

Nasze motto »gorelate« to obietnica, że uważnie wysłuchamy potrzeb naszych Klientów. Rozumiemy ich cele i myślimy o przyszłości. A wszystko to by tworzyć prostsze i lepsze rozwiązania, których funkcjonalność można wykorzystywać w długim okresie. Z myślą o Kliencie wychodzimy naprzeciw nowym wyzwaniom - zawsze gotowi do działania.

»gorelate«

najważniejsze jest zrozumienie potrzeb Klienta

Więcej klientów

większa wartość



www.update.com

@update

Nasze motto »gorelate« to obietnica, że uważnie wysłuchamy potrzeb naszych Klientów. Rozumiemy ich cele i myślimy o przyszłości. A wszystko to by tworzyć prostsze i lepsze rozwiązania, których funkcjonalność można wykorzystywać w długim okresie. Z myślą o Kliencie wychodzimy naprzeciw nowym wyzwaniom - zawsze gotowi do działania.

»gorelate«

najważniejsze jest zrozumienie potrzeb Klienta

Spis treści

3	Rynek
4	Filozofia CRM
5	Korzyści z CRM
6	Funkcjonalność
8	Stosunek kosztów do korzyści
9	Architektura CRM
10	Sukcesy naszych Klientów
11	Klienci

O update software AG

Od 1988 roku wspieramy strategię CRM (Zarządzanie Relacjami z Klientami) naszych Klientów, oferujemy systemy uwzględniające potrzeby i specyfikę procesów biznesowych zachodzących w marketingu, sprzedaży i serwisie przedsiębiorstw z różnych sektorów.

update.seven to nowoczesne rozwiązanie CRM dla firm działających zarówno lokalnie jak i na skalę międzynarodową. Zdobyliśmy już zaufanie ponad 1 300 Klientów i 150 000 użytkowników na całym świecie.

Nasze rozwiązanie CRM dedykowane dla bankowości i sektora usług finansowych charakteryzuje łatwa obsługa i krótki okres wdrożenia. Oprogramowanie jest dostępne w ponad 26 wersjach językowych. Lokalne wsparcie dla naszych Klientów zapewniają filie update w dwunastu krajach oraz firmy partnerskie na całym świecie.

Rynek

i wyzwania stojące przed branżą finansową

W ostatnich latach wiele wysiłku poświęcono optymalizacji procesów dotyczących klienta. Potencjał zarządzania relacjami z klientami w całej organizacji nie ogranicza się jednak wyłącznie do korzyści finansowych.

W ramach badania¹ przeprowadzonego niedawno wśród banków europejskich firma Forrester stwierdziła, że tylko co trzeci ankietowany czuje się odpowiednio obsługiwany przez swojego dostawcę usług finansowych. Banki potrzebują więc nowej strategii budowania relacji z klientami.

Pozyskiwanie nowych klientów

Pozyskiwanie nowych klientów to coś więcej niż slogany typu zarządzanie sprzedażą i czytelne zestawienie klientów pozyskanych i utraconych. Kluczowe znaczenie ma raczej kompletny przegląd najważniejszych procesów ukierunkowanych na klienta; działy sprzedaży, marketin-

gu i obsługi klienta muszą działać wspólnie niezależnie od tego, czy klient kontaktuje się ze swoim opiekunem, przeprowadza transakcje bankowe poprzez serwis internetowy lub też otrzymuje informacje w ramach kampanii marketingowej.

Utrzymanie klientów i wzrost zysku

Wzrost zysków generowanych przez dotychczasowych klientów wymaga czegoś więcej niż tylko praktycznej realizacji założeń strategicznych, klasyfikacji klientów i przekazania pracownikom konkretnych instrukcji postępowania. Kierownik działu sprzedaży może sterować zyskami poprzez planowanie sprzedaży i wykorzystanie zasobów. Do tego potrzebna jest mu możliwość porównania grup referencyjnych i optymalnego przeglądu portfolio klienta. Z punktu widzenia handlowców największe wyzwania to poświęcenie więcej czasu najważniejszym klientom, jasne priorytety

oraz szybki dostęp i łatwy przegląd najważniejszych informacji dotyczących klienta.

Wzrost wydajności

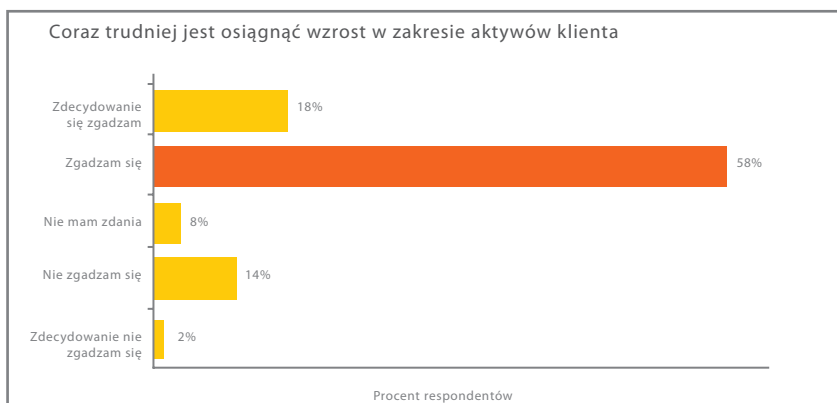
Wiele obszarów wymaga podwyższenia wydajności:

- » automatyzacja kampanii marketingowych
- » kontrola sprzedaży
- » call center
- » zarządzanie należnościami
- » zmniejszenie nakładu prac administracyjnych

Bezpieczeństwo

Pozyskując nowych klientów, czy też zwiększając wartość dotychczasowych oraz wydajność operacyjną nie wolno zaniedbać zagadnień bezpieczeństwa, takich jak:

- » wymogi prawne
- » zarządzanie zgodnością
- » ochrona danych
- » prawa użytkowników i dzienniki kontroli (protokoły rejestrujące dostęp do danych)



Dla większości banków uczestniczących w badaniu, coraz trudniej jest osiągnąć wzrost w zakresie aktywów klienta²

„W ciągu najbliższych 10 lat tempo zmian zdecydowanie wzrośnie. Nacisk na oszczędność przyspiesza uprzemysłowienie branży ubezpieczeniowej. Zmiany struktur sprzedaży najbardziej dotkną pracowników działających w terenie.”

Źródło: Insurance 2015: Jak odnieść sukces na zmienionym rynku. Accenture i Uniwersytet St. Gallen

„Konieczne jest stworzenie zaawansowanych analiz dotyczących klienta i silniejsze ukierunkowanie na niego — banki prywatne muszą podejmować bardziej świadome wybory co do typu klientów, których obsługują. Ci, którym się to uda, jasno rozumieją swoją pozycję na obsługiwanych rynkach i rozwijają funkcje, których wymaga ich docelowa grupa klientów.”

Źródło: Europejskie badanie dobrobytu i branży bankowości prywatnej, 2005, IBM Business Consulting

1 Cross-selling w europejskich bankach. Cliff Condon, badanie firmy Forrester, grudzień 2005.

2 Europejskie badanie dobrobytu i branży bankowości prywatnej, 2005, IBM Business Consulting

Filozofia CRM

firmy update

Dzięki update.seven, pakietowi do zarządzania relacjami z klientami (CRM) firmy update, użytkownicy są w stanie sprostać nieustannie zmieniającym się wymaganiom rynkowym.

Rozwiązanie update.seven to infrastruktura korporacyjna sprawdzająca się w zastosowaniach strategicznych, operacyjnych i taktycznych:

- » pod względem strategicznym umożliwia stworzenie szerokiej platformy CRM dla wszystkich kluczowych działów organizacji
- » w zakresie operacyjnym pozwala ustalić cele i wdrożyć działania kontrolne (tworzenie bieżących raportów), a także zaplanować i monitorować optymalne przydziałe zasobów
- » w aspekcie taktycznym zapewnia wdrożenie i realizację działań marketingowych i handlowych

Kluczowy element systemu stanowi zarządzanie informacjami dotyczącymi klientów oraz marketing ukierunkowany na wzmacnianie relacji. W centrum relacji z klientem znajduje się nie produkt, a płynące dla klienta korzyści związane z jego indywidualną sytuacją. W ten sposób można w porę dostrzec potencjał tkwiący w kliencie, jak choćby kończąca się umowę, i natychmiast odpowiednio zareagować.

Konsekwentny kontakt z klientami zapobiega ich utracie, przyciąga nowych i podnosi zyski organizacji. Decydujące są tu następujące czynniki:

- » zgranie między centralą, filiami, opiekunami klienta, specjalistami ds. produktu i pracownikami pracującymi w terenie, np. w ramach sprzedaży produktów powiązanych ze sobą, gdzie przy pomocy centralnych kampanii aktywowany jest tkwiący w kliencie potencjał
- » realizacja bieżących celów operacyjnych z uwzględnieniem różno-

rodnych potrzeb zarówno kadry kierowniczej, jak i pracowników szeregowych

- » marketing wielokanałowy, który zapewnia współpracę wszystkich „kanałów kontaktu” z klientem, takich jak kontakt osobisty z pracownikami oddziału, przez call center, stronę internetową, pocztę elektroniczną, wydarzenia, a nawet przez bankomat

System update integruje wszystkie kluczowe oddziały organizacji, w szczególności filie i centralę, działalność detaliczną, bankowość prywatną, klientów instytucjonalnych, finanse, call center, marketing oraz mobilnych pracowników działających w terenie. Dzięki naszemu rozwiązaniu możliwa jest konsekwentna realizacja kompleksowej strategii ukierunkowanej na klienta oraz szybkie i skuteczne osiągnięcie zakładanych celów.

„CRM to podstawa stworzenia bezpośrednich relacji z klientami, która pozwala nam nawiązywać nowe kontakty.”

Jürgen Dostal, bank Bawag PSK

Dzięki update.seven możliwa jest konsekwentna orientacja na klienta



Korzyści z CRM

dla Twojej organizacji

Wszyscy pracownicy mają dostęp do spójnych danych o kliencie. Ma to decydujące znaczenie dla udanej realizacji strategii CRM zarówno przy praktycznym wdrażaniu założeń strategicznych oraz obniżaniu kosztów rozwiązań informatycznych, jak i przy podwyższaniu wydajności i zysku.

Nowi klienci i wyższe zyski

Dzięki zastosowaniu systemu update.seven pozyskiwanie nowych klientów staje się łatwiejsze:

- » sieć powiązań dotychczasowych klientów pozwala nawiązać nowe kontakty i tworzy nieoceniony pomost między klientami indywidualnymi i instytucjonalnymi
- » za pomocą modułu update.seven analytics, analitycznej części systemu update można łatwo identyfikować dochodowe produkty, klientów i działy organizacji
- » kontakt z dotychczasowymi klientami przebiega w porozumieniu z ich

opiekunami poprzez profesjonalnie zorganizowane kampanie. Pozwala to uzyskać wyższy wskaźnik sprzedaży powiązanej.

Wzrost wydajności

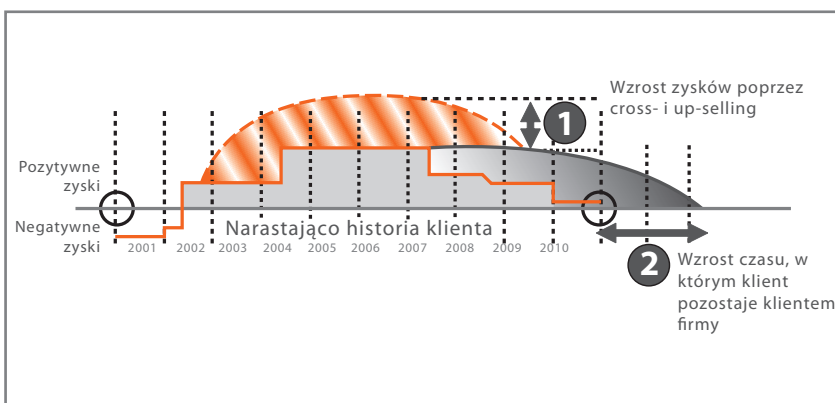
System update.seven odciąża pracowników centrali i filii od wielu czynności rutynowych. Dzięki temu mają oni więcej czasu na doradztwo indywidualne i bezpośrednią obsługę najbardziej dochodowych klientów. W przypadku działu marketingu oznacza to:

- » jedną, zoptymalizowaną bazę danych o klientach, która dzięki różnorodnym metodom porównawczym nie zawiera zdublowanych danych
- » selekcję przeprowadzoną na podstawie szczegółowych informacji o kliencie, która pozwala skoncentrować się na klientach o największym potencjale
- » automatyzację kampanii marketingowych

» personalizację i dostosowanie wiadomości dla klienta oraz wybór odpowiedniej chwili nawiązania kontaktu.

Optymalizacja sprzedaży i obsługi klientów

- » „Więcej kontaktów — więcej kontraktów”. Dział sprzedaży zawsze ma dostęp do aktualnych danych o potencjalnych klientach.
- » Kompleksowe doradztwo i obsługa procesów biznesowych prowadzą do większej liczby sprzedanych produktów w ramach danej umowy.
- » Podwyższenie wydajności realizacji zadań administracyjnych oznacza więcej czasu spędzonego z klientem.
- » Systematyczny, zautomatyzowany i odpowiedni sposób kontaktu z klientem w określonych wcześniej sytuacjach ułatwia sprzedaż produktów powiązanych lub droższych.



Zyski w przykładzie 1 pochodzą z cross- i up-sellingu, a w przykładzie 2 są efektem czasu (wzrost okresu, w którym klient jest klientem firmy)

„Jako wieloletni klient firmy update zdecydowaliśmy się w ramach naszej ofensywnej strategii rozwoju wdrożyć wersję web rozwiązania update w całej sieci sprzedaży. Dotychczasowe wyniki potwierdzają słuszność tej decyzji.”

Ralf Cymanek, zarząd banku UniCredit Węgry

Funkcjonalność

rozwiązania update.seven

Rozwiązanie update.seven spełnia potrzeby w zakresie CRM całego sektora usług finansowych. Umożliwia obsługę klientów instytucjonalnych, bankowości prywatnej i inwestycyjnej, leasingu i produktów ubezpieczeniowych.

Kompletna informacja o kliencie

W centrum systemu znajduje się „karta klienta” zawierająca wszystkie informacje o kliencie wraz z danymi dotyczącymi jego dotychczasowej obsługi i sieci powiązań. Dane te tworzą podstawę obsługi klienta, określenia jego potencjału, kampanii skierowanych do konkretnych grup docelowych i wszelkich innych metod interakcji z klientem. System uwzględnia wszystkie produkty i aktywa: konta, kredyty, papiery wartościowe, oszczędności i ubezpieczenia. W przypadku klientów niewypłacalnych pracownik widzi specjalne ostrzeżenia. Wszystkie dane można importować z wielu źródeł.

Cykl Życia Klienta

Badania rynku wykazały, że liczba i zakres wykorzystywanych produktów bankowych i ubezpieczeniowych znacząco zmienia się wraz z wiekiem grupy docelowej. I tak na przykład siła nabywczą jest uwarunkowana wiekowo i różnice sięgają tu 40%. Dlatego korzystne jest uwzględnienie w ofercie i polityce dotyczącej grup docelowych nie tylko stanu cywilnego oraz wielkości gospodarstwa domowego i dochodów, ale również wieku klienta.

Opiekun klienta otrzymuje listę produktów, które pasują do danego klienta, jego środowiska i aktualnego etapu życiowego. W razie potrzeby dane te są też dostępne dla pracowników w okienku lub w telecentrum. Dzięki temu „anonimowy klient” bezpowrotnie staje się przeszłością, a cenny czas kontaktu z klientem jest wykorzystywany wydajnie i optymalnie.

Zarządzanie kampaniami i wydarzeniami

Wiadomości dla klienta — niezależnie od tego, z którego działu i od którego pracownika pochodzą — zawsze są dostosowane do osobistych potrzeb danego klienta. Klient dowiaduje się o ofercie dokładnie wtedy, gdy jest mu potrzebna. Rozmowy z klientami odbywane są również poza standardowym „czasem działań”, przez co kontakt staje się intensywniejszy i bardziej długotrwały.

Możliwa jest też łatwa realizacja wielokanałowych kampanii, takich jak: standardowe e-mailingi, faks, telefon, poczta elektroniczna oraz Internet. Ale jaki jest sens przeprowadzania kampanii i organizacji wydarzeń bez odpowiedniej kontroli ich wyników? Nieustanna optymalizacja za pomocą analiz i raportów podwyższa wskaźnik ich skuteczności. Zarządzanie kontaktami odbywa się w sposób

The screenshot shows the 'update.seven' CRM interface. At the top, there's a navigation bar with tabs like 'Accounts', 'Collaboration', 'Marketing', etc. The main window displays the profile of 'Contact Person Mr. Heinz Mustermann'. It includes fields for 'Salutation', 'First N.', 'Lang.', 'Area Prefix', 'Tel (Mobile)', 'Acct. blocked', 'Investment mentality', 'Household/Company', 'Priority', 'Address', 'Zip/PC', 'Street', 'E-mail 1', 'Title', 'Surname', 'Private Person', 'Tel (Private)', 'Fax (Private)', 'Date of birth', 'City', 'Country', 'E-mail 2', and 'Lead Status'. Below this, there are tabs for 'Parent Data | Related Data', 'Contact', 'Relation', 'Product Overview', 'Assets', 'Potential', 'Bank Data', 'Comments', 'Survey Results', 'Income/Expenditures', 'Documents', and 'Other Ac'. The 'Income/Expenditures' tab is active, showing a table with columns for 'Income/Expenditures of Contact Person Mr. Heinz Mustermann' and '1 - 6'. The table lists various financial items like 'Employed Salary', 'Capital Assets Interest', 'Rental and Leasing Rental Income', 'Standard of Living', 'Loan', and 'Rent Rent House/Appt.' with corresponding values.

Informacje o kliencie, danych, ofertach, potrzebach, potencjale oraz portfolio produktów są dostępne za pomocą tylko kilku kliknięć.

„Szukaliśmy systemu CRM, który nie tylko aktywnie wspierałby realizację procesów doradczych i sprzedaży przez naszych doradców, ale także umożliwiałby analizę danych dotyczących klienta i realizację wspólnych zadań w wewnętrznej komunikacji firmy.”

Andreas Adam, firma American Express Finanzmanagement

profesjonalny, a nie jest pozostawione przypadkowi — po dokonaniu oceny potencjału klienta następuje systematyczny kontakt przez świadomie wybrane kanały kontaktu (czyli osobiście przez opiekuna klienta, call center, w formie pisemnej). Centralny dział marketingu przygotowuje odpowiednie kampanie, które są ostatecznie przypisywane do klientów przez ich opiekunów w filiach.

Wsparcie i zarządzanie sprzedażą: kompleksowe doradztwo

Rozwiązanie update.seven „ukierunkowuje” opiekunów klienta na wytyczne sformułowane przez kierownictwo: opiekun otrzymuje listę klientów, z którymi należy nawiązać kontakt, ponieważ wkrótce upływie ważność wykorzystywanego przez nich produktu lub umowy. Działowi doradztwa system update.seven dostarcza listę tych produktów, z których klient jeszcze nie korzysta, a które najlepiej mogą mu odpowiadać.

Oto najważniejsze funkcje:

- » indywidualne przypisanie opiekunów do klientów
- » klasyfikacja klientów (ABC) na podstawie ich portfolio

- » strategia obsługi klienta i częstotliwość kontaktów
- » zarządzanie szansami
- » określanie potencjału klienta i porównanie wyników planowanych z rzeczywistymi
- » sprzedaż mobilna

Korzyści dla kierowników działów sprzedaży to lepsza możliwość kontroli, wydajne planowanie zasobów, odciążenie doradców podczas obsługi, bardziej aktywni i skuteczni handlowcy, strategiczny przegląd portfolio klienta i lepsze porównanie z grupami referencyjnymi, co ostatecznie owocuje wyższymi zyskami.

Zarządzanie kontaktami i zadaniami

Zarządzanie kontaktami i zadaniami służy realizacji procesów biznesowych i koordynacji współpracy między działami i oddziałami. System update.seven obsługuje:

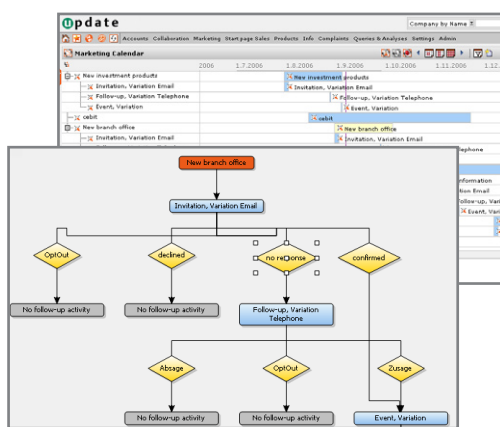
- » planowanie kontaktów
- » kalendarz i integrację z programami Microsoft Outlook i Lotus Notes
- » raporty z przebiegu kontaktu
- » zadania i zlecenia robocze, w tym zasadę „na drugą rękę” (wykonywanie niektórych czynności przez co

- najmniej 2 osoby)
- » zarządzanie przepływem pracy.

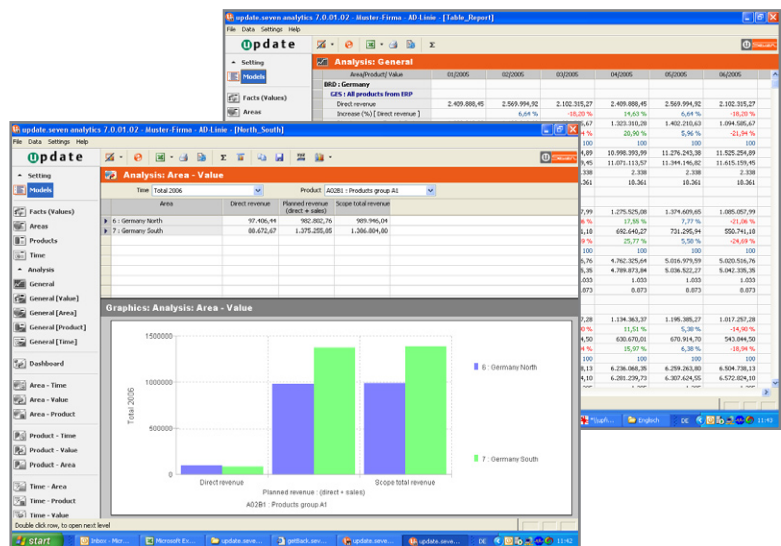
Analizy

Rozwiązanie update.seven analytics jako moduł OLAP rozszerza podstawowe funkcje operacyjne i analityczne systemu update.seven. Użytkownicy mogą tworzyć na podstawie danych CRM niezwykle szczegółowe analizy i wykorzystywać je w standardowych raportach. Dzięki temu wszyscy pracownicy zawsze mają do dyspozycji przejrzyste i ważne informacje. Funkcje modułu to:

- » centralne analizy, statystyki, symulacje
- » centralne oceny, kontrola, raporty
- » spójna hurtownia danych i narzędzia analityczne OLAP
- » wielowymiarowe analizy
- » dynamiczne raporty
- » ocena szans handlowych
- » aktywna kontrola sprzedaży
- » konsole do zarządzania
- » podstawy dla strategii, planowania i podejmowania decyzji
- » optymalizacja danych, struktur i zalet pakietu CRM update.seven.



Dzięki możliwości projektowania i planowania kampanii, pracownicy mają przegląd wszystkich planowanych, bieżących i zakończonych kampanii marketingowych.



update.seven analytics jest najlepszy dla procesów tworzenia strategii, planowania i podejmowania decyzji.

Stosunek kosztów do korzyści

oraz całkowity koszt posiadania (TCO)

Ukierunkowanie na banki, firmy ubezpieczeniowe i dostawców usług finansowych, a także elastyczność naszego rozwiązania CRM oraz krótki czas jego wdrożenia stanowią podstawę optymalnego stosunku kosztów do korzyści z naszych projektów.

Wiele instytucji finansowych ogranicza się podczas realizacji strategii CRM do standardowych rozwiązań do zarządzania kontaktami, które w niewielkim stopniu wspierają procesy biznesowe. Wszechstronne rozwiązania tworzone na specjalne zamówienie często wymagają nawet kilku lat prac zanim zostaną uruchomione, w związku z czym nie są już w stanie sprostać dynamice rynku i nieustannie zmieniającym się wymaganiom branży finansowej. W celu zapewnienia pomyślnego wdrożenia i obsługi, organizacja często zmuszona jest poświęcić znaczne zasoby własne. W efekcie zarządzanie rozwiązaniem wymaga zaangażowania wszystkich

działów, co zarazem odwraca uwagę od właściwej działalności. Podczas wdrożenia, aktualizacji oprogramowania i modernizacji infrastruktury, a także utrzymania rozwiązania pojawiają się niespodziewanie wysokie koszty operacyjne.

Zaletą rozwiązania firmy update jest gwarantowany krótki czas wdrożenia i niskie koszty. Jest to możliwe ze względu na:

- » zgodność produktu ze standardami
- » gotowe interfejsy łączące nasze rozwiązanie z istniejącymi systemami i standardami centralnych systemów bankowych
- » odpowiednie dla danego sektora szablony realizacji procesów
- » panel update.seven cockpit, centralny komponent systemu update do zarządzania procesami
- » szybkie odwzorowywanie procesów biznesowych klienta za pomocą funkcji dostosowywania do indywidualnych potrzeb.

Już przy pierwszym planowaniu kosztów uwzględniamy całkowity koszt posiadania po wdrożeniu. Oprócz kosztów licencji i utrzymania prezentujemy jasny wykaz innych kosztów, które powstają w przypadku indywidualnych zmian i dopasowań.

Zapewniamy wysokiej jakości szkolenia i obsługę, które pomagają pracownikom klienta nauczyć się bezproblemowej pracy z naszym systemem CRM, gwarantując wysoki poziom akceptacji rozwiązania przez użytkowników. Wynikiem tego jest wyważony stosunek kosztów do korzyści i skuteczne zarządzanie relacjami z klientami.

„Klient to dla nas z jednej strony zobowiązanie, a z drugiej strony złożona naszym klientom obietnica najlepszej obsługi. System CRM firmy update odgrywa przy tym znaczącą rolę, zapewniając kompleksowe przetwarzanie informacji i optymalną integrację z naszą infrastrukturą informatyczną.”

Wolfgang Neuhaus, Bank Gutmann

Już przy pierwszym planowaniu kosztów uwzględniamy całkowity koszt posiadania po wdrożeniu

Architektura CRM

update.seven

System update.seven ma elastyczną, modułową budowę.

Dzięki kompatybilnej i przejrzystej obsłudze wielu kanałów dostępu, takich jak klient-serwer, przeglądarka internetowa, urządzenia typu PDA, smartphoney, czy iPhone, oferujemy klientowi szerokie spektrum funkcjonalności i innowacyjne, łatwe w obsłudze interfejsy. Oto wybór najważniejszych funkcji:

- » Web/Windows/PDA/Blackberry/Smartphone/iPhone
- » użytkownicy online i offline
- » dostosowany do potrzeb branży, standardowy, rozszerzalny model danych
- » możliwość telefonicznej obsługi klienta z poziomu aplikacji
- » szczegółowe zarządzanie uprawnieniami
- » kompleksowe zabezpieczenia
- » konfiguracja bez konieczności programowania
- » architektura zorientowana na

- usługi (SOA)
- » otwarte interfejsy
- » łatwa integracja modułów zewnętrznych i wewnętrznych
- » łatwa integracja z centralą telefoniczną
- » integracja z programami Microsoft Outlook i Lotus Notes
- » integracja z pakietem Microsoft Office
- » wsparcie standardowych banków danych

Umożliwiamy klientom wybór modułów, które najlepiej odpowiada-

ją ich wymaganiom. Wraz z naszymi partnerami pomagamy wprowadzić dodatkowe uwarunkowania, korzystając z szablonów biznesowych i funkcji dostosowywania do indywidualnych potrzeb.

Szczególnie zależy nam na innowacyjności i nieustannym rozwoju. Duże znaczenie ma dla nas przy tym, aby również w przyszłości mieć na uwadze czołowe standardy branżowe, kompatybilność wstecz naszych implementacji, a także minimalizację wydatków na migrację i szkolenia.

	Moduł	Funkcjonalność
update.seven CRM Suite	update.seven win	Aplikacja windowsowa szybka adaptacja dostęp online i offline
	update.seven web	Aplikacja webowa bez konieczności administrowania dostęp online i offline
	update.seven pda	Klient PDA mobilny CRM idealny dla pracowników terenowych i serwisu
	update.seven mobile	Klient Smartphone i Blackberry CRM w każdym miejscu o każdej porze
	update.seven cockpit	Narzędzie graficzne wykorzystywane do zarządzania procesami i konfiguracją
	update.seven groupware	Synchronizacja z systemami pracy zespołowej aktywności kalendarz
	update.seven phone	Interfejs z centralą telefoniczną do rozmów przychodzących i wychodzących
	update.seven analytics	Moduł OLAP i Hurtownia Danych do wielowymiarowych raportów i analiz
	update.seven interface & webservice	Dwukierunkowy XML i webowy interfejs integracja update.seven z innymi aplikacjami
	update.seven match	iLepsza jakość danych Usuwa duplikaty

Sukcesy naszych Klientów są naszymi sukcesami

Od 1988 r., czyli od założenia naszej firmy, wraz z klientami, partnerami, pracownikami i analitykami żyjemy zarządzaniem relacjami z klientami.

Co roku nasi klienci otrzymują nagrody za udane projekty:

Zadaniem nagrody CRM Best Practice Award³ jest zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat zarządzania relacjami z klientami i jego wpływu na pracowników, procesy biznesowe oraz organizacje. Ocena projektów jest dokonywana z uwzględnieniem kryteriów kluczowych dla sukcesu rozwiązania CRM, które ustalane są przez komisję ekspertów. Od 2000 r. nagrodą CRM Best Practice Award zostały wyróżnione innowacyjne i udane projekty CRM licznych klientów naszej firmy.

Nagrodę CRM Award 2002⁴ przyznano firmie update za „wybitne osiągnięcia jako producenta oprogramowania CRM”⁵. Decydujące znaczenie miała przy tym między innymi możliwość współpracy oprogramowania CRM z aplikacjami mobilnymi CRM, szybkie i udane wdrożenie rozwiązania w

firmie klienta, specjalizacja branżowa i dostępność w wielu wersjach językowych.

ISM, amerykańska firma doradcza specjalizująca się w zagadnieniach CRM, przyznaje prestiżową nagrodę CRM software award⁶ już od 1992 r. Wyróżnienie update w 2008 r. to już siedemnasta z rzędu nagroda ISM dla naszej firmy!

W 2007 r. rozwiązanie update.seven uzyskało też najwyższą notę w badaniu CRM Excellence Test⁷, pokonując produkty konkurencyjne. Test porównawczy przeprowadziła firma Gesellschaft zur Prüfung von Software mbH (www.gps-ulm.de) [Zrzeszenie na Rzecz Testowania Oprogramowania] oraz Stephan Bauriedel, berliński konsultant z dziedziny CRM (www.sbauriedel.de). Jednocześnie system update.seven został nagrodzony nowym znakiem jakości „CRM Excellence”.

Również sama firma update przyznaje własną nagrodę update Customer Excellence Award. Wyróżniane są

przedsiębiorstwa wdrażające nowe rozwiązania CRM, w kategoriach Lider Innowacji, Bliskość z Klientem, Doskonałość Operacyjna i Organizacja Non-Profit.

Coraz więcej instytucji z sektora bankowego, firm ubezpieczeniowych i dostawców usług finansowych powierza nam realizację swojej strategii CRM. Obecnie nasze rozwiązanie wykorzystywane jest w ponad 80 krajach na świecie. Liczne wersje językowe systemu wspierają klientów przy wszystkich czynnościach związanych z CRM zarówno na płaszczyźnie krajowej, jak i międzynarodowej.

Intensywna działalność badawcza i czołowa pozycja firmy update na rynku rozwiązań CRM zapewniają długoterminowe zabezpieczenie inwestycji naszych klientów z branży usług finansowych.

Państwo również mogą powierzyć nam realizację strategii CRM swojej organizacji!

»gorelate«

Klienci w ponad 80 krajach korzystają z naszego oprogramowania

3 <http://www.crm-expo.com>

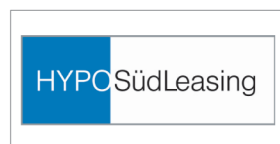
4 <http://www.schwetz.de/crmaward2002.htm>

5 Wolfgang Schwetz

6 <http://www.ismguide.com>

7 <http://www.sbauriedel.de/crm/crm-test>

Nasze referencje w bankowości i sektorze usług finansowych



»gorelate« oznacza pomyślne relacje naszych Klientów z ich Klientami. Zainspirowani naszą filozofią działania i wyposażeni w rozwiązanie do zarządzania relacjami mogą wykorzystywać zgromadzone informacje tak, aby wciąż zaskakiwać swoich Klientów.

»gorelate«

informacje są kluczem do tworzenia relacji



update sales GmbH

Operngasse 17-21
1040 Wien
Austria

tel.: +43/1/878 55-0
fax: +43/1/878 55-200
mail: info.at@update.com

update software Germany GmbH

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt
Germany

tel.: +49/69/427231-0
fax: +49/69/427231-200
mail: info.de@update.com

update software Switzerland GmbH

Wyssgasse 6
8004 Zürich
Switzerland

tel.: +41/44/744 30 60
fax: +41/44/744 30 61
mail: info.ch@update.com

update software Benelux B.V.

Herikerbergweg 284
1101 CT Amsterdam
The Netherlands

tel.: +31/20/311 8000
fax: +31/20/311 8001
mail: info.nl@update.com

update software s.r.o.

Tomanova 6
613 00 Brno
Czech Republic

tel.: +420/5/45 42 28 11
fax: +420/5/45 42 28 18
mail: info.cz@update.com

update software Magyarország Kft.

Dorottya u. 1.
1051 Budapest
Hungary

tel.: +36/1/266 72 10
fax: +36/1/266 72 83
mail: info.hu@update.com

update CRM Sp. z o.o.

ul. Bukowska 22B
02-703 Warszawa
Poland

tel.: +48/22/380 16 00
fax: +48/22/380 16 01
mail: info.pl@update.com

update software France S.A.R.L.

7 rue du Général Foy
75008 Paris
France

tel.: +33/1/44 70 16 70
fax: +33/1/44 70 16 79
mail: info.fr@update.com

update Life Sciences International GmbH

Landsberger Straße 110
80339 München
Germany

tel.: +49/89/890213 10
fax: +49/89/890213 55
mail: info.lsi@update.com

update CRM Inc.

103 Carnegie Center, Suite 300
Princeton, New Jersey 08540
USA

tel.: +1/917 886 9405
mail: info.us@update.com

**Headquarters
update software AG**

Operngasse 17-21
A-1040 Vienna
Austria

tel.: +43/1/878 55-0
fax: +43/1/878 55-200
mail: info@update.com

The logo for go relate, with 'go' in a lowercase sans-serif font and 'relate' in a larger lowercase sans-serif font, followed by a trademark symbol (TM).**update Financial Services International GmbH**

Bahnstraße 67
50858 Köln
Deutschland

tel.: +49/2234/4074-0
fax: +49/2234/4074-80
mail: info.fsi@update.com

copyright 2009 | update software AG

All company and product names contained in this document might be protected trademarks of the respective entities. All information contained herein may be changed at any time if required, without any prior notification and may not be reproduced or circulated in any form without the prior written approval of update software AG. In no event shall update software AG be liable for the completeness of the information contained in this document.