

RE Z U M A T

STUDIU ASUPRA IMPLEMENTĂRII SISTEMELOR DE GESTIUNE A RELAȚIEI CU CLIEȚII PE PIAȚA DIN ROMÂNIA

Doctorand: Ing. GRĂDINARU (URSAN) Iulia

Conducător științific: *Prof. univ. Dr. MOCUȚA Dorina-Nicoleta*

CUVINTE CHEIE: sisteme gestiune, ferme, productivitate, agricultură, eficientizare

1. Introducere

În lucrarea “Studiu asupra implementării sistemelor de gestiune a relației cu clienții pe piața din România” ne propunem să abordăm un topic foarte dezbătut în cadrul companiilor cu peste 11 angajați, în special în sectorul agricol, și anume implementarea unei soluții IT, numită Managementul Relației cu Clienții, prescurtat CRM, din engleză: Customer Relationship Management. Pe parcursul lucrării vom folosi abrevierea, CRM.

Scopul acestei lucrări este de a demonstra importanța utilizării unor astfel de soluții și modul în care întreprinderile pot crește. Se spune că scalabilitatea este capacitatea de a crește atunci când sunt adăugate resurse. Pentru start-up-uri, scalabilitatea dorită este capacitatea de a crește semnificativ prin adăugarea unui număr mai mic de resurse. Acest lucru se referă în primul rând la venituri, dar se aplică și popularității și altor indicatori de performanță relevanți. De exemplu, un start-up care dezvoltă o aplicație mobilă poate atrage rapid utilizatori noi prin campanii de marketing digitale, fără a necesita o creștere proporțională a echipei sau a costurilor.

Alegerea temei a venit din dorința de a încuraja cât mai mulți antreprenori din domeniul agribusiness să se informeze de beneficiile unui sistem CRM, de utilitatea acestuia, ca în final decizia de a implementa un astfel de sistem/soluție să vină natural și firesc.

Obiectivul major al lucrării este de a prezenta că o soluție informatică de tip CRM include activități aferente mai multor departamente din cadrul unei companii care sunt în relație directă cu clienții, potențialii clienți, parteneri și furnizori și că un astfel de sistem asigură diseminarea informației între departamente și echipă, sursa neputând fi multiplicată sau pierdută. Companiile de toate dimensiunile au numai de câștigat dacă aleg o soluție CRM complet integrată și multifuncțională.

Așadar, ne dorim ca lucrarea “Studiu asupra implementării sistemelor de gestiune a relației cu clienții pe piața din România” să contribuie și să sprijine companiile, precum și întreg domeniul de agribusiness, în procesul de dezvoltare și în relația cu utilizatorul final.

2. Scopul și obiectivele cercetării

Cercetarea unui sistem de CRM (Customer Relationship Management) implică evaluarea și analiza unei soluții de CRM pentru a înțelege cum poate îmbunătăți relațiile cu clienții și eficiența operațională a unei organizații. Scopul și obiectivele acestei cercetări sunt esențiale pentru a determina valoarea și impactul potențial al implementării unui CRM într-o companie.

Scopul cercetării unui sistem de CRM:

a. Îmbunătățirea relațiilor cu clienții

- Scop: Să identifice modalități prin care un sistem CRM poate spori calitatea interacțiunilor cu clienții și să îmbunătățească satisfacția și loialitatea acestora.
- Exemplu: Analiza eficienței personalizării comunicării cu clienții folosind date CRM.

b. Optimizarea proceselor de afaceri

- Scop: Să găsească metode pentru a automatiza și eficientiza procesele de vânzări, marketing și suport pentru clienți.
- Exemplu: Studiarea impactului CRM asupra timpului de răspuns la cererile clienților.
- c. Creșterea veniturilor și a profitabilității**
- Scop: Să determine cum poate un CRM facilita creșterea vânzărilor și a profitului prin identificarea și gestionarea oportunităților de vânzare.
- Exemplu: Analizarea ratei de conversie a lead-urilor înainte și după implementarea CRM.
- d. Înțelegerea comportamentului clienților**
- Scop: Să colecteze și să analizeze date despre clienți pentru a obține o înțelegere mai detaliată a nevoilor acestora, preferințelor și comportamentului lor.
- Exemplu: Utilizarea datelor CRM pentru segmentarea mai precisă a pieței și personalizarea ofertelor.
- e. Creșterea eficienței organizaționale**
- Scop: Să identifice modalități prin care un CRM poate îmbunătăți colaborarea internă și eficiența operațională.
- Exemplu: Evaluarea impactului CRM asupra fluxurilor de lucru între departamente.

Obiectivele cercetării unui sistem de CRM:

a. Evaluarea nevoilor organizaționale

- Obiectiv: Să înțeleagă cerințele și provocările specifice ale organizației care ar putea fi rezolvate printr-un sistem CRM.
- Exemplu: Realizarea de interviuri și sondaje cu angajații pentru a identifica cerințele pentru administrarea eficientă a relațiilor cu clienții.

b. Analiza funcționalităților CRM disponibile

- Obiectiv: Să compare diferite soluții CRM și să evalueze caracteristicile și funcționalitățile acestora pentru a selecta cea mai potrivită soluție pentru organizație.
- Exemplu: Compararea sistemelor CRM din perspectiva integrării, automatizării și raportării.

c. Determinarea impactului asupra clienților

- Obiectiv: Să analizeze cum va afecta implementarea CRM experiența clienților și să identifice îmbunătățirile posibile în interacțiunile cu aceștia.
- Exemplu: Studiarea feedback-ului clienților înainte și după implementarea CRM.

d. Planificarea implementării

- Obiectiv: Să elaboreze un plan detaliat de implementare a CRM, inclusiv resursele necesare, etapele și cronologia.
- Exemplu: Crearea unui grafic de implementare a CRM, cu etapele și responsabilii desemnați.

e. Identificarea provocărilor și riscurilor

- Obiectiv: Să anticipeze posibilele obstacole și riscuri asociate cu implementarea și utilizarea unui CRM și să elaboreze strategii pentru a le depăși.
- Exemplu: Analiza riscurilor de securitate a datelor și planificarea măsurilor de protecție.

f. Îmbunătățirea continuă

- Obiectiv: Să stabilească un cadru pentru monitorizarea continuă a performanței CRM și pentru implementarea de îmbunătățiri pe baza feedback-ului utilizatorilor.
- Exemplu: Crearea unui sistem de raportare periodică pentru evaluarea impactului CRM asupra obiectivelor de afaceri.

Metode de Cercetare:

Pentru a atinge scopurile și obiectivele cercetării unui sistem de CRM, se pot utiliza diverse metode de cercetare, cum ar fi:

a. Analiza documentară

- Descriere: Studiarea documentației existente despre CRM-uri și analize de caz pentru a înțelege bunele practici și tendințele din industrie.

b. Interviuri și sondaje

- Descriere: Colectarea de informații direct de la angajați, clienți și alți factori interesați pentru a înțelege nevoile și așteptările acestora.

Analiza comparativă

- Descriere: Compararea mai multor soluții CRM pentru a evalua avantajele și dezavantajele fiecărei opțiuni.

c. Prototiparea și testarea

- Descriere: Crearea unui prototip sau a unei versiuni pilot a CRM-ului și testarea acestuia într-un mediu controlat pentru a evalua eficiența și impactul.

3. Metodologia cercetării

Scopul acestei secțiuni este de a oferi o sinteză a abordării metodologice și de a justifica alegerea metodelor utilizate. Această cercetare își propune să investigheze impactul sistemelor CRM asupra performanței organizaționale. Prin utilizarea unei abordări mixte, vom putea obține o înțelegere mai cuprinzătoare a fenomenului studiat.

Obiectivele acestei cercetări includ evaluarea eficienței sistemelor CRM în îmbunătățirea relațiilor cu clienții, analiza impactului asupra proceselor de vânzare și explorarea provocărilor implementării.

În cadrul acestei cercetări asupra sistemelor de Customer Relationship Management (CRM) într-o companie, au fost utilizate diverse surse bibliografice, având scopul de a caracteriza în mod exhaustiv acest subiect complex, abordând aspecte economice, tehnologice și sociale. Studii academice și articole din reviste de specialitate au fost folosite pentru a obține informații actualizate despre cercetările recente în domeniul CRM. Acestea au ajutat la identificarea celor mai bune practici, a provocărilor comune și a soluțiilor inovatoare care sunt aplicate de companiile moderne.

Publicațiile de la organizațiile și companiile care dezvoltă sau implementează soluții CRM oferă perspective valoroase din industria reală. Aceste publicații includ rapoarte de piață, ghiduri de implementare și analize comparative ale diverselor soluții CRM disponibile pe piață.

Sursele online, inclusiv articole de blog, site-uri oficiale ale companiilor și platforme de știri tehnologice, au fost folosite pentru a obține informații actualizate despre inovațiile și tendințele din domeniul CRM. Aceste surse oferă o perspectivă dinamică și accesibilă asupra subiectului.

Toate aceste surse bibliografice au fost utilizate pentru a construi o imagine completă și detaliată a sistemului CRM într-o companie, examinând nu doar impactul economic și tehnologic, ci și aspectele sociale și organizaționale ale implementării CRM. Această abordare cuprinzătoare permite cercetării să ofere recomandări fundamentate și strategii eficiente pentru companiile care doresc să optimizeze relațiile cu clienții prin intermediul CRM.

4. Structura tezei

Teza este structurată în două părți, incluzând cinci capitole, concluzii și recomandări. Fiecare capitol îndeplinește o funcție specifică în aprofundarea temei și în îndeplinirea obiectivelor cercetării. Prima parte cuprinde două capitole care oferă o descriere a contextului actual al agriculturii, în timp ce partea a doua, dedicată aplicabilității practice, include trei capitole.

Capitolul I expune în prima parte informații despre contextul agriculturii în Uniunea Europeană, Analizează Politica Agricolă Comună (PAC) a UE și impactul său asupra statelor membre și discută despre măsurile și subvențiile disponibile pentru agricultura europeană. Identifică tendințele actuale în agricultura europeană, inclusiv inovarea tehnologică și practici sustenabile. În a doua parte a capitolului discutăm despre agricultura în România – starea actuală, politici și subvenții, precum și potențialul și provocările sectorului agricol. Identifică provocările specifice cu care se confruntă agricultura românească, cum ar fi accesul la tehnologie și managementul resurselor și trasează concluzii bazate pe comparațiile efectuate și oferă recomandări pentru îmbunătățirea sectorului agricol românesc.

În capitolul II amintim despre :

- metode de management - principalele metode de management utilizate în agricultura modernă și în implementarea sistemelor CRM, aplicate în diverse contexte și impactul lor asupra eficienței operaționale.
- metode de cercetare - designul de cercetare utilizat pentru colectarea și analiza datelor, inclusiv metodele cantitative și calitative. Se argumentează alegerea metodologiei și relevanța acesteia pentru obiectivele cercetării.
- Indicatori analizați – economici, indicatori de performanță CRM

Capitolul III descrie conceptul și funcționalitățile CRM:

- Definirea CRM - o definiție clară a sistemelor CRM și descrie funcționalitățile de bază precum și rolul CRM în gestionarea relațiilor cu clienții și în îmbunătățirea experienței clientului.
- Tipuri de Sisteme CRM - descrie diferitele tipuri de soluții CRM disponibile pe piață, inclusiv CRM operațional, analitic și colaborativ.
- Implementarea Sistemelor CRM - Detaliază etapele de implementare a unui sistem CRM, inclusiv planificarea, personalizarea și formarea utilizatorilor și importanța unui management eficient al schimbării în procesul de implementare.
- Studii de Caz și Exemple Practice - analizează factorii cheie care contribuie la succesul implementării CRM
- Evaluarea și Optimizarea CRM - metodele de monitorizare și evaluare a performanței sistemelor CRM și impactul asupra performanței organizaționale.
- Optimizarea Sistemelor CRM - oferă strategii pentru optimizarea funcționalităților CRM și adaptarea acestora la nevoile organizației.

În capitolul IV, abordăm analiza impactului CRM în agribusiness, analizând modul în care sistemele CRM contribuie la îmbunătățirea eficienței și rentabilității activităților de producție în fermele agricole. Discutăm despre optimizarea proceselor de vânzare, managementul stocurilor și relațiile cu furnizorii. De asemenea, abordăm un chestionar, interpretare și comparații, precum și analiza rezultatelor chestionarului, identificând tendințele și principalele concluzii. Oferim recomandări bazate pe rezultatele chestionarului pentru îmbunătățirea implementării CRM în fermele agricole.

Ultimul capitol prezintă o analiză SWOT detaliată a implementării sistemelor CRM în contextul agribusiness-ului. Se analizează relația cauzală dintre implementarea CRM și performanța organizațională, evaluând impactul CRM asupra diverselor aspecte ale afacerii, cum ar fi productivitatea și satisfacția clienților. Sunt propuse strategii pentru îmbunătățirea eficienței și eficacității sistemelor CRM, incluzând soluții pentru adaptarea și personalizarea CRM în funcție de nevoile specifice ale organizațiilor agricole

Încheiem cu concluzii și recomandări, unde recapitulăm principalele concluzii ale cercetării, evidențiind impactul CRM asupra agriculturii și rentabilității fermelor. Se recomandă strategii și măsuri pentru îmbunătățirea gestionării relațiilor cu clienții și creșterea rentabilității în sectorul agricol, precum și inițiative care pot sprijini dezvoltarea sectorului agricol și utilizarea eficientă a CRM.

5. Concluzii generale

Agricultura din România este într-adevăr caracterizată de o structură polarizată, cu o mare varietate de dimensiuni ale exploatațiilor agricole. Marea majoritate a fermelor din România sunt mici, având mai puțin de 5 hectare, iar mulți dintre aceștia se concentrează pe producția pentru consumul propriu.

Cu toate că există un număr mare de mici exploatații individuale, există și câteva mii de întreprinderi agricole mari în România. Aceste ferme mari joacă un rol important în producția agricolă a țării. Este esențial să menționăm că România se numără printre cei mai mari producători de cereale din Uniunea Europeană și deține, de asemenea, titlul de cel mai mare producător de semințe de floarea-soarelui, miere și prune în cadrul UE.

Numărul mare de fermieri din România, de aproximativ 3,5 milioane, arată importanța sectorului agricol în economia țării. Cu toate acestea, există provocări și oportunități în ceea ce privește

modernizarea și eficientizarea agriculturii românești, astfel încât să se poată valorifica potențialul agricol al țărilor într-un mod sustenabil și competitiv pe piața internă și externă, și anume:

Implementarea unei soluții software pentru afaceri în industria agricolă poate aduce numeroase beneficii și avantaje fermierilor și întreprinderilor din acest sector. Iată câteva moduri în care un sistem informatic special creat pentru agribusiness poate ajuta:

- Automatizarea proceselor: Un software agricol poate automatiza și simplifica multe dintre activitățile zilnice, cum ar fi gestionarea inventarului, planificarea culturilor, monitorizarea recoltelor sau gestionarea resurselor umane. Aceasta poate duce la o eficiență crescută și la reducerea erorilor umane.
- Analiza datelor și luarea deciziilor: Sistemele software pot colecta, stoca și analiza datele referitoare la producție, vânzări, costuri, condiții meteorologice etc. Aceste informații pot fi utilizate pentru a fundamenta deciziile și a îmbunătăți procesele agricole.
- Monitorizarea și gestionarea resurselor: Un software agricol poate ajuta la monitorizarea și gestionarea eficientă a resurselor precum apa, fertilizanții sau pesticidele. Acest lucru poate contribui la reducerea risipei și la utilizarea mai sustenabilă a resurselor.
- Îmbunătățirea comunicării și colaborării: Sistemele software pot facilita comunicarea între diferitele departamente din cadrul unei ferme sau a unei cooperative agricole, precum și între fermieri și partenerii de afaceri. Aceasta poate rezulta într-o coordonare mai bună a activităților și într-o creștere a eficienței operaționale.
- Conformitatea cu reglementările și standardele: Un software agricol poate ajuta la respectarea reglementărilor legale și a standardelor de calitate impuse de autorități sau de partenerii de afaceri. Acest lucru poate reduce riscurile și potențialele sancțiuni.

Compararea sectorului agribusiness din România cu cel din Israel oferă o perspectivă valoroasă asupra modului în care se poate îmbunătăți eficiența și productivitatea agricolă prin utilizarea tehnologiei și a inovației. Israelul este un exemplu remarcabil de cum o țară cu resurse naturale limitate poate deveni un lider mondial în agricultură și poate asigura securitatea alimentară pentru întreaga sa populație. Iată câteva lecții pe care România le-ar putea învăța din experiența Israelului:

Inovația și Tehnologia Agricolă (Agritech)

Israelul este un pionier în agritech, investind masiv în dezvoltarea de tehnologii avansate pentru agricultură. Printre aceste inovații se numără:

- Irigarea prin picurare: Această tehnologie permite economisirea semnificativă a apei și creșterea randamentului agricol. România ar putea implementa mai pe scară largă sisteme de irigare eficiente pentru a face față problemelor climatice și de apă.
- Agricultură de precizie: Utilizarea senzorilor, dronelor și a sateliților pentru a monitoriza în timp real condițiile solului și ale culturilor poate îmbunătăți considerabil productivitatea și reduce costurile.
- Biotehnologia: Dezvoltarea de culturi rezistente la secetă și dăunători este esențială pentru a asigura stabilitatea producției agricole.

Cercetare și Dezvoltare

Investițiile în cercetare și dezvoltare (R&D) sunt esențiale pentru inovația agricolă. Israelul alocă un procent semnificativ din PIB pentru R&D, creând un mediu propice pentru dezvoltarea de noi tehnologii. România ar putea:

- Încuraja parteneriatele între universități, institute de cercetare și companii private pentru a dezvolta soluții inovatoare.
- Oferi subvenții și stimulente fiscale pentru companiile care investesc în R&D agricol.

Educația și Formarea Profesională

Educația agricolă de înaltă calitate este crucială pentru formarea unei forțe de muncă competente. Israelul pune un accent deosebit pe:

- Programe educaționale în agronomie și tehnologie agricolă, disponibile atât în instituțiile academice, cât și prin cursuri vocaționale.

- Formarea continuă a fermierilor și a specialiștilor agricoli pentru a-i informa despre cele mai recente tehnologii și metode.

Parteneriate Public-Privat

Parteneriatele public-privat sunt esențiale pentru dezvoltarea agriculturii. Israelul a creat un mediu de afaceri care sprijină inovarea și creșterea în sectorul agricol prin:

- Incentive pentru investiții private în agricultură și tehnologie.
- Programe guvernamentale care susțin fermierii și întreprinderile agricole în adoptarea de noi tehnologii.

Acces la Finanțare

Facilitarea accesului la finanțare este esențială pentru modernizarea agriculturii. În Israel, există o gamă variată de soluții financiare pentru fermieri și startup-uri în agritech:

- Fonduri de investiții și venture capital care susțin startup-urile inovatoare în agritech.
- Subvenții guvernamentale și credite cu dobândă redusă pentru fermierii care adoptă tehnologii avansate.

Adoptarea Politicilor Sustenabile

Politicile agricole sustenabile sunt cruciale pentru protejarea mediului și asigurarea pe termen lung a producției alimentare. Israelul a implementat:

- Practici de cultivare durabilă, care minimizează impactul asupra mediului.
- Programe de educare a fermierilor cu privire la metodele de agricultură ecologică și conservarea biodiversității.

Colaborare Internațională

Parteneriatele internaționale pot aduce beneficii semnificative prin schimbul de cunoștințe și tehnologii. Israelul este implicat activ în cooperarea internațională în domeniul agritech:

- Programe de schimb și colaborări cu alte țări pentru dezvoltarea de soluții comune la provocările agricole globale.
- Exportul de tehnologie și know-how către alte națiuni, contribuind la dezvoltarea agriculturii la nivel mondial.

România are un potențial agricol uriaș, dar pentru a-l valorifica la maximum, este necesară o schimbare de paradigmă, inspirată de modelul israelian. Investițiile în tehnologie, educație și cercetare, alături de politici sustenabile și parteneriate strategice, pot transforma România într-un lider regional în domeniul agribusiness. Adaptarea la condițiile locale și colaborarea eficientă între sectorul public și cel privat sunt cheile succesului pentru a atinge acest obiectiv.

În concluzie, adoptarea unei soluții software pentru afaceri în sectorul agricol poate aduce avantaje considerabile în eficiență, productivitate, sustenabilitate și competitivitate. Fermierii și întreprinderile agricole trebuie să fie receptivi la tehnologie și să investească în soluții software care să răspundă nevoilor lor specifice.