

CRM – koncepcja uzupełniająca podejście ERP, zwiększająca efektywność działań sprzedaży i marketingu.

1 Wstęp.....3

2 Podejście ERP uzupełnione koncepcją CRM

2.1 Systemy klasy ERP i SCM.....12

2.2 Dostawcy technologii ERP i SCM.....15

2.2.1 Baan – Supply Chain Solutions.....15

2.2.2 SCOR.....16

2.2.3 SAP mySAP.com i AP0.....17

2.3 Obszary działalności ERP.....20

2.3.1 Aplikacje typu Front Office.....20

2.4 Uzupełnienie podejścia ERP koncepcją CRM.....25

2.4.1 Systemy klasy CRM.....25

2.4.2 Moduły systemów CRM.....30

2.4.3 Cele wyznaczone systemowi klasy CRM.....33

3 Wdrożenie systemu CRM

3.1 Metodologia wdrażania41

3.2 Wdrożenie systemu CRM – z punktu widzenia handlowca.....42

3.3 Przyczyny niepowodzeń, błędy popełniane przy wdrażaniu..... 45

3.3.1 Cel wdrożenia CRM.....49

3.3.2 Koszty wdrożenia.....52

3.4 System CRM w korporacji ORACLE.....53

3.4.1 CRM w wydaniu Oracle.....53

3.4.2 Oprogramowanie Sales On Line w Oracle Applications.....55

3.4.3 Czego oczekiwano i co zostało wdrożone.....57

4 Podsumowanie i wnioski59

5 Indeks rysunków i tabel.....64

6 Literatura65