**Liderzy rynku CRM i SFA - raport CRM Magazine**

**Około 1/3 czasu pracy, zespoły sprzedażowe, spędzają wykonując działania administracyjne. Tak wynika z raportu SiriusDecisions. To ogromna strata czasu, dlatego producenci oprogramowania CRM dostarczają coraz więcej narzędzi automatyzujących zadania administracyjne (ang. Sales Force Automation, SFA).**

**Około 1/3 czasu pracy, zespoły sprzedażowe, spędzają wykonując działania administracyjne. Tak wynika z raportu SiriusDecisions. To ogromna strata czasu, dlatego producenci oprogramowania CRM dostarczają coraz więcej narzędzi automatyzujących zadania administracyjne (ang. Sales Force Automation, SFA).**

Są to narzędzia wykorzystujące zarówno sztuczną inteligencję jak i unikalne procesy sprzedażowe upraszczające lub automatyzujące administrację. Ważne są usprawnienia w obsłudze interfejsu aplikacji na ekranach komputerów i smartfonów.

W grupie dostawców oprogramowania CRM i SFA liderem jest [bpm’online](https://www.bpmonline.com/?partner=aype). W tym roku liczba wyróżnień i raportów analitycznych wskazujących wysoką pozycję tego producenta oprogramowania nie pozostawia wątpliwości. Wystarczy wspomnieć o takich jak Forrester Research czy Gartner.

Stawiany wśród największych graczy rynku CRM, bpm’online buduje swoją pozycję często przewyższając swoich największych konkurentów. Najnowsza ocena amerykańskiego wydawnictwa CRM Magazine potwierdza, że bpm’online gra w najwyższej lidze. Funkcjonalność, wsparcie dla celów biznesowych, zadowolenie klientów to wysoko ocenione cechy. Bpm’online otrzymuje często najlepszą ocenę w badaniu kosztów zakupu i utrzymania oprogramowania, czyli oceniany jest jako najbardziej opłacalny wśród najlepszych.

W tym roku (2019) CRM Magazine zaliczył bpm’online do liderów w trzech kategoriach:

„[Best CRM for Midsize Companies](https://www.destinationcrm.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=133659)”, „[Best Enterprise CRM Software and Solutions](https://www.destinationcrm.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=133658)” i „[Best Sales Force Automation (SFA) Software and Solutions](https://www.destinationcrm.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=133669)”.

Oto jak uplasował się bpm’online (niebieski wskaźniki) w tych kategoriach w porównaniu do wygranego konkurenta (szare wskaźniki).

Na grafice przedstawiono wszystkie trzy segmenty rynku (wiersze). Kolumny przedstawiają obszar oceny. Od zakresu funkcjonalności aż po 5-letni koszt oprogramowania i jego utrzymania. Bez wątpliwości można powiedzieć, że bpm’online wygrywa w ocenach takich jak satysfakcja klienta (trzecia kolumna) oraz ocena kosztów.

„*Zdecydowaliśmy się zostać polskim partnerem bpm’online głównie dlatego, że zachwycił nas interfejs aplikacji, prostota obsługi i elastyczność. Potrzebowaliśmy w naszym portfolio, aplikacji która uzupełni naszą ofertę dla średnich i dużych przedsiębiorstw. Po kilku wdrożeniach jesteśmy bardzo zadowoleni z tej decyzji.*” – mówi **Robert Sokołowski**, prezes [AYPE](https://aype.pl). Spółki zajmującej się wdrożeniami systemów CRM, będącej partnerem bpm’online.

Warto dodać, że podobną ocenę bpm’online ma **Kate Leggett**, wiceprezes i główny analityk Forestrer Research. Przytaczamy jej wypowiedź za CRM Magazine.

„*Bpm’online oferuje bogactwo ról i procesów sprzedażowych, a także społecznościową bibliotekę rozszerzeń wspierających automatyzację sprzedaży i pozwalającą osiągać korzystną relację kosztu do czasu uruchomienia funkcjonalności*”.

Kate Legget podkreśliła również, że – „*Ten dostawca (red. bpm’online) konsekwentnie otrzymuje wysokie oceny za użyteczność i zorientowanie na klienta*”.