

SugarCRM a gyakorlatban

Interjú Szigetvári Csabával, a program magyaráztát végezte

A SugarCRM-nél akár csak minden más, szabad szoftver esetén mindenki könnyen hozzáférhet a program dokumentációjához, és szabadon olvashatja, tesztelheti a szoftvert mind otthoni, mind pedig éles környezetben. Ez az egyik legényesebb érv, ami a szabad szoftverek mellett szól.

Nem csak egy demó programot kapunk egy-két hétre, korlátozott képességekkel, hanem magát a teljes értékű szoftvert tudjuk kipróbálni a bevezetés előtt. Így vagy még időben fény derül arra, hogy a szoftver nem felel meg a céljainknak, vagy ingyen jutottunk egy kiváló megoldáshoz.

Egy zárt forráskódú, kereskedelmi szoftver pedig, ha mégsem tudja a beígért funkciókat megvalósítani, amit például a demóból cselesen kihagytak, akkor jogosan becsapva érezhetjük magunkat, még ha esetleg később sikerül is visszaszerezni a szoftver árát. Úgy gondoltam, hogy hasznos lenne utána járni, annak, hogy mik a tapasztalatok a *SugarCRM* használatával. *Szigetvári Csaba* fordította magyarrá, majd több helyre be is vezette a *SugarCRM*-et, így őt kérdeztem arról, hogy milyen tapasztalatai vannak a szoftver használatával kapcsolatban.

- *A SugarCRM-ről szóló cikk készítése során nagyon sok különböző leírást találtam arról, hogy mik a CRM rendszerek, illetve hogy milyennek is kell lennie egy CRM rendszernek. Neked mi erről a véleményed, milyen alapvető funkciókkal kell rendelkeznie egy jó CRM szoftvernek?*
- A CRM betűrövidítés az angol „Customer Relationship Management” kifejezésből származik, amit hozzávetőlegesen ügyfélkapcsolati ügyintézként lehet fordítani. Olyan folyamatokra és módszertani alkalmazásokra utal, amelyek az ügyfél igényeinek, elvárásainak és szokásainak elemzésével igyekeznek megerősíteni az ügyfélkapcsolatokat. A CRM rendszerek általános célja az ügyfelek, az értékesítés, a marketing hatékonyságának, piaci folyamatok és visszajelzések adatainak kezelése és kiértékelése. A CRM rendszer segít az üzleti vállalkozásnak a műszaki lehetőségek kiaknázásában, valamint a meglévő és potenciális ügyfelek helyes megítélésben. Főbb összetevői lehetnek:

- kapcsolattartás adatainak kezelése (ügyfél adatok, döntéshozatal hierarchiája, lehetséges üzletek várható nagyságrendje)
- üzleti lehetőségek elemzése (folyamatok becslése, döntéshozatal segítő előrejelzések)
- kommunikációs eszközök (web-alapú ügyfélkapcsolat, e-mail és automatizált e-mail visszacsatolások, bejövő hívások nyilvántartása, kampánymenedzsment, honlap-analitika, kérdőívek)
- szerződés nyilvántartások (szerződések, szerződés tervezetek, szándéknyilatkozatok tárolása)

Az elvárások CRM rendszerekkel szemben:

- ügyfélszolgálat szintjének javítása
- növelni az ügyfélforgalmat
- új ügyfelek szerzése
- termékértékesítés hatékonyságának növelése
- az üzletkötés előkészítési időtartamának csökkentése
- marketing és disztribúciós folyamatok áttekinthetővé tétele

A CRM rendszerek a csoportos munkát elősegítő és koordináló ügynevezett *Workgroup* szoftverek egy speciális ága. Sok tekintetben hasonlóak az *BPM* rövidítéssel jelölt „Business Process Management” típusú alkalmazásokhoz, amelyek az üzleti folyamatok általános meghatározását célozzák. A CRM rendszerek azonban sokkal konkrétan egy jól meghatározott üzleti részterületre összpontosítanak.

- *A következő kérdés azt hiszem meglehetősen magától értetődő: miért éppen a SugarCRM mellett tetted le a voksodat, illetve miért pont ezt a szoftvert fordítottad le? Mik voltak a legényesebb érvek és ellenérvek?*
- A SugarCRM 2004 őszén került a látótérbe, és körülbelül 2 hónapos helyi tesztelés után elég stabilnak bizonyult a felvállalt feladat ellátására. Ezt követően három olyan

cégnél került bevezetésre, ahol rendszergazdai tevékenység keretében érintve vagyok. Valamennyi cég kevesebb mint 5-20 munkatárssal dolgozik, ami azt jelenti, hogy szükség van a csoportos munka szervezését segítő szoftverre, viszont a LotusNotes és hasonló jellegű termékek minden tekintetben túllőnek a célon.

A SugarCRM-nél számos dolgot említhetek előnyként. *AMP (Apache/MySQL/PHP)* alapon fut, így csupán a szerver-telepítés igényel kiemelt figyelmet. Ugyanakkor platformtól függetlenül alkalmazható a felhasználók gépein (így egy *Apple iBook* éppúgy része lehet a csoportmunkának, mint a *Windows* és *Linux* felhasználói gépek). Forráskód tekintetében szabad szoftver, így nem alakul ki olyan függőség egy gyártó felé, amelynek hosszú távon nehezen kalkulálható anyagi és szervezeti vonzatai lehetnek (ha túl nagy a gyártó, akkor alig vehető rá egyedi kiegészítésekre; ha túl kicsi, akkor fennáll a veszély, hogy nem tudja fenntartani a termék folyamatos fejlesztését). Ez azt is jelenti, hogy egyedi kiegészítő fejlesztést önerőből is eszközölhetünk, ha a cég működése az általánostól eltérő követelményeket támaszt (az egyik felhasználó pl. egy utazási iroda, ahol hosszú távon szükség lesz bizonyos célirányú kiegészítésekre).

Az adatmentések, illetve adatok export/import funkciói a *MySQL* adatbázisból problémamentes folyamatok.

A *SugarCRM* működtetéséhez a szóban forgó létszámok mellett bőven megfelelnek szervergépnek azok a régi elfekvő *Pentium I* és *II*-es gépek, amelyeken *Windows* rendszer már nem futtatható: a *Windows98* biztonsági támogatása teljesen megszűnt, a *Win2k/NT* esetében is hamarosan ez lesz a helyzet, a *WinXP* pedig keservesen köhög ezeken a gépeken. Ugyanezek a gépek *Linux* telepítéssel még akkor is ütemesek, ha *X11* fut rajta, a *SugarCRM*-nek pedig szervertként a terminális üzemmód is megteszi.

Ár tekintetében szabad szoftver, ami leginkább azért lényeges, mert 30-napos próbaverziókkal nem lehet egy cég keretében tesztelni szoftvert, ugyanakkor zsákbamacskára sem érdemes költeni. A *SugarCRM* mögött egy kommersz vállalkozás áll, ha tehát valaha adódna olyan helyzet, amikor nagyon gyorsan és megfelelő minőségű kiegészítő megoldásra volna szükség (ilyenkor általában a pénztárca is lazul), akkor van közvetlenül kihez fordulni. Ha megszűnne ez a cég vagy profilt váltana, akkor még mindig megmaradnak a szabad forráskód előnyei. Végül a munkafelület funkciói félreérthetetlenek, így a gyakorlatban nem igényel különösebb oktatást, betanítást.

- *Nyilván szembekerültetek több nehézséggel is, például nem volt magyar fordítás a termékhez, vannak-e más olyan hiányosságai a szoftvernek, melyek nehézséget okoztak a bevezetés, használat során?*
- Magyar vállalatnál nem csupán illik, de többnyire célszerű is magyar felhasználói felülettel működő szoftver alkalmazása. Ez abban az adott pillanatban nem állt rendelkezésre, de felvállalható idő- és költségfordítással megoldhatónak bizonyult.

A hozzáférési jogosultságok korlátozottak. A felhasználók adminisztrálásától eltekintve minden felhasználó bármilyen adatot felvezethet és törölhet. A belső levele-

zést is minden bejelentkezett felhasználó láthatja, nem csupán az akinek szól. Ebben a formában a belső levelezés inkább a munka kiosztására korlátozódik. Ennél valamivel árnyaltabb megoldás hasznos lenne. Ez az igény tudtommal a *SugarCRM* fejlesztői felé a kapcsolódó fórumokon keresztül már megfogalmazódott, de a jelenlegi ütemtervben még nem szerepel (az aktuális helyzetfelméréshez érdemes nyomon követni a fórumbeszéléteket). Jelenleg úgy küszöböltük át a helyzetet, hogy az egyik cégnél többször telepítettük fel a *SugarCRM*-et, így minden munkacsoport a saját adatbázisával dolgozik. Ennek hátránya, hogy az átfedő adatokat többször kell felvezetni, külön-külön az egyes adatbázisokba.

- *Sok helyen olvashatjuk, hogy a CRM rendszerek növelik a hatékonyságot, és ezáltal esetleg plusz bevételekhez is juthat a vállalat, ahol megfelelően használnak egy CRM szoftvert, mi a helyzet azoknál a cégeknél, ahová te vezetted be SugarCRM-et? Érezhető-e már valamilyen pozitív változás?*
- A *SugarCRM* eddig jól teljesíti az elvárásokat, de véglegesen nem szeretnék még ítéletet mondani róla, mert a hatékonysága akkor lesz csak bizonyítható, ha ténylegesen éltető eleme lesz a cégműködésnek. Ennek pedig az a feltétele, hogy napi használatú eszközzé váljon a munkatársaknak és (ami fontosabb) a főnököknek egyaránt. Ha a főnök használja, akkor az alkalmazottak is használni fogják.
- *Három bevezetés után, akkor nyilván van már tapasztalatod arról, hogy hogyan érdemes elkezdni a SugarCRM bevezetését?*
- Első lépésben egységesen ügyfeladatokat és címlistákat vezetünk fel. Ez az alap. Ha első reflexként a *CRM* adatbázisban keresnek a munkatársak adatokat, akkor idővel a többi lehetőséget is kezdik kiaknázni. Második lépés a belső információmozgás (belső levelezés) átírányítása a *CRM* keretein belülre. Ez kis létszámú cégnél nehézkes, mert egyszerűbb átmenni a másik irodai szobába megbeszélni valamit, vagy telefonon gyorsan átszólni. A belső levelezés tényleges célja az írásos folyamatdokumentáció, az ügyek utólagos nyomonkövethetősége. Ahol anyagi vonzata van döntéseknek, ott a felelőségeket is egyértelműen kell látni. Ennek a lépésnek a teljesítése tulajdonképpen nem a *CRM* működésének függvénye, hanem a munkaszervezésé. Az ilyesmi e-mail útján is megoldható, de felesleges egy belső használatú üzenetet világ körüli útra indítani ahhoz, hogy a másik szobába megérkezzen – melleleg az adatbiztonsági elvárásoknak is jobban eleget tesz, ha csak az intraneten belül mozog. Harmadik lépés lenne a *CRM* rendszer használata eredménykimutatásokra. A *SugarCRM* nyilván nem egy ügyviteli vagy számviteli rendszer, de megfelelő felhasználói ambíciókkal költségnem, költséghely és költségviselő jellegű összefüggések grafikonos kimutatására már a jelenlegi változatában is alkalmas. A *SugarCRM* alapvetően egy pénzügyi szemléletet tükröző logikai keretrendszer.

Az interjút készítette Horváth Ernő