

# Tradycja i nowoczesność

Wykorzystanie chmurowego modelu działalności call center przełożyło się na zwiększenie sprzedaży bezpośredniej Zepter International Poland.



**Z**epter International Poland (ZIP) zajmuje się sprzedażą ekskluzywnych produktów dla zdrowia, domu i urody. Ma w ofercie prawie 1,5 tys. wyrobów, w tym między innymi naczynia kuchenne, aparaty medyczne Bioptron, kosmetyki oraz małe AGD. Znakiem rozpoznawczym Zeptera jest bezpośrednia sprzedaż produktów.

Model oparty na indywidualnym kontakcie przedstawiciela handlowego z klientem lub grupą klientów ma swoje korzenie jeszcze w latach 50. ub. wieku. Powodzenie w biznesie zależy od umiejętności sprzedawców i skuteczności szeptanego marketingu, który owocuje kolejnymi sesjami sprzedażowymi. Szybkość rozchodzenia się informacji wśród klientów poprawia poczta elektroniczna i telefonia komórkowa.

## Cel: zwiększyć sprzedaż

Zepter International Poland postanowił zrobić krok dalej i zautomatyzować

### GRZEGORZ MADRY

członek zarządu Zepter International Poland, odpowiedzialny za finanse i informatykę

**Telemarketing miał konkretne zadanie: zwiększyć sprzedaż firmy. Sięgnięcie po rozwiązania teleinformatyczne miało czysto biznesowe uzasadnienie.**

### ANDRZEJ MACIEJEWSKI

proces kontaktu z klientami za pośrednictwem call center, ułatwiając pracę przedstawicielom firmy. „*Telemarketing miał konkretne zadanie: zwiększyć sprzedaż firmy. Pierwsze działania podjęliśmy w maju 2009 r.*” – mówi Grzegorz Mądry, członek zarządu ZIP, odpowiedzialny za finanse i informatykę w firmie. „*Sięgnięcie po rozwiązania teleinformatyczne miało czysto biznesowe uzasadnienie*” – dodaje.

Wcześniej frekwencja podczas prezentacji sprzedażowej zależała wyłącznie od przedsiębiorczości przedstawicieli, samodzielnego zbierania kontaktów i wykonywania telefonów we własnym zakresie. „*Postanowiliśmy odciążyć ich, ułatwić i lepiej zorganizować ich pracę, wnosząc jednocześnie wartość dodaną*” – mówi Grzegorz Mądry.

Na początku pracownicy nowo powołanego działu call center wykorzystywali wdrożony wcześniej CRM, aplikację Excel i linię telefoniczną. „*Nie było to działania efektywne, a zależało nam na realizacji założonych celów sprzedażowych*” – wspomina Grzegorz Mądry. Arkusz kalkulacyjny wymagał czasochłonnej pracy ręcznej. Trudno też było nadzorować i zarządzać pracą call center.

## Środek: chmura

Zdecydowano o wyborze profesjonalnego systemu cloud.CallCenter firmy Focus Telecom Polska, dostępnego z chmury. Praca na platformie wymaga komputera i łącza internetowego. Call center w chmurze ruszyło na początku 2010 r. Z jego pomocą firma koordynuje pracę sieci bezpośredniej sprzedaży, którą tworzy 3 tys. przedstawicieli, spotykających się na prezentacjach z potencjalnymi klientami w ich domach bądź w biurach regionalnych Zeptera.

Pracownicy call center podczas rozmów z klientami umawiają ich na prezentacje z przedstawicielami. Prowadzone są regularne kampanie sprze-

## METRYCZKA

**Firma:** Zepter International Poland  
**Branża:** produkcja i sprzedaż

**Produkty:** zdrowie, uroda, AGD  
**Zatrudnienie:** 104

**Zatrudnienie w dziale IT:** 4 osoby

**Obrót:** 24 mln euro (rocznie)

## KLUCZOWE SYSTEMY

**Nazwa systemu:** cloud.CallCenter  
**Do czego służy:** wsparcie pracy przedstawicieli, akcje sprzedażowo-telemarketingowe  
**Dostawca:** Focus Telecom Polska

**Nazwa systemu:** Microsoft Navision (ERP, CRM)  
**Do czego służy:** wsparcie procesów biznesowych firmy  
**Integrator:** Zepter IT

dażowe produktów i zbierane opinie klientów na temat oferty handlowej oraz procesu obsługi. Call center jest ważnym narzędziem prowadzonej przez Zepter otwartej rekrutacji. „*W dzisiejszych czasach przez telefon można również ludziom oferować pracę*” – podkreśla Grzegorz Mądry.

Działania przedstawicieli handlowych Zeptera wspiera także RepNet – portal webowy z informacjami o obrotach, stopniu realizacji kontraktów, prowizjach. Aplikacja cloud.CRM, wspomagająca komunikację z systemami wirtualnego call center, pomaga przedstawicielom potwierdzać terminy i obecność uczestników w sprzedażowych prezentacjach.

## Strzał w dziesiątkę

Technologiczne wsparcie klasycznego modelu sprzedaży przyniosło wymierne efekty. „*Decyzja o wyposażeniu działu call center we właściwe narzędzia do pracy, ale także monitorowania i raportowania, opłaciła się*” – podkreśla Grzegorz Mądry. Przez pierwsze dwa lata od uruchomienia systemu cloud.CallCenter wykorzystano 700 tys. rekordów z kontaktami. Przeprowadzono 30 tys. prezentacji, a obrót na tych, umówionych przez call center, prezentacjach wyniósł 16,7 mln zł. Akcje sprzedażowe przez dwa lata przyniosły dodatkowo obrót na poziomie 2 mln zł.

Wybór chmurowej wersji był podjętowany rachunkiem ekonomicznym i wygodą użytkowania. Brak własnych

# Nadzieja

**Wybór chmurowej wersji był podyktowany rachunkiem ekonomicznym i wygodą użytkownika: brak własnych nakładów inwestycyjnych na sprzęt i oprogramowanie, opłaty według zużycia, elastyczność korzystania z systemu w zależności od potrzeb firmy.**

nakładów inwestycyjnych na sprzęt i oprogramowanie, opłaty według zużycia, elastyczność korzystania z systemu w zależności od potrzeb firmy. „Dostawca bierze na siebie zapewnienie bezpieczeństwa danych, tworzenie kopii zapasowych, nie musimy sami się o to martwić” – dodaje Grzegorz Mądry.

Chmurowa platforma cloud.CallCenter ma w pakiecie system nagrywania rozmów, umożliwia przechowywanie dowodu zawarcia umowy na odległość, rejestruje rozmowy przychodzące na numer infolinii. „To dla nas istotne narzędzie, jednak nie musimy zaprzętać sobie głowy jego konfiguracją i utrzymaniem” – podkreśla Grzegorz Mądry.

Efekty wykorzystania cloud.CallCenter są tak dobre, że inne spółki holdingu Zepter już wdrożyły lub rozważają zastosowanie podobnego rozwiązania. Zepter w Polsce był pionierem na tle całej firmy. Uruchomienie systemu to dzieło czteroosobowego zespołu IT Zepter International Poland przy współpracy z dostawcą rozwiązania. ▶

## Wcześniej był ERP

Call center z chmury to jednak nie wszystkie wykorzystywane w Zepter International Poland rozwiązania informatyczne. Wcześniej spółka wdrożyła system ERP i CRM z pakietu Microsoft Navision. Za wdrożenie odpowiadała z dedykowana spółka z grupy – Zepter IT. Została założona w 2003 r. w celu koordynowania wszystkich wewnętrznych holdingowych procesów IT. Spółka wspiera działania całej Grupy poprzez realizację wdrożeń i utrzymanie systemów ERP, działania e-commerce i utrzymywanie rozwiązań webowych. Korzystanie z tych samych aplikacji biznesowych pozwala osiągać korzyści w skali całego holdingu.

ERP w ZIP objął wszystkie działy i procesy biznesowe, zastępując niezintegrowane wcześniej moduły. Następnie pojawił się system CRM. Oddanie tych systemów do użytkowania w latach 2008-2009 w znaczący sposób zwiększyło efektywność pracowników, przyspieszyło i zautomatyzowało obieg informacji w spółce. „To był istotny krok w informatycznej historii spółki” – mówi Grzegorz Mądry. Plany na przyszłość obejmują wirtualizację desktopów i przeniesienie serwerów w chmurę.

Scena jest niczym z seansu spirytystycznego, sesji terapii grupowej albo z jakiegoś odjechanego kursu dla menedżerów, jakich teraz dużo (kursów, nie menedżerów). Na podłodze, pośrodku sporego pomieszczenia, siedzi sobie grupka ludzi w pozycjach nieco niedbałych, w strojach przypadkowych, zdecydowanie niemenedżerskich. Siedzi więc ta grupa i wpatruje się w jakąś dziwną płataninę przewodów, chaotycznie biegnących między nimi.

Z jednej strony widać ścianę, na całej jej długości tkwią jakieś świecące kolorowo urządzenia. Przy bardziej wnikliwym przyjrzeniu się to, co w pierwszej chwili sprawiało wrażenie kolekcji jednoręcznych bandytów – przepraszam, miało być „automatów do gier losowych” – okazuje się bankomatami. Po drugiej stronie stoi kilka biurek, a przed nimi puste fotele.

Przy biurkach nikogo, przy bankomatach też pusto, co więc robi tam ta gromadka na podłodze? Wyjaśnia to dopiero podpis pod ilustracją i potem od razu widać, że owe przewody to połączone ze sobą ileś tam razy przedłużacze do prądu, a w ich gniazdach tkwią ładowarki, do których przewodów podłączone są telefony. I to w te ładujące swe akumulatory telefony wpatrują się owi siedzący na podłodze ludzie. Przychodzi zaraz na myśl reguła czajnika (zagotowanie wody trwa dłużej w czajniku, który jest obserwowany). Nie wiem jednak, czy można ją odnosić również i do właśnie ładowanych telefonów?

Cała scena, o której mowa, odgrywała się w jednym z nowojorskich oddziałów Citibanku, już po przejściu huraganu Sandy. Ludzie ci nie przyszli tam po pieniądze czy kredyt, oni przyszli wyłącznie dla prądu, który tam był, a którego nie mieli w swych domach. A bank okazał zrozumienie, wytrzasnął skądś te przedłużacze (a może ktoś przewidujący przyniósł któryś ze sobą?) i udzielił gościny.

A skoro tak bardzo potrzebowali prądu, to widać gdzieś tam działała tam łączność, pozwalając przynajmniej niektórym na upewnienie się co do losu bliskich i znajomych. Przez telefon można też poprosić o pomoc czy uzyskać radę, można w końcu zwyczajnie i symbolicz-



**BOGDAN  
PILAWSKI**

nie podzielić się z kimś tą cząstką ogromu nieszczęścia, jaka nam akurat przypadła w udziale. I co najważniejsze, nadzieję można w ten sposób i dać, i otrzymać.

To zdjęcie z peryferyjnego oddziału bankowego niesie więcej treści niż kolejne obrazy ogromu zniszczeń, bo samo zaświadcza o tkwiącej w tych ludziach nadziei, która – co nie bardzo chyba nawet wypada przypominać – podobno umiera ostatnia. A nie byłoby jej, gdyby chodziło o telefony, których druty, podobnie jak sieci elektryczne, Amerykanie z upodobaniem, nawet w dużych miastach, prowadzą na słupach. Wystarczy wtedy trochę mocniejszy wiatr czy oblodzenie zamarzającą mgłą, by przewody takie masowo się rwały, pozabawiając tysiące i miliony ludzi prądu albo łączności, a najczęściej jednego i drugiego.

Nie sprawdzałem, nie chcąc samą tylko własną ciekawością pogarszać trudnej sytuacji, ale czytałem, że obronną ręką przeszły przez to nieszczęście ośrodki obliczeniowe, a w nich serwisy internetowe. Zakłócenia, jeżeli w ogóle się pojawiły, to były mało znaczące. Widać dobrze odrobiono lekcję z września 2001, kiedy to praktyka brutalnie podważyła ówczesną doktrynę, która za wystarczającą odległość ośrodka zapasowego od głównego uważała kilka kilometrów. Teraz tych kilometrów jest co najmniej kilkadziesiąt, a bywa i znacznie więcej.

Nadzieja jednak to jedno, a drugie to poczucie dystansu do będącego na wyciągnięcie ręki nieszczęścia. Bo mając ten dystans, pokazuje się, że mimo wszystko to my panujemy nad nim, a nie ono nad nami. Że się nie poddajemy i stać nas nawet na żarty z siebie samych (na co w żadnych okolicznościach nie zdobędzie się grupa zamieszkująca piękne tereny między Bugiem a Odrą (i Nysą Łużycką!). A jeden z tych żartów wyglądał mniej więcej tak:

– Co to jest huragan kategorii 1?

– To jest „big storm”. Kategoria druga to „big, big storm”. I tak dalej, aż do poczwórnego „big” dla kategorii czwartej.

– A co to takiego huragan kategorii 5 (najwyższej w przyjętej skali)?

– To „big, big, big, big, big storm in America”. ▶

*Obronną ręką z huraganu Sandy wyszły ośrodki obliczeniowe, a w nich – serwisy internetowe. Zakłócenia, jeżeli w ogóle się pojawiły, to były mało znaczące. Widać dobrze odrobiono lekcję z września 2001, kiedy to praktyka brutalnie podważyła ówczesną doktrynę, która za wystarczającą odległość ośrodka zapasowego od głównego uważała kilka kilometrów.*