

# DESETINÁSROBNÝ OBRAT E-SHOPU DÍKY AUTOMATIZACI

Praha 28. května 2015 – **Zvýšit měsíční obrat e-shopu z 20 na téměř 200 milionů korun? Experti ve Sprinx Systems ví, jak na to. Firma totiž s těmito výsledky dokončila zakázku pro společnost Mountfield. Cílem spolupráce byla podpora on-line prodeje. K jeho dosažení pomohla zejména implementace nástrojů marketingové automatizace a také řádná integrace e-shopu do podnikových systémů.**

Marketingová automatizace je souhrnné označení pro automatizované procesy, které zahrnují získání zákazníka, personalizaci nabídky až po předání zákazníkovi obchodnímu oddělení. Vedle toho marketingová automatizace využívá i metod cross-sellingu, získávání kontaktů na zákazníky, jejich správu, či analýzu jejich připravenosti ke koupi.

*„Na vytvořeném řešení jsme pracovali tři měsíce,“ říká Peter Slávik ze Sprinx Systems. „Během nich bylo nezbytné vyřešit otázky integrace e-shopu na firemní systémy a propojení s dalšími nástroji, jako například mailingovými kampaněmi firmy. Další dva měsíce poté jsme bedlivě sledovali, jak se systém chová a ladili špatně fungující procesy.“* Pro úspěch bylo podle Slávika klíčové, že Mountfield měl dobře připravené předání projektu a celou dobu byl velmi nápomocný.

E-shop Mountfieldu je praktickou ukázkou, jak může technologie pomoci při zvyšování obratu. Ale aby e-shop dobře fungoval, musí mít i odpovídající zázemí. Je třeba řešit nejen skladování, logistiku, či reklamace, ale také různé obslužné procesy, či zákaznickou podporu.

## VÝHODY A NEVÝHODY MARKETINGOVÉ AUTOMATIZACE

### Výhody

- Úspora zdrojů
  - Kampaně se vytváří snadněji
  - přesněji definují cílový segment
- Efektivita

- Analýzy mi umožňují odhadnout výsledek
- snadná měřitelnost
- integrované prostředí, které umožňuje snadnější spolupráci mezi odděleními
- Cílená komunikace
  - Zákazníka znám, mám o něm informace na jednom místě
  - Mohu cílit na zákazníky s podobným profilem

## Nevýhody

- Infrastruktura
  - Firma musí mít odpovídající zázemí – mít vyřešenou logistiku i firemní strukturu, není tedy vhodný pro každou firmu
  - Firma musí být připravena na vyšší personální nároky marketingové automatizace, musí mít specialistu
- Pomalý start
  - Nastavení kampaně a datamining údajů o zákaznících může být časově velmi náročný
- Komplexita
  - Vysvětlit úskalí marketingové automatizace zákazníkům, dodavatelům, i vlastním zaměstnancům může být velice obtížné

## O společnosti Sprinx Systems

Společnost Sprinx Systems, a.s. se specializuje na vývoj, prodej, implementaci a správu obchodních systémů. Vyvíjí webová řešení, poskytuje služby v oblasti hostingu a správy aplikací a je významným dodavatelem produktů HPC (High Performance Computing). Společnost působí i ve Spojených státech amerických, kde má v Los Angeles pobočku. Více naleznete na <http://www.sprinx.com>.

### Kontakt pro média:

#### Taktiq Communications, s.r.o.

Karel Goldmann

[Karel.goldmann@taktiq.com](mailto:Karel.goldmann@taktiq.com)

+420 776 286 158