

“Hız bizim için çok önemli, sistemi açtığımız zaman sabah Adana’dan girilmiş bir bilgiyi okuyup karar alabiliyoruz. Kendimizi güvende hissetmemizin bir nedeni de Bimsa’nın daima yanımızda olması ve bizi yönlendirmesidir.”

Olmuksa CRM 3.0. Projesi

Oluklu mukavva sektörünün lider kuruluşu Olmuksa, CRM projesi sayesinde yeni müşteri kazanma maliyetini düşürmeyi, satışlarını ve servis kapasitesini en üst düzeye çıkarmayı, potansiyelini en iyi şekilde kullanmayı amaçladı.



Gülay Genç, Olmuksa Pazarlama Müdürü



Projenin getirdikleri:

- Oluklu mukavva sektörünün yoğun rekabet ortamında ihtiyaç duyulan müşteri odaklı yaklaşım
- Tanımlanmış iş süreçleri
- Müşterinin kurum çapında tanınması
- Müşteri ile yapılan her türlü etkileşimin ortak bir kaynaktan toplanması
- Müşterinin farklı ekipler (yönetim, satış, pazarlama, ürün geliştirme) tarafından izlenebilmesi
- Müşteriler ile her kanaldan kapsamlı bir ilişki yürütülebilmesi
- Satış modülü ile detaylı analizlerin yapılabilmesi
- Özelleştirilmiş ve sadakat yaratan kampanyalar oluşturulabilmesi
- Kolay kullanımı, uyumluluk özelliklerine sahip yazılım olması sağlandı.

Ambalaj sektörünün lider kuruluşu Olmuksa’nın kökleri 1963 yılına dayanıyor. 40 yıllık bir deneyime sahip olan Olmuksa’nın ilk tesisi olan Gebze Fabrikası, 1969 yılında, Gebze Dilovası’nda faaliyete geçti.

1984 yılında büyük bir atılım içine giren Olmuksa, bu atılım planı çerçevesinde, 1985 yılında İzmir fabrikasını faaliyete geçirdi. Ardından, bölgenin ambalaj ihtiyacını karşılamayı hedefleyen Adana fabrikası kuruldu. Olmuksa, 1998 yılında çok deneyimli bir dünya firması olan International Paper Company ile eşit oranda ortaklığa gitti ve bugünkü Olmuksa International Paper - Sabancı Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş. adını aldı.

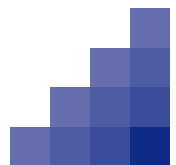
Olmuksa Pazarlama Müdürü Gülay Genç, ambalaj sektöründe sürdürülebilir bir rekabet açısından müşteri ilişkileri yönetiminin büyük önem taşıdığını, müşteriye fiziksel olarak yakın olmaları gerektiğini belirtiyor. Bunun bilincinde olan Olmuksa, CRM kavramının konuşulmaya başladığı ilk yıllardan bu yana müşteri ilişkilerini yönetmek için teknolojinin olanaklarından yararlanıyor.

22 farklı ana sektöre hizmet veren Olmuksa’nın Gebze, Adana, İzmir, Manisa, Bursa ve Antalya’da kutu fabrikaları bulunuyor.

Ayrıca Edirne’de tamamen kendi kağıt ihtiyacını karşılamak üzere üretim yapan bir kağıt fabrikası bulunuyor. Fabrikaların dışında satış ofisleri de bulunuyor. Bu çok lokasyonlu yapı, CRM olarak adlandırılan başarılı bir müşteri ilişkileri yönetiminin önemini artırıyor. Olmuksa’nın müşteri ilişkileri yönetiminde satış ofislerinin müşterilerle ve sektörle ilgili bilgileri birbirleriyle paylaşması büyük önem taşıyor.

Müşterilere yakınlık devam ediyor

Genç, ambalaj sektöründe CRM’in önemini şöyle açıklıyor; “Mesela beyaz et sektörünü ve bir piliç için ambalaj yapmayı düşünün. Manavda gördüğünüz ıspanak, salatalık, elma, kiraz gibi sebze ve meyvelerin girdiği kutuları... Yiyecek, içecek, inşaat, tütün, kimya, deterjan... Aklınıza gelebilecek elle tutulur ürün ve hammadde-leri ilgilendiren tüm sektörleri yakından izliyoruz ve müşterilerimizi ambalaj dünyasındaki yeniliklere, ürüne özel tasarımlarımıza yönlendiriyoruz. Başarı için proaktif olmak durumundayız. Sürdürülebilir bir liderlik için sektörleri, müşterilerimizi iyi anlamalı, onların işlerinde fark yaratmalarına katkıda bulunarak ilerlemeliyiz. Oluklu mukavva ambalaj tasarımı, içine girecek ürüne göre yapılıyor. Dolayısıyla müşterimizin, üretim hattındaki makinelerin, üretim sisteminin nasıl olduğunu bilmek zorundayız. Olmuksa, müşterinin



“Gebze, Adana, İzmir, Manisa, Bursa / Edirne fabrikalarımızın dışında Antalya’da da yeni bir fabrikamız devreye girdi. Bu çok lokasyonlu yapı, CRM olarak adlandırılan başarılı bir müşteri ilişkileri yönetiminin önemini artırıyor.”

taleplerinin nereye gittiğini takip etmenin ötesinde, o müşterinin müşterisinin taleplerinin nereye gideceğini tahmin edip onu yönlendirme çabası içinde. Bunun için de iyi bir CRM sistemine ihtiyaç var.

Değişen ihtiyaçları karşılayan teknoloji
Olmuksa’da, bu ihtiyacı karşılamak için uzun yıllardır teknolojinin çeşitli olanaklarından yararlanılmış. Bir müşteri veritabanı ve bu veritabanındaki bilgilerin fabrikalar ve satış ofisleri arasında paylaşıldığı çeşitli ortamlar yaratılmış. Ancak Gülay Genç, söz konusu veritabanı ve erişim olanaklarının; gerek teknik altyapı gerek kullanıcı arabiriminin özellikleri bakımından zaman içerisinde yetersiz kaldığını belirterek, daha kolay kullanılabilen, yeni ihtiyaçlara göre kolayca geliştirilebilecek, zengin raporlama olanakları sunan, görsel olarak da etkileyici raporlar alınmasına izin veren ve en önemlisi web üzerinden hızlı servis verebilen, satış ekibinin benimseyebileceği yeni bir CRM sistemine ihtiyaç duyulduğunu söylüyor:

“Satış ekipleri hareketlidir ve müşteriyle bire bir iletişim içindedir. İşlerinin doğası gereği oturup rapor yazmak için çok da zamanları yok. Artık hayat çok hızlı. Uzun uzun rapor hazırlamak ağır bir yük haline gelebiliyor ve satış ekiplerimizin işlerine daha fazla odaklanmalarını tercih ediyoruz. Onların işlerini kolaylaştıracak, kolayca kullanabilecekleri ve sisteme girecek herhangi birinin kısa zamanda etkili raporlar almasına olanak verecek bir teknolojiye ihtiyaç vardı. Şu anda 1000 tane aktif olan 4000 kayıttan oluşan bir

müşteri veritabanımız bulunuyor. Satış ekiplerimizin söz konusu 1000 müşteriyi yakından takip edebilmesi, bunun için de veritabanına kolayca ulaşarak istedikleri gibi sorgu yapabilmeleri gerekiyor.”

Bu konuda proje yönetiminde teknoloji çözüm ortağı Bimsa ile başlanan proje, meyvelerini kısa sürede verdi. Projenin amacı fabrika, ofis ya da home office olmak üzere Olmuksa satış ekibinin bulunduğu değişik lokasyonlarda kullanılacak, mevcut satış ve pazarlama süreçlerinin daha kolay ve hızlı bir şekilde takip edilmesini ve istenilen raporların kolayca alınmasını sağlayacak, ayrıca Image 2000 ve SAP ile entegre çalışacak olan yazılımı hayata geçirmektir.

Çözüm ortağı Bimsa

Şu an hayata geçen CRM sistemi üzerinde ürün tasarım talepleri, müşteri iletişim aktivitelerinin planlanması, kutu kurma hizmetinin takibi ve teklif hazırlama var. Genç, CRM sistemlerini giderek geliştirmeyi hedeflediklerini belirtiyor.

Genç, sistemin başında olduklarını ve başarılı bir giriş yaptıklarını belirtiyor ve sözlerine şöyle devam ediyor; “Hız bizim için çok önemli, yani sistemi açtığımız zaman sabah Adana’dan girilmiş bir bilgiyi, haberi okuyup karar alabiliyoruz. İleride bu uygulamayı cep telefonlarını da kapsayabilecek şekilde mobil platforma da taşımak istiyoruz. Kendimizi güvende hissetmemizin bir nedeni de teknoloji çözüm ortağımız Bimsa’nın daima yanımızda olması ve bizi yönlendirmesidir.”

Tasarımda fark yarattı

Olmuksa’yı pazardaki diğer rakiplerinden ayıran, merdiven altı üretimden farklı kılan, kurumsal bir boyuta taşıyan ciddi bir ürün geliştirme departmanı bulunuyor. Bu departmanda çok iyi yetişmiş tasarımcılar var. Bu tasarımcılar hem ürünün yapısal tasarımını hem de üzerindeki grafik, baskı tasarımını gerçekleştiriyor. Ürüne ve müşteriye özel ürün tasarımı yapıyor. Departman ile satış ekibinin iletişimi bu yüzden çok önemli. Dolayısıyla satış ekibinden gelen tasarım talepleri de CRM üzerinden yapılıyor. Böylece tasarımlar da kayıt altına alınmış oluyor. Tasarımlar müşteriye gittiğinde bazen hayata geçirilmiyor, yani siparişe dönüşmüyor. Bu konudaki performans da CRM sistemi üzerinden ölçülebiliyor