

În România, 20% dintre companii încă gestionează manual interacțiunile cu clienții

Companiile românești au nevoie de o schimbare fundamentală a relațiilor cu clienții, în contextul trecerii la economia digitală. Eficiența activităților de marketing, vânzări și suport este afectată de lipsa automatizării interacțiunii cu piața și de gradul redus de utilizare a soluțiilor informatice dedicate. Mai mult, rețelele sociale și mediul online au un impact major asupra campaniilor publicitare, iar personalizarea mesajului și a ofertelor către clienți sunt esențiale pentru creșterea vânzărilor.

Acestea sunt concluziile unui studiu recent realizat de compania Synergizer, în rândul companiilor românești mici și mijlocii, cu trei până la 500 de angajați. Conform rezultatelor studiului, colectarea și gestionarea datelor despre clienții potențiali (prospecti) și clienți se face încă manual în peste 20% dintre companii, în timp ce, 36,75% o fac folosind fișiere de tip Excel. Automatizarea activităților de gestiune a relațiilor cu clienții contribuie direct la creșterea vânzărilor și implicit a productivității companiilor, însă este ignorată de majoritatea companiilor românești mici și medii.

Conform Raportului EU (<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/desi-2015-country-profiles>) asupra Economiei Digitale citat de Agerpres, DESI 2015, România se plasează mult sub media europeană, în ceea ce privește utilizarea tehnologiilor digitale în activitățile de vânzări și relații cu clienții, ceea ce afectează major productivitatea și competitivitatea economiei locale. Țara noastră s-a situat pe locul 27 din 28 în clasamentul european privind integrarea tehnologiile digitale în mediul de afaceri. *„Pentru a crește eficiența interacțiunilor cu clienții, companiile au nevoie să combine creativitatea angajaților cu disciplina în executie și să integreze activitățile de marketing, vânzări și suport. Acest proces este posibil doar prin utilizarea tehnologiei și a mediului digital. Ne propunem să dezbatem aceste aspecte în cadrul Marketing&Sales Forum 2015 și să arătăm că managementul relațiilor cu clienții este o combinație între arta și tehnologie, între creativitate și disciplină,”* afirmă Ioana Răzvan, Managing Partner -Business Development Manager, Synergizer.

Rezultatele complete ale studiului vor fi prezentate cu ocazia evenimentului Sales & Marketing Forum, din 31 Martie. Ediția 2015 are ca tema: „*Tehnici și strategii de marketing și vânzări în era digitală*” și se adresează cu precădere directorilor de marketing, vânzări dar și directorilor de dezvoltare. Agenda evenimentului este disponibilă pe www.synergizer.ro/evenimente.

Pentru mai multe informații contactați:

Synergizer Business Solutions

Tel: 021.22.22.554

Email: evenimente@synergizer.ro

Synergizer Business Solutions, partener certificat CAS Software AG și Microsoft Dynamics, este o companie specializată în implementarea de soluții de business pentru companii din diverse industrii. Compania implementează soluții de top ale unor companii lider în industria IT în domenii precum: CRM, ERP, Salarizare și Resurse Umane. Experiența Synergizer în proiecte de implementare de soluții de business acoperă o largă diversitate de companii, cu un număr de angajați cuprins între 20 și 5000, din industrii precum: servicii, distribuție, construcții, etc. Printre clienții Synergizer se numără: Adecco, RINF, Onduline, GfK, Rosegur, Karelia, Alewijnse, Burda, etc. Pentru mai multe informații despre Synergizer Business Solutions vizitați www.synergizer.ro și www.crmromania.ro