

Infomag

Abone yönetimi ve kampanya süreçlerini CRM üzerinde modelleyen Infomag, bir yılda yaptığı kampanya sayısını üçe katlayarak, abone sayısında hedefin çok üstüne çıktı.

Infomag, Business Week ve Skylife dergilerini yayınlayan Infomag grubu, abone ve kampanya yönetiminde daha etkin olmak, abone sayısını artırmak ve detaylı analizler yapabilmek için bir çözüm arayışına girmişti. Kendilerine özel olacak bu çözümü, hazır bir yazılım ile çözemeyeceklerini biliyorlardı. Ancak Microsoft Dynamics CRM'in geliştirmeye açık platformu ile istedikleri süreçleri kolaylıkla yönetebileceklerini gören firma, tüm abone yönetim süreçlerini CRM'e taşıdı. Daha çok sayıda kampanya, daha fazla geri dönüş ile tamamlanır hale geldi.

Modern iş dünyasının her noktasına dokunan içeriği, kendine özgü tarzı ve yüksek derecede okunurluk sağlayan etkili tasarımı ile Infomag Dergisi, iş dünyasının bütününe hitap eden bir yayının kimliğine sahip. Derginin hedef kitlesini, başta orta ve üst düzey yöneticiler olmak üzere iş dünyasının tüm ilgilileri oluşturuyor. Bununla birlikte iş dünyasına ışık tutan, geleceğe yönelik öngörü oluşturmaya yönelik bir yaklaşım benimseyen yüzüyle Infomag, geleceğin yöneticileri olacak üniversite öğrencilerinin de tercihi haline geliyor. Son 10 yıldır iş dünyasının rehber dergisi olma misyonuyla hareket eden Infomag, ekonomi, iş dünyası, politika, analiz, araştırma ve özel dosyaları ile zengin bir içeriğe sahip.

Ticari Durum

Infomag için en önemli konulardan biri abonelik sisteminin doğru yönetilmesi ve abone sayısının sürekli artırılması idi. Yaklaşık 10,000 abonesine ait kayıtları merkezi bir veritabanında toplayıp, abonelere ait demografik analizler yapmak, abone bitiş sürelerini hesaplamak, bitiş süresine yakın hatırlatmalar yapmak gerekiyordu. Abonelik süresi dahilinde değişen iletişim bilgilerinin takibi de kritikti. Müşterilerden gelen ve yönetmekte zorlanılan bir başka süreçte aboneliklerini dondurmak isteyen müşteriler idi. Bu haklarını dondurmak ve sonrasında yeniden aktifleştirmek, mevcut sistemler ile zorlanılan alanlardan biriydi. Artan internet kullanımı ile birlikte aboneler pek çok işlemi web üzerinden yapmak hatta dergiyi online olarak okumak istegindeydiler.

Çözüme Genel Bakış

Müşteri Profili

Modern iş dünyasının her noktasına dokunan içeriği, kendine özgü tarzı ve yüksek derecede okunurluk sağlayan etkili tasarımı ile Infomag Dergisi, iş dünyasının bütününe hitap eden bir yayının kimliğine sahip.

Ticari Durum

Yaklaşık 10,000 abonesine ait kayıtları merkezi bir veritabanında toplayıp, abonelere ait demografik analizler yapmak, abone bitiş sürelerini hesaplamak, avantajlı yenileme önerileri göndermek, kişi hedefli kampanyalara ve geri dönüşlerin duyurularına geri dönüşleri kampanya etkinliklerini takip etmek.

Çözüm

Microsoft Dynamics CRM

İş Ortağı

B&M Muhsinoğlu Bilişim Hizmetleri A.Ş.

Yararlar

- Etkin kampanyalar
- Abone Takip Sistemi
- Farklı pazarlama İşbirliklikleri
- Düşen Bilgi Teknolojileri Giderleri
- Genişletilmiş CRM Kullanımı
- Personel Verimliliğinde Artış



Tüm bu ihtiyaçları karşılamak üzere farklı uygulamalar geliştiren Infomag, sürekli ek geliştirmeler ile karmaşıklaşan sistemi yeniden yapılandırmak ve daha etkin, kolay desteklenebilir bir platforma taşımaya karar verdi.

Çözüm

Yeni platform için öncelikli olarak online servisleri inceleyen Infomag, istediği bazı kritik fonksiyonların karşılanmadığını gördü. Bilgi İşlem Direktörü Sn. Ahmet Usta "Ya sıfırdan kendimiz geliştirme yapıp istediğimiz çözümü ortaya çıkaracaktık, ya da var olan çözümleri kabul edip, mümkün olduğunca esnetmeye çalışacaktık." diyerek o günkü durumlarını özetlemekte.

Sn.Usta bir de Microsoft'a danışmayı uygun görerek, bu konuda öneri rica etmiş. Microsoft yetkilileri, Microsoft Dynamics CRM iş ortağı B&M Muhsinoğlu tarafından geliştirilen Galatasaray Spor Kulübü çözümünü incelemelerini önermişler. B&M Muhsinoğlu ile bir araya geldikten sonra çok benzer süreçlerin başarı ile ele alındığını ve çözümlendiğini gören Infomag projeyi B&M Muhsinoğlu ile birlikte Microsoft Dynamics CRM üzerinde geliştirme kararı aldı.

Sn. Usta'nın bizzat görev aldığı proje ekibi ile B&M Muhsinoğlu danışmanları birarada çalıştı. Tüm süreçler masaya yatırıldı. Tüm birimlerin görüşleri ile birlikte en doğru tasarım gerçekleştirildi. Tasarım sırasında yeni ihtiyaçlar ortaya çıktı. Bu ihtiyaçlar için de gerekli kararlar ve projelendirme yapılarak proje kapsamı genişletildi. Proje 2009 Ocak ayı içinde canlı kullanıma alındı.

Yararlar

Etkin kampanyalar

Yeni aboneler elde etmek için farklı ve yaratıcı kampanyalar kurgulayan Infomag, yeni sistemin sağladığı avantajlardan sonuna kadar yararlanmakta. Yenilenen abonelik websitesi ile CRM kurulumunu entegre eden Infomag, kampanya sonucunda ilgili yeni müşteri adayını bu websitesine yönlendirmekte. Kampanyalarını bu websitesine yönlendiren Infomag, eskiden yönetmekte zorlandığı kampanya sonrası dönüşlerini çok kolaylıkla yönetebilmekte.

Eskiden kampanya yaparken geri dönüşlerin çok olmasından ve taleplere yetişememekten korkan Infomag, yeni sistem ile birlikte bu korkuyu yenmiş durumda. 1 milyon kişiye bile kampanya yapabilmekte. Özellikle cep telefonu ya da Samsonite çanta gibi cazip hediyelerin verildiği kampanyalara gelen yüksek talep, web sitesinden otomatik olarak girilen talepler ile buradan otomatik olarak CRM veritabanına akan bilgiler sayesinde etkin olarak kullanılmaya başlandı.

Ayrıca farklı kanallardan tanıtılan kampanyalar için farklı kampanya kuponları yaratıldı. Böylece her kampanya için geri dönüşler ayrı ayrı takip ediliyor ve farklı kanallar için en etkin kampanya içeriği belirlenmeye çalışılıyor. Ayrıca bu kuponları kullanan müşterilerin daha sonra ki davranışları analiz edilmekte. Örneğin 2 ay ücretsiz abonelik kampanyasında yararlanan ama 2 ay sonunda aboneliklerini yenilemeyen kişiler raporlanarak, çağrı merkezine yönlendirilebilmekte. Ya da Infomag aboneliği almış ama Businessweek aboneliği almamış kişiler belirlenip farklı seçenekler önerilebilmekte.

Abone Takip Sistemi

Infomag gerçekleştirdiği proje sonrasında abonelerinin profilini sistemde detaylı olarak takip edebilmekte. En çok zorlandıkları abonelik bitimi hatırlatmaları yeni sistem ile bir düzene oturdu.

Microsoft®

Hatırlatma olmayınca abonelikleri kesilen müşterilerin tepkileri olduğu gibi, çağrı merkezinden gelen hatırlatma aramalarından da rahatsız olan abonelerde olmaktadır. Sistemden giden ve müşteriye çağrı merkezi aramalarından daha az rahatsız eden hatırlatma e-posta ve kısa mesajları ile müşteri memnuniyeti artarken, abonelik yenileme oranları da arttı.

Farklı Pazarlama İşbirliklikleri

Yeni sistemle birlikte kampanya kurgulama ve takip etme yeteneği çok artan Infomag, farklı kurumlarla daha fazla ortak kampanya düzenleyebilmekte. Ortak düzenlenen kampanyalarda karşı kurumun da bazı beklentileri olabilmekte. Bu beklentilerin yerine getirilmesini de sisteme tanıtılan ek koşullar ile denetlenebilmekte. Örneğin bir banka ile ortak kampanya yapılmaktaysa, ödemelerin ilgili banka kartlarından ödeme yapılması zorunlu hale getirilebiliyor. Böylece ortak kampanyadan her üç tarafın da yararlanması sağlanıyor.

Düşen Bilgi Teknolojileri Giderleri

Sn. Usta, CRM'in kolay tasarım ekranları ve iş akışı geliştirme şablonları ile dışarıdan destek almadan kendi temel ihtiyaçlarını karşılayabilmekte. Bu sayede danışmanlık giderlerinin ve sistem bakım maliyetlerinin çok düştüğünü belirtiyor. Sn.Usta "Yeni sistem bize inanılmaz bir maliyet avantajı sağladı. Sistemin Microsoft'un diğer ürünleri ile entegre çalışması da bizim için çok önemli. Kullanıcılarımız çok rahat etti." diyor.

Genişletilmiş CRM Kullanımı

Infomag, CRM platformunu tanıdıkça, şirket içi farklı süreçler için kullanmaya da karar verdi. Sn.Usta bu durumu "Nasıl kullanılacağını biliyorsanız, CRM muhteşem bir ürün" diyor ve hemen ekliyor "Abartmıyorum"...

Infomag içinde reklam rezervasyon takip departmanı da işlerini CRM ile yönetmeye başlamış. Yıllık anlaşmalar, aylık satışlar, ordino formları, yayın formları vb. pek çok reklam süreci CRM tarafından takip ediliyor ve ilgili belgeler sisteme yüklenerek her an erişim sağlanıyor.

Personel Verimliliğinde Artış

Sistemin devreye alınması ile birlikte, abonelere ait veri girişi diye birşey kalmadı. Müşteriler abone olurken verilerini internet sitesinden kendileri giriyorlar. Müşterinin girdiği bilgiler kontrol edilip onaylandıktan sonra sistemde aktif hale geliyor. Veri girişinin ortadan kalkması ile, çalışanların verimliliğinde artış oldu ve kazanılan bütçeler pazarlama işlerine kaydırıldı. Eskiden bir yılda ancak 6 ile 9 arası kampanya yapılabilirken, şimdi hem çalışan verimliliğinde artış hem de kampanya geri dönüşlerinin otomatik takibi ile bir yılda 25-26 kampanya yapılabiliyor. Bu da abone sayısının artışı için çok olumlu sonuçlar yaratıyor.

Microsoft İş Ortağı	B&M	www.bm.com.tr
<p>B&M Muhsinoğlu Bilişim Hizmetleri A.Ş., 1982 yılından bu yana Bilişim alanında Türkiyenin önde gelen kuruluşlarına sektörel çözümler sunmaktadır. Beyaz Eşya, Elektronik Eşya ve Mobilya Sektörlerinde Bayi ve Servis Teşkilatlarının kurulması ve desteklenmesi; Proje Satışı ve Danışmanlık konularında faaliyet gösteren kuruluşların iş süreçlerinin ve müşteri ilişkilerinin yönetimi derin uzmanlık alanlarıdır. Microsoft Teknolojileri üzerine yaptığı yatırımlar ve gerçekleştirdiği uygulamalar ile 7 dalda Microsoft Gold Partner ünvanına hak kazanan B&M halen Bostancı Merkez ve Kocaeli Teknopark da müşterilerine hizmet sağlamaktadır</p>		