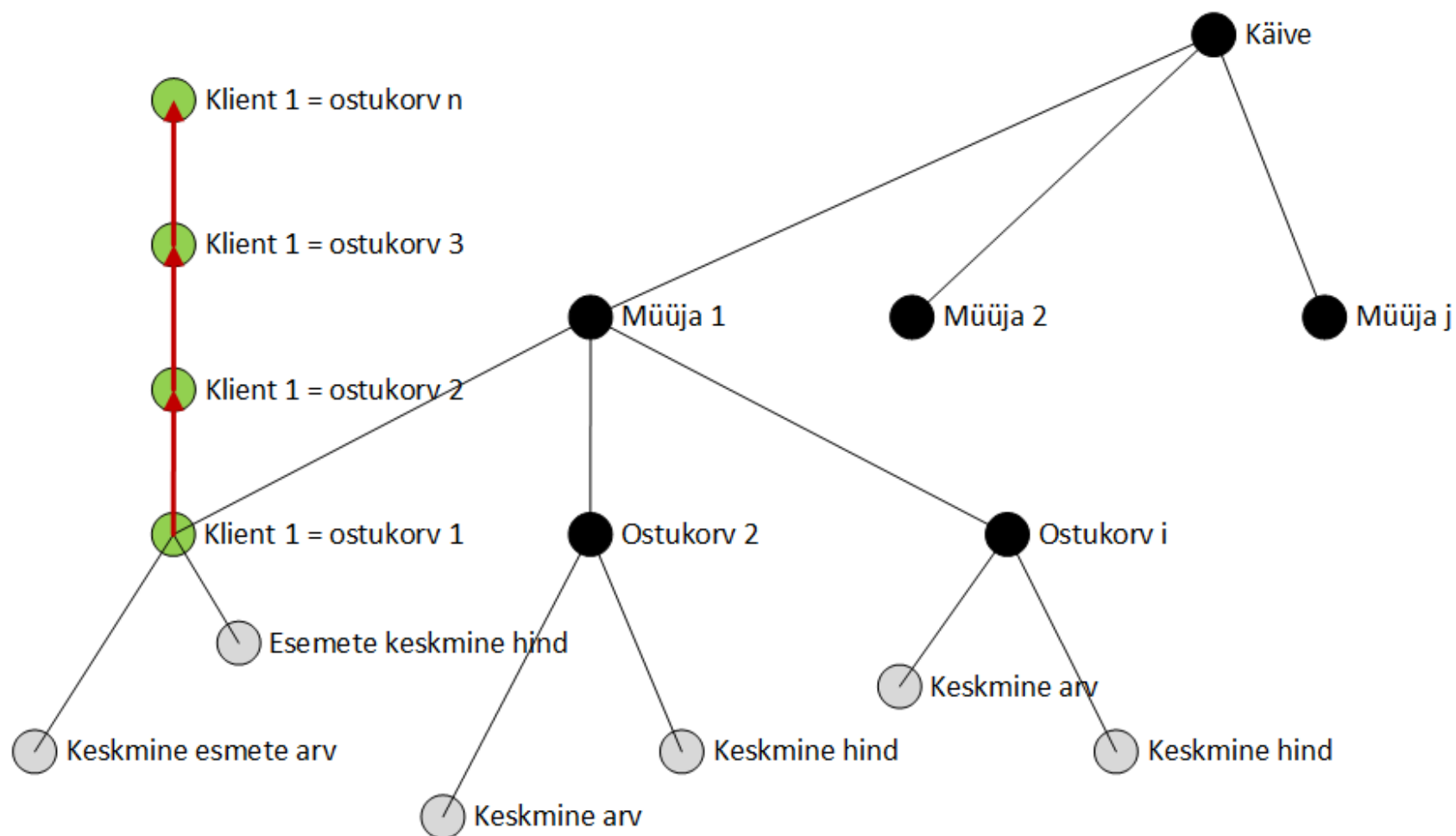
Kuidas ettevõtte käive tekib?



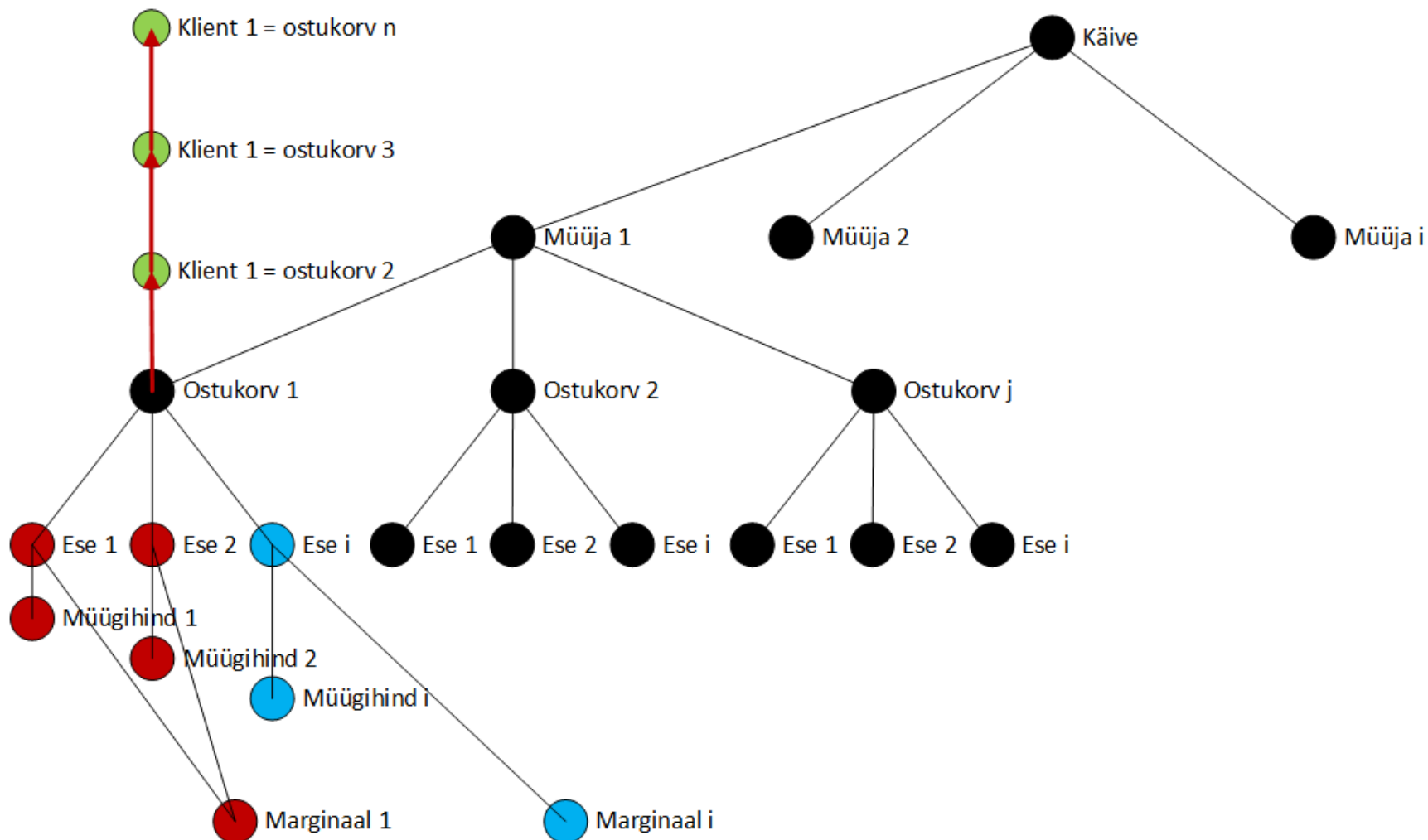
Kuidas müüja käive tekib?



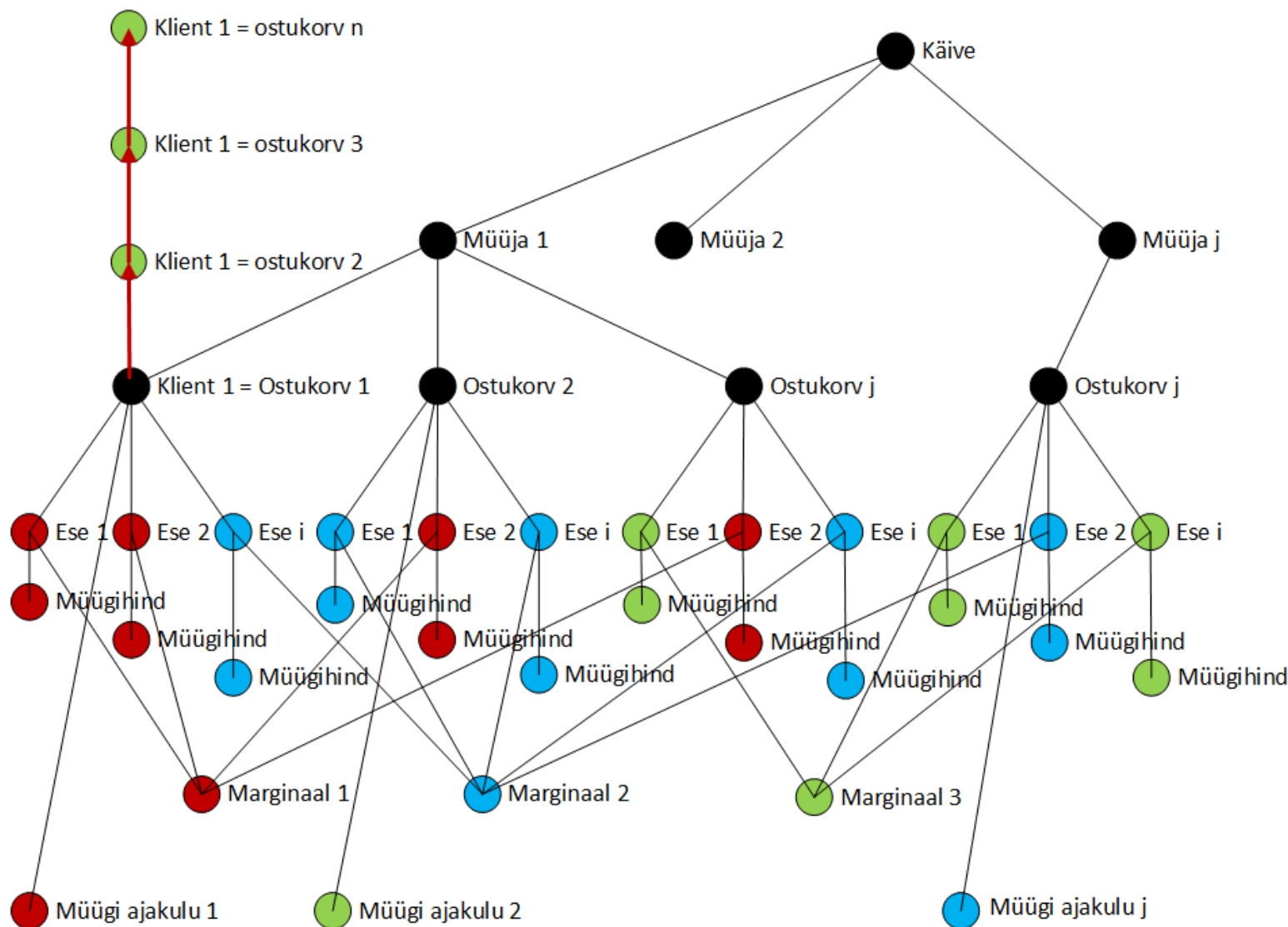
Kuidas lojaalsus käivet mõjutab?



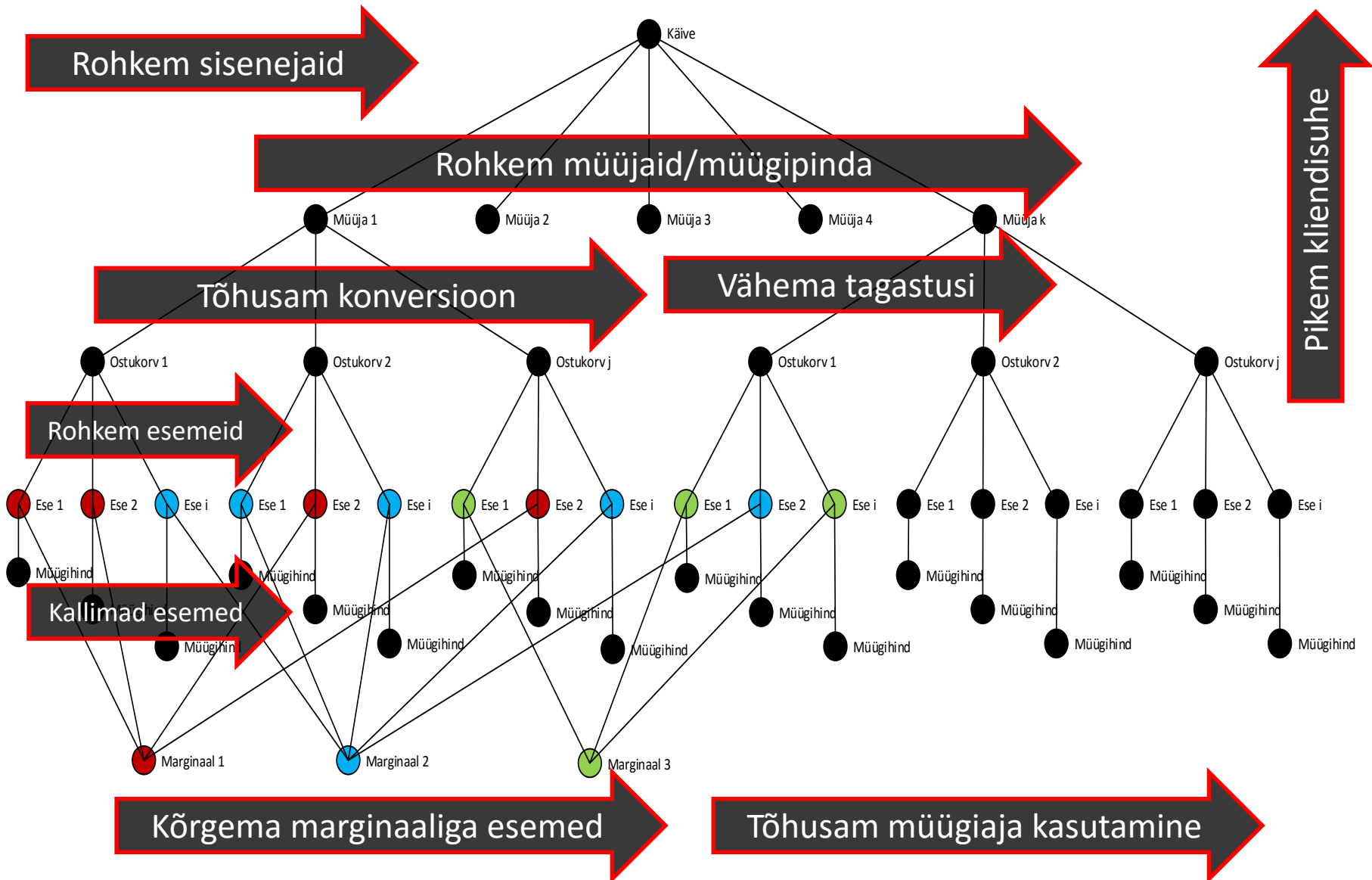
Kuidas müügi brutokasum tekib?



Kuidas müügiosakonna kasum tekib?



Käibekasvu peakäituriid



Mida küsisime

- CRM tarkvaras on
 - Ca 200 funktsionaalset valdkonda
 - Ca 1400-1800 funktsiooni
- **Kuidas need aitavad saavutada ärieesmärke?**
- Funktsioonidel on kaks peamist eesmärki
 - Suurendada **müügikäivet**
 - Uute klientide hankimine
 - Müük püsiklientidele
 - Klientide hoidmine
 - Suurendada müügi **efektiivsust**
 - Suurendada võitude määra
 - Vähendada müügiks kuluvat tööaega

Mis toimub Eesti turul

Valimist

- Äripäeva turunduse andmebaas
- Sihtrühm - müük, turundus, finants, IT, arendus, ettevõtte juht
- Vastama kutsutud 17 000
- Kvalifitseeritud vastuseid 3,6% 619
- Kokku mainitud kaubamärke 47
- Kokku CRM kasutajaid ≈3000

Saage tuttavaks

Eesti enimkasutatud CRM

No CRM



61 %

Auhinnaline teine koht

12 %



Excel

Kolmas?

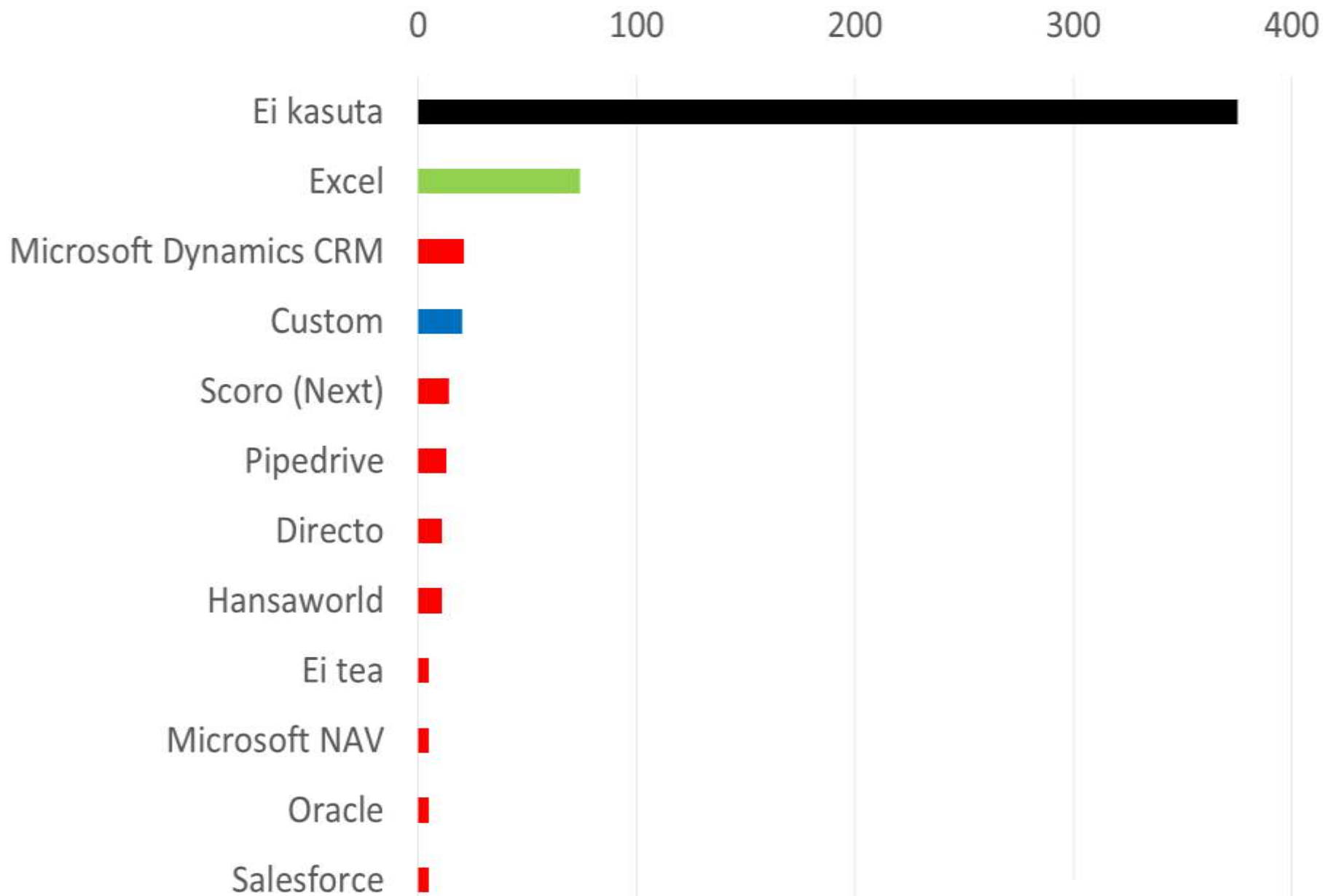
5 %



Neljas

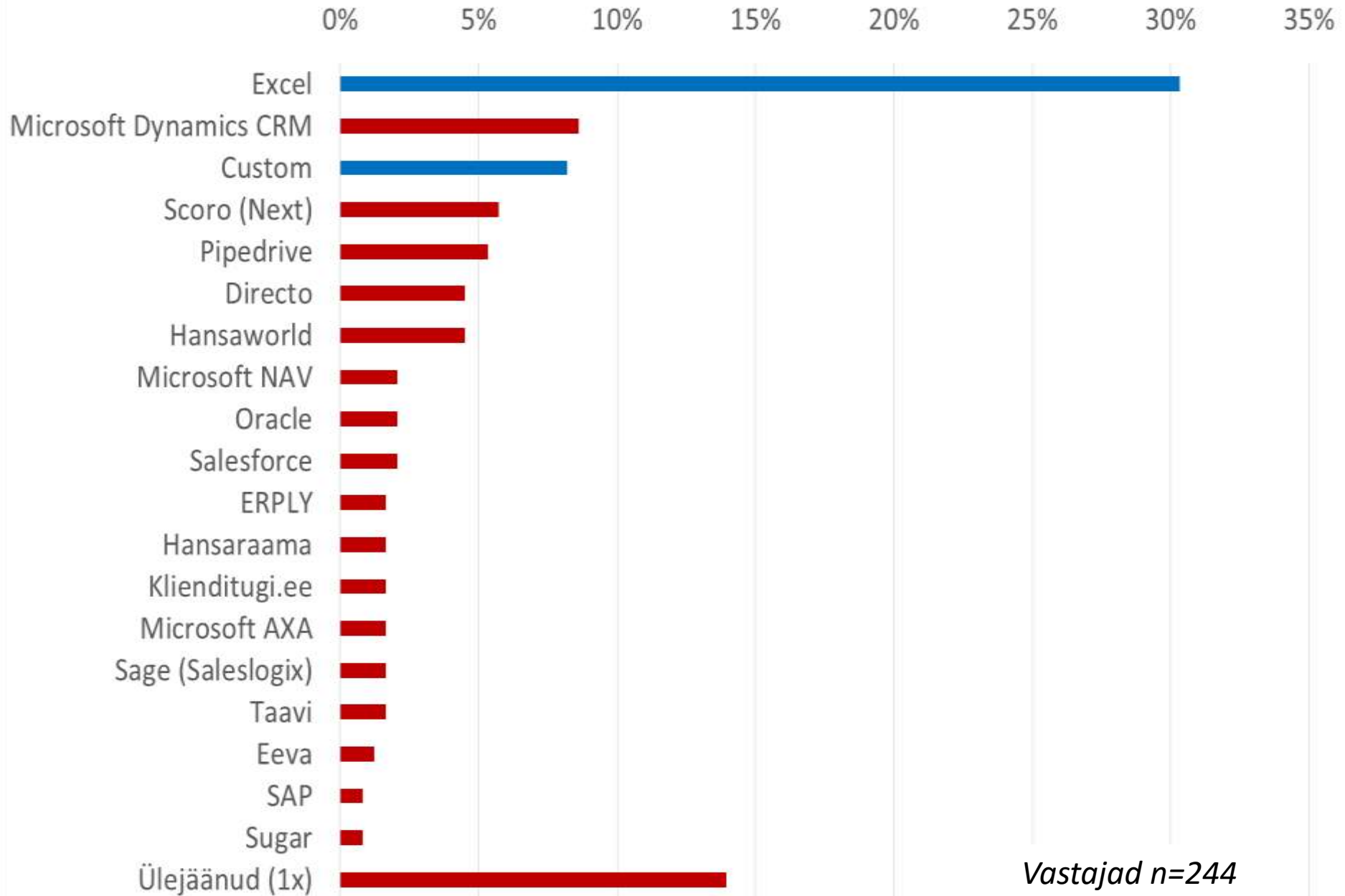
3 %

CUSTOM
CRM
SOFTWARE



Vastajad n=619

CRM tarkvara ligikaudsed turuosad



Tootjate edetabel*

Üle 5 vastaja

- Microsoft CRM
- Scoro (Next)
- Pipedrive
- Directo
- Hansaworld
- Microsoft NAV
- Oracle
- Salesforce

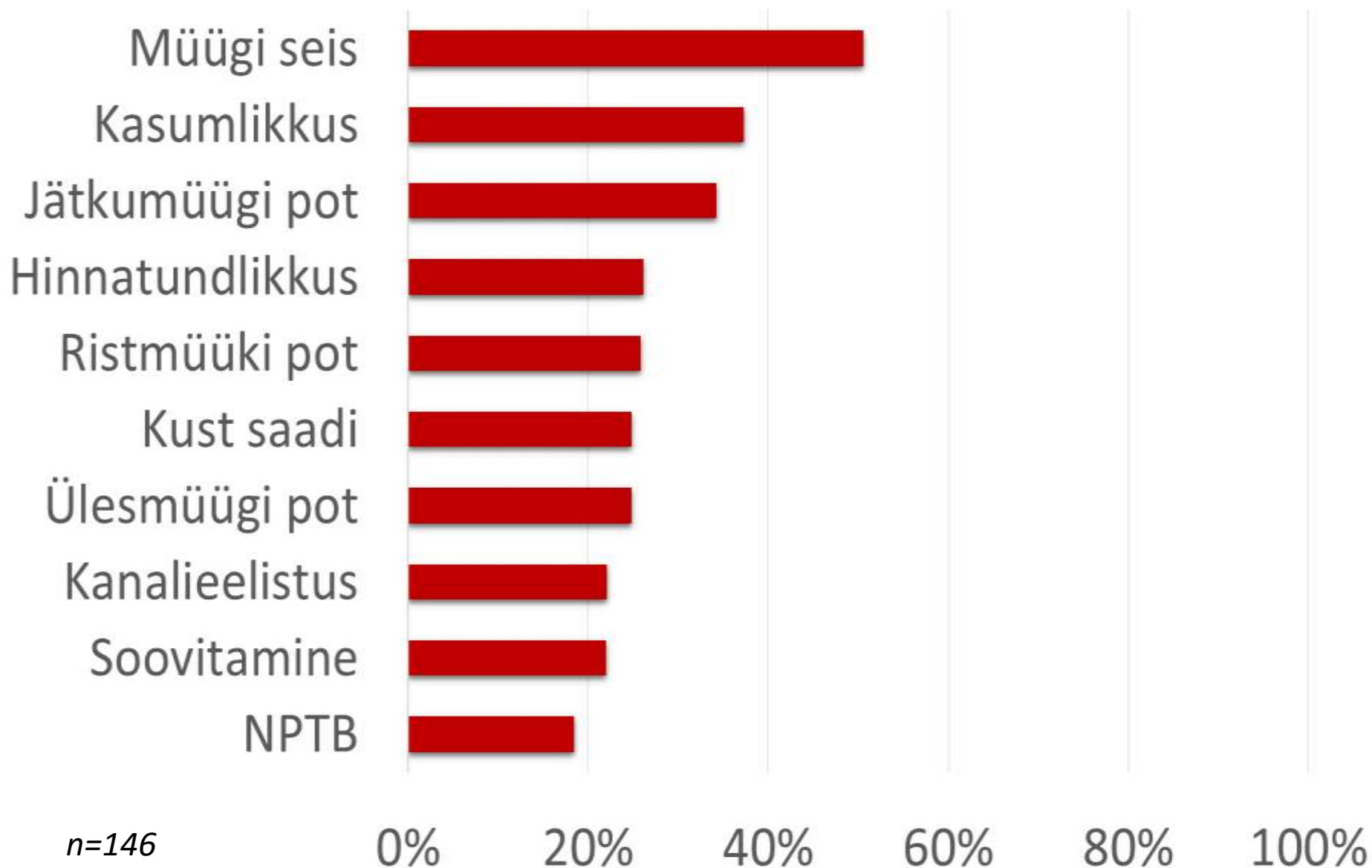
2-5 vastajat

- ERPLY
- Hansaraama
- Klienditugi.ee
- Microsoft AXA
- Sage (Saleslogix)
- Taavi
- Eeva
- SAP
- Sugar

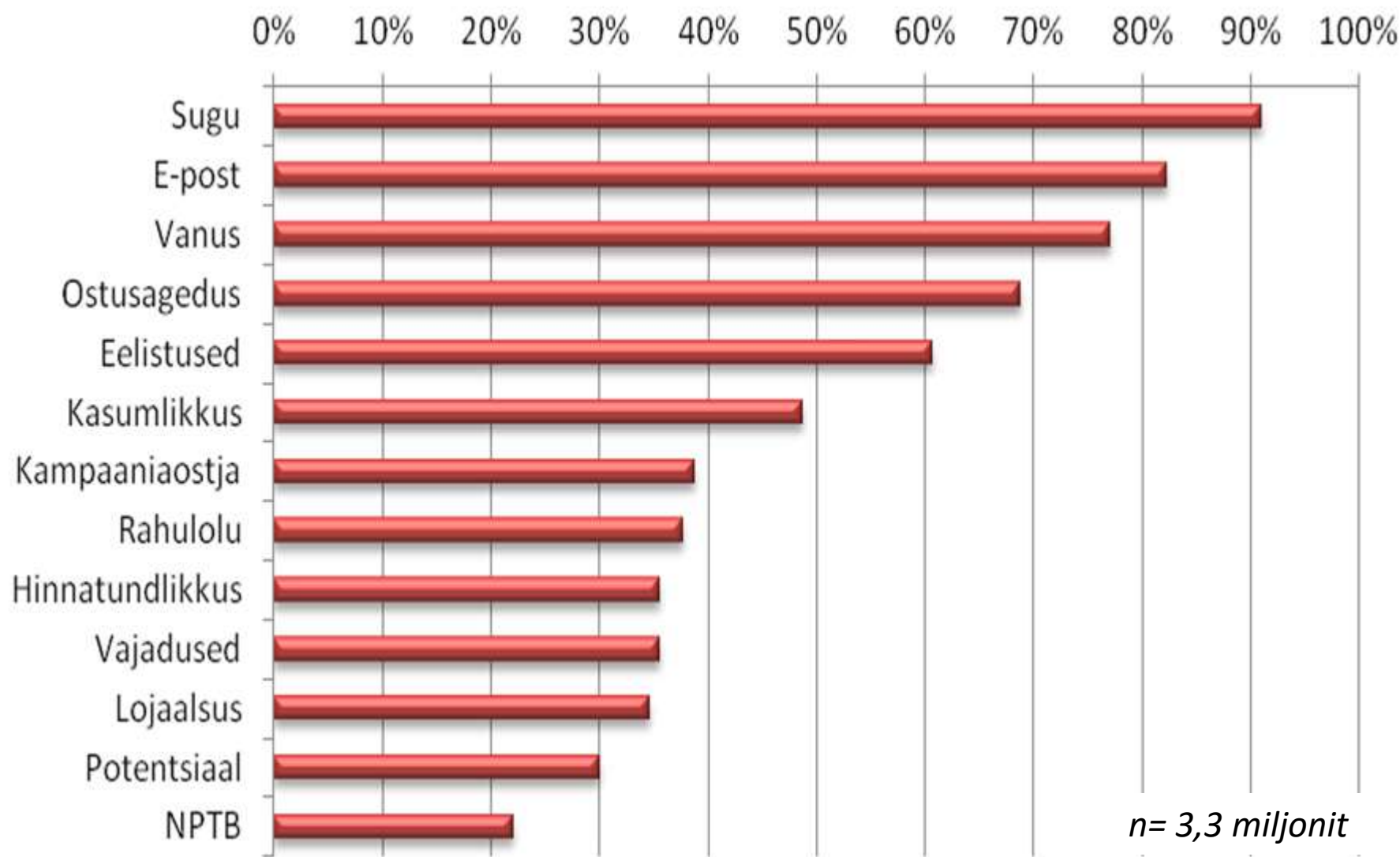
Ülejäänud tarkvarad (29) olid mainitud ühe vastaja poolt

Mis infot omatakse

Mil määral omatakse kliendi kohta järgmist infot



Mida teatakse kliendikaardi omanikust



Järeldused

- Ettevõtte müügikäibe kasvuks eluliselt olulist info **ei omata**
 - Üles-, rist- ja jätkumüügi sihtimine kesine
- Hinnatundlikkuse info enamasti **puudub**
 - Tarbetud allahindlused ja kesine marginaal

Kui hästi ärieesmärke toetab

Abi CRM-ist

Vähendada müügitööle kuluvat tööaega

Suurendada püsiklientide käivet

Suurenda

Vähendada klientide lahkumist

Hankida rohkem uusi kliente

NPS = 1 %

n=109

0%

20%

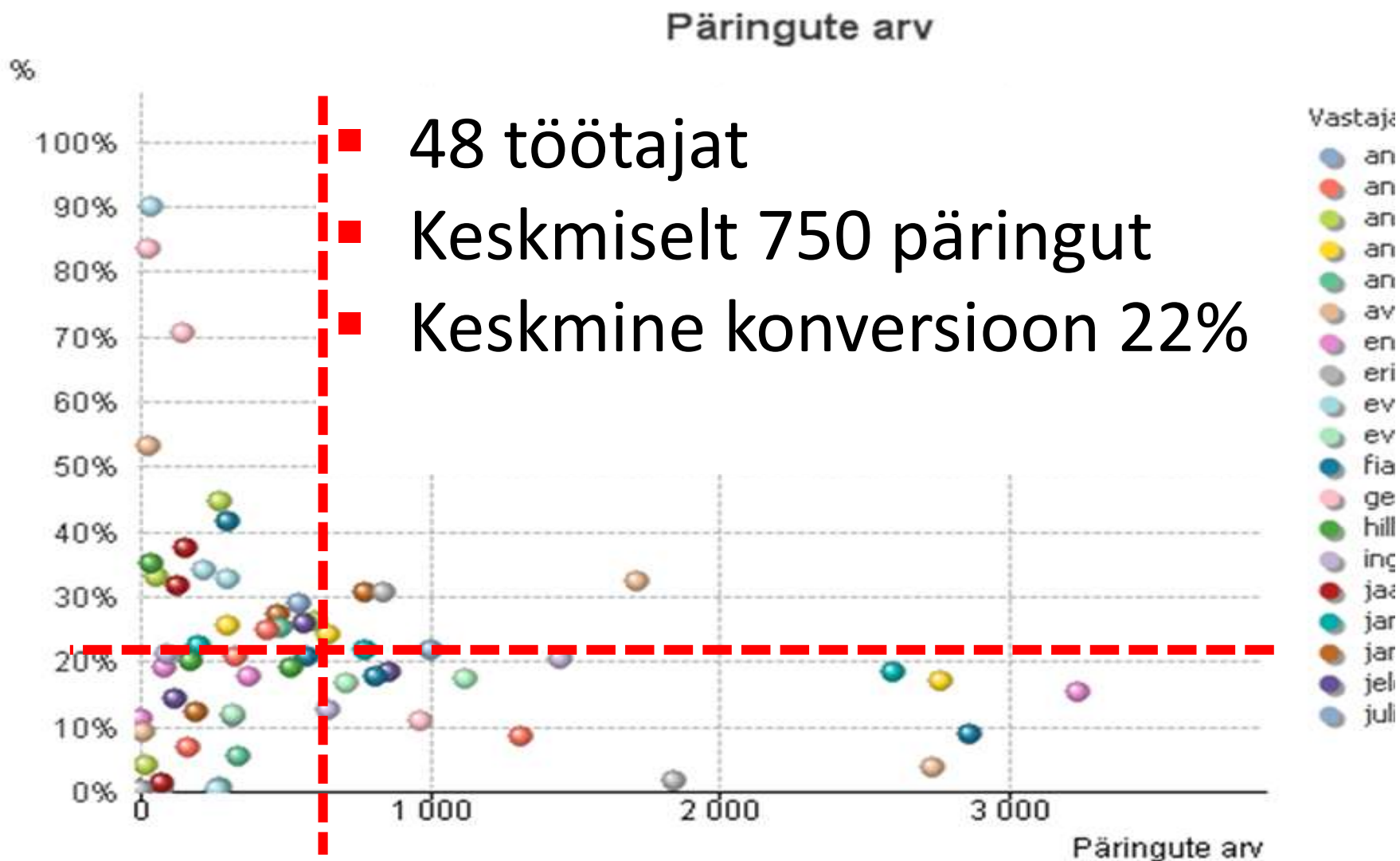
40%

60%

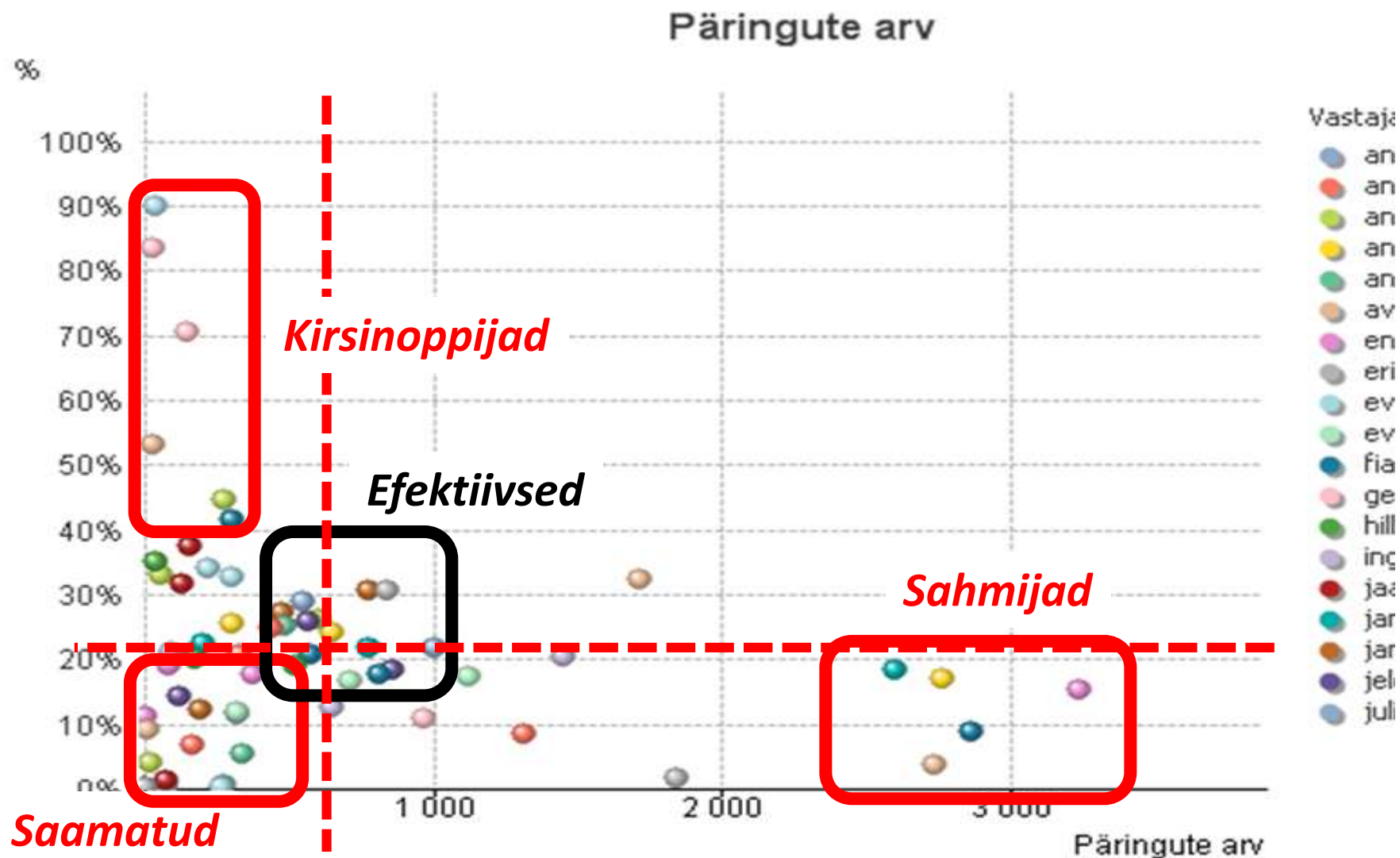
80%

100%

Rohkem kõnesid – milliseid?

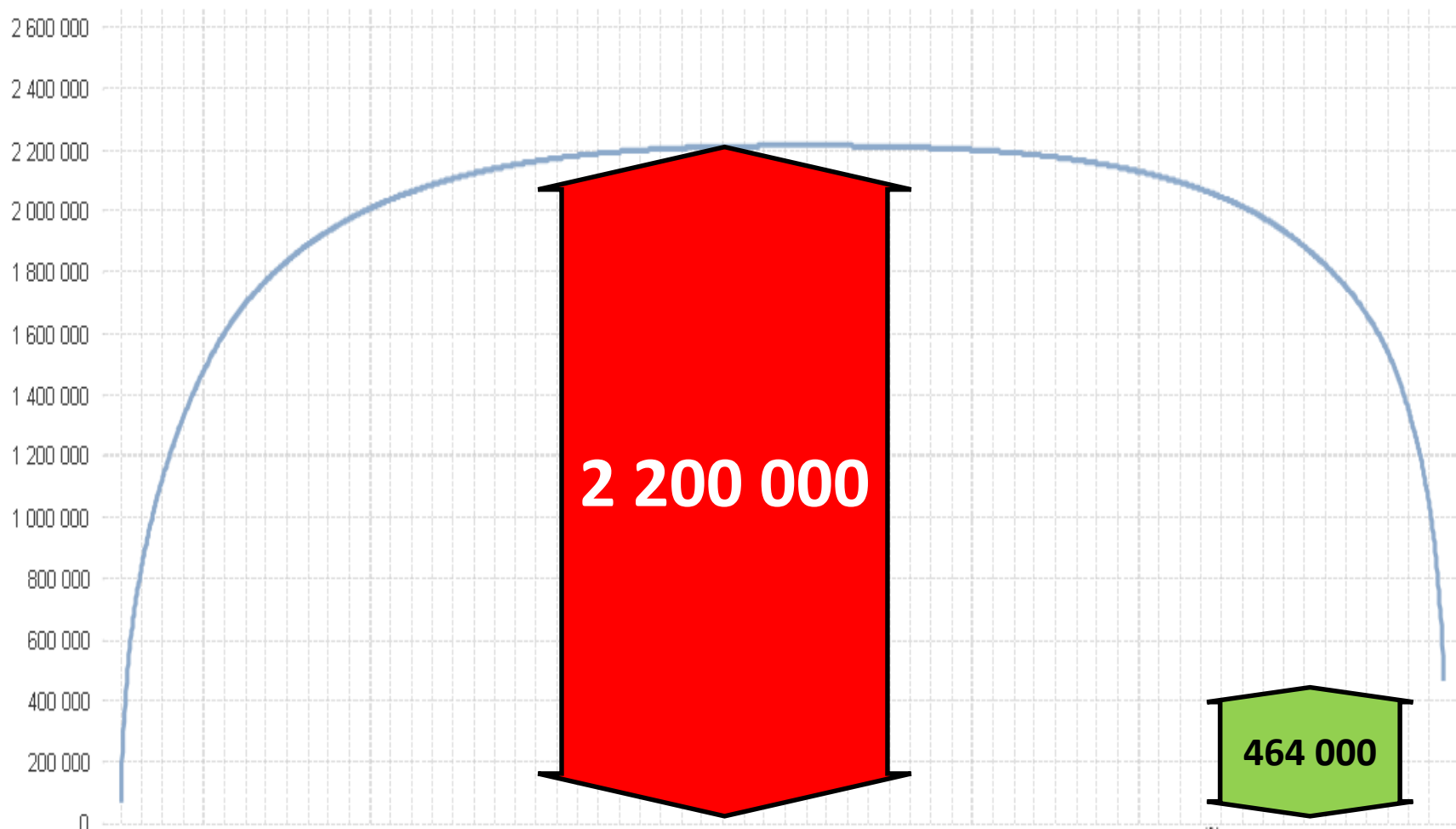


Rohkem kõnesid – milliseid?

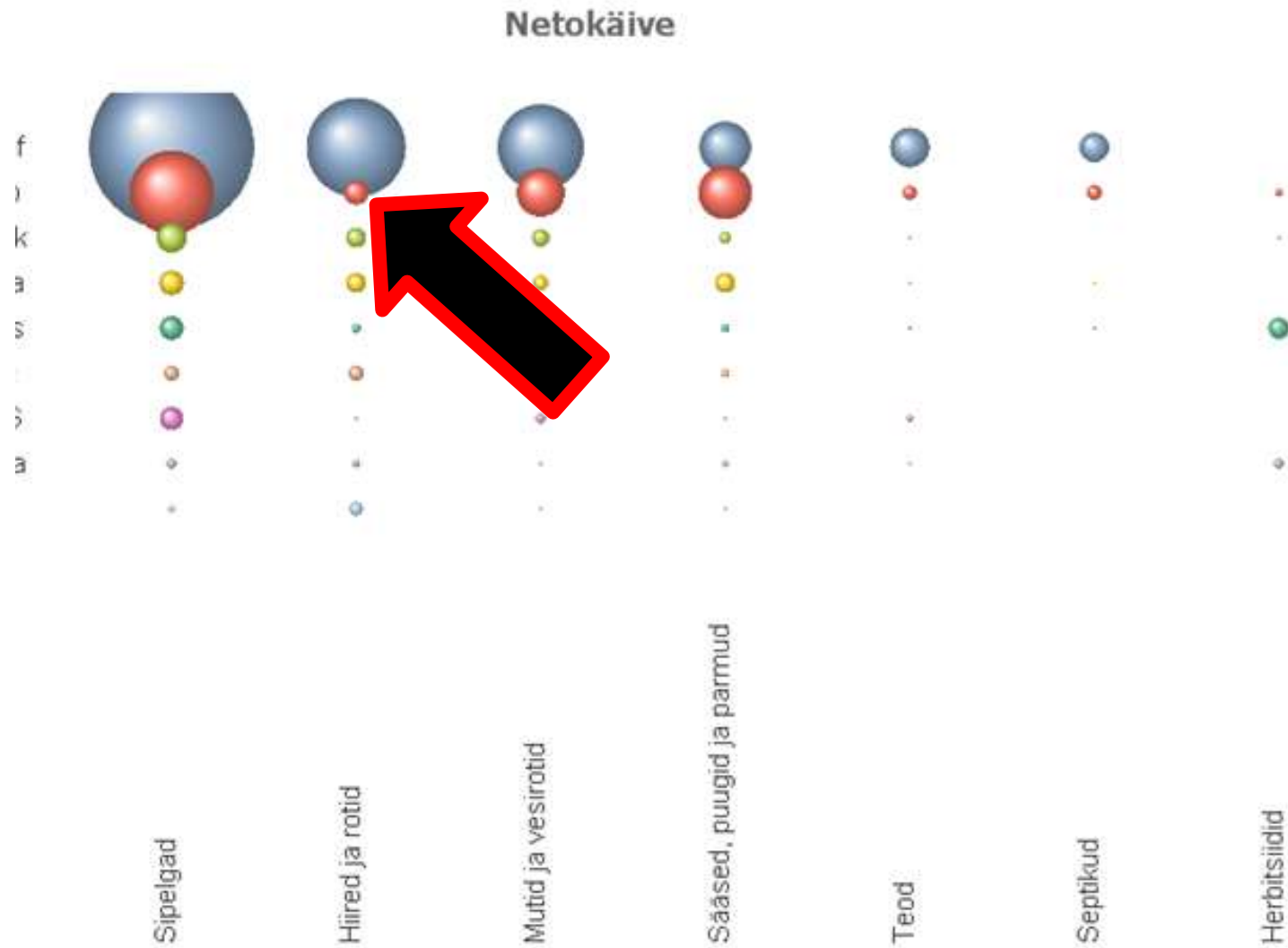


Keskmine või detailne kasvuvaade

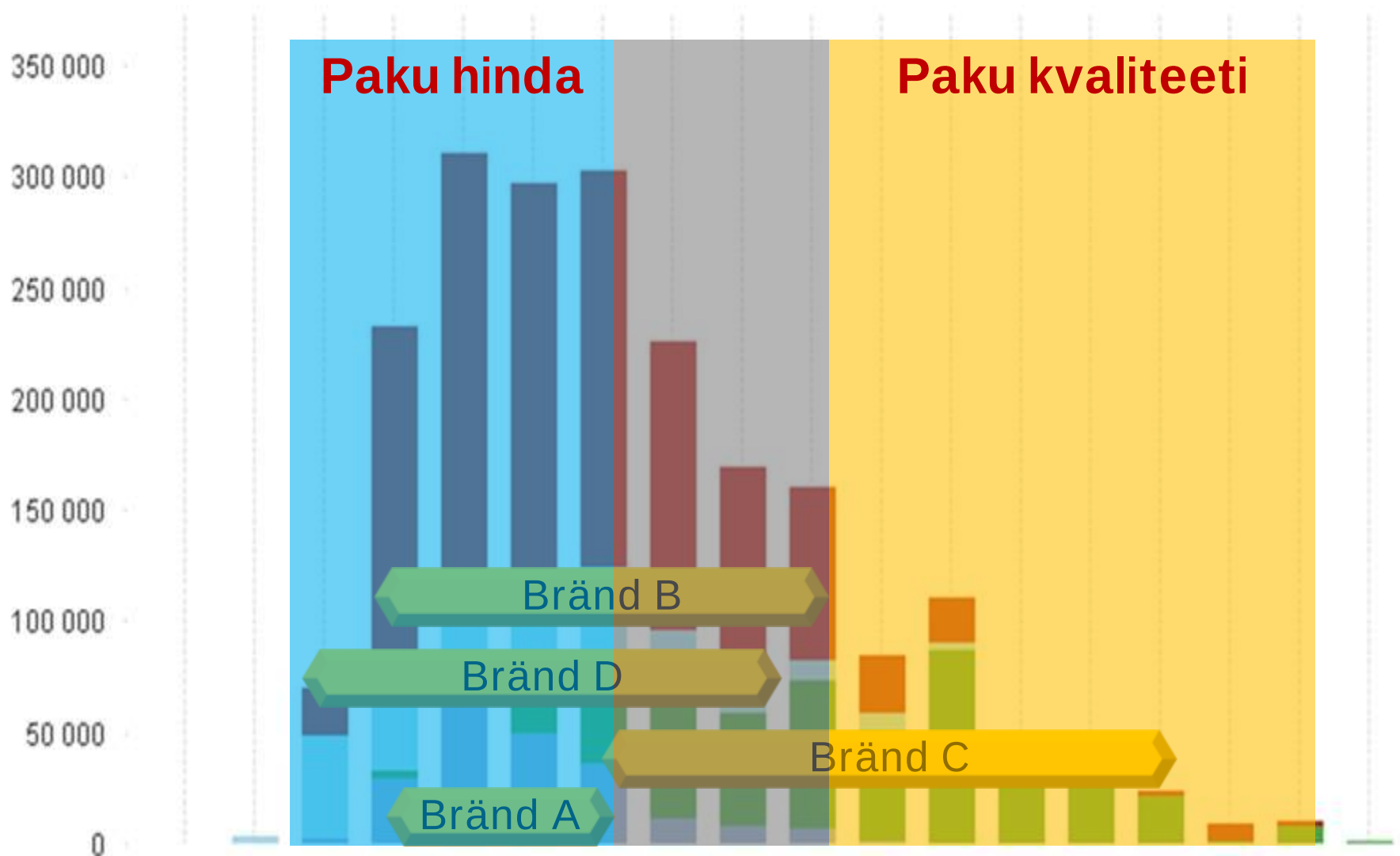
Käibe muutus 464133



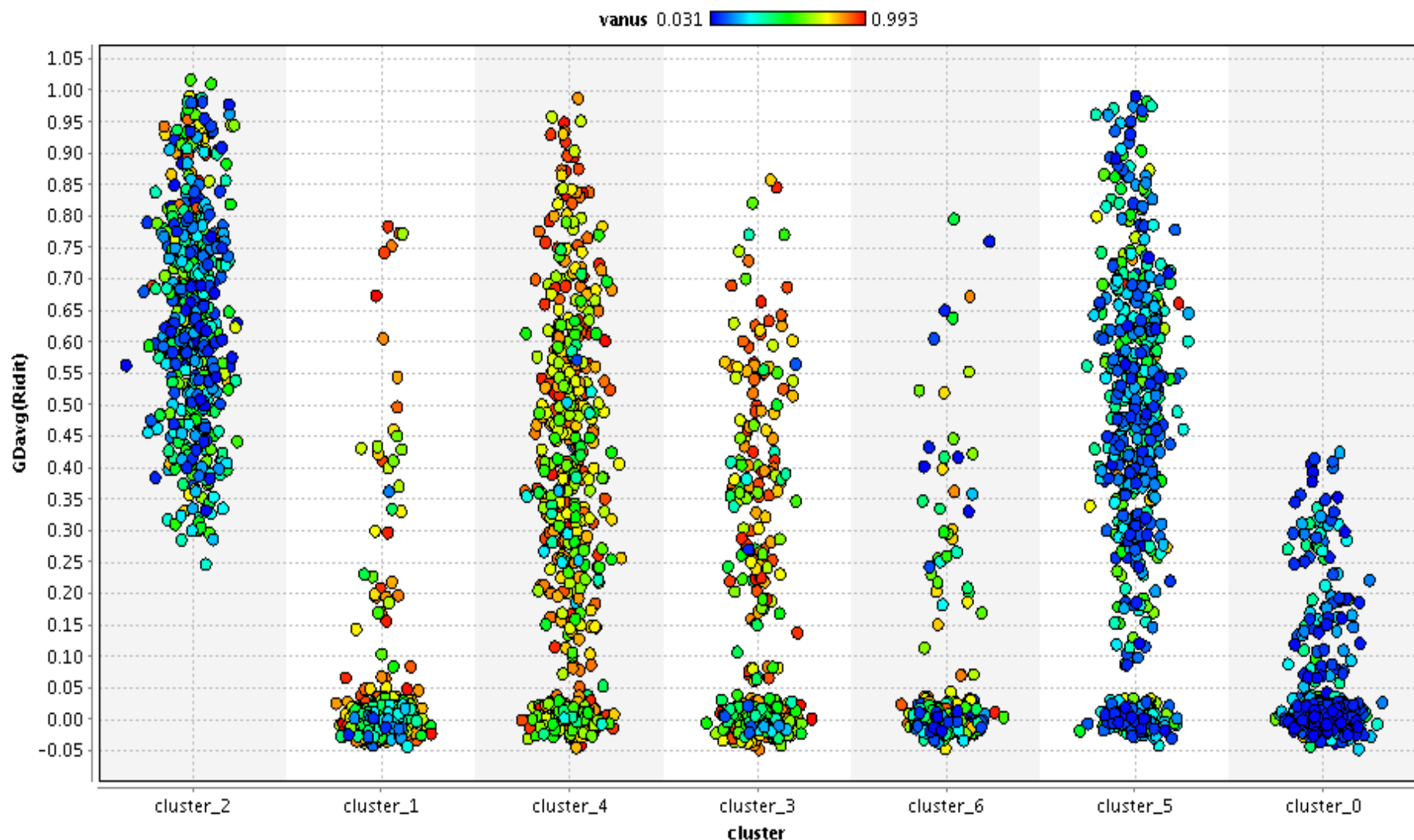
Rohkem ristmüüki – kellele mida?



Hinnatundlikkuse määramine



Hinnatundlikkuse määramine



Kui rahul ollakse

Keskmine rahulolu

Kasutamise kiirus

Value for money (kasulikkus)

Kasutusmugavus

Võimalused (funktsionaalsus)

NPS = 1 %

n=118

0% 20% 40% 60% 80% 100%

Järeldused

- Nii kasu kui rahulolu mõttes on CRM tarkvarasse suhtumine **neutraalne**
 - Soovitajaid ja halvustajaid võrdselt
- Soovitajate ja halvustajate kogemuse edasirääkimise määr **2:3**
- Üldine hoiak CRM tarkvara suhtes võib olla pigem **negatiivne** kui neutraalne

Kokkuvõte ja soovitused

1. Turg on endiselt killustunud
2. Turupotentsiaal on suur
3. Andmeid endiselt ei ole
4. CRM peetakse kui päevikut
5. Analüütika on kesine
6. Ärilised eesmärgid esimeseks
7. Tooted ja tugi vajavad arendamist
8. Müü kontseptsiooni
9. Millega kavatsed Microsofti võita?
10. Millega kavatsed isetegevust võita?

Küsimused

Indrek@Saul.ee

Müügikasvu *coach*

- Kasvustrateegia
- Visuaalne äriplaan
- Eristumine
- Kliendikesksus
- Hinnapsühholoogia
- Müügijuhi coaching