

Samantekt

Samantekt: **CRM innleiðing og mæling árangursþátta**

Nemandi: Þóra Kristín Sigurðardóttir

Sérsvið: Stjórnun og stefnumótun

Dagsetning: Maí 2007

Markmið rannsóknarinnar var að fá fram viðhorf, skoðanir og upplifun starfsmanna fyrirtækjasviðs þjónustufyrirtækis á innleiðingu CRM kerfis og hugmyndafræði (e. Customer Relationship Management). Í fræðilega kaflanum er fjallað um helstu árangursþætti CRM og hvað stjórnendur, sem hafa trú á því að viðskiptavinamiðuð stefna færi fyrirtækjum betri árangur, geta gert til að breyta hugsun í þá átt. Rannsóknin takmarkaðist við fyrirtækjasvið þjónustufyrirtækis og var um þátttökuathugun að ræða þar sem gögnum var safnað með viðtölum, rýnihópafundum sem og öðrum gögnum frá fyrirtækinu sem gátu nýst í rannsókninni.

Í niðurstöðum var lagt mat á árangur CRM innleiðingar á fyrirtækjasviði þjónustufyrirtækis auk þess sem niðurstöður rannsóknar ásamt mati höfundar voru settar fram í CRM árangursþáttalíkan til að meta CRM þroska fyrirtækisins. Helstu niðurstöður rannsóknarinnar voru að CRM innleiðingin gekk ágætlega fyrir sig þótt öllum markmiðum hafi ekki verið náð. Niðurstöður greiningar á CRM árangursþáttum þjónustufyrirtækisins leiddu í ljós að CRM þroski fyrirtækisins væri frekar lítill.

Rannsóknin gæti nýst þjónustufyrirtækinu sem stöðumat með það að markmiði að læra af því sem betur hefði mátt fara í CRM innleiðingunni áður en innleitt verður í allt fyrirtækið. Ef stjórnendur fyrirtækisins hafa áhuga á að nota niðurstöður CRM árangursþáttamælingarinnar væri hægt að gera áætlun um áframhaldandi vinnu í átt að viðskiptavinamiðuðu fyrirtæki. Í umræðukaflanum eru lagðar fram tillögur sem fyrirtækið gæti nýtt í þeirri vinnu.