

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Eesti Mereakadeemia

Merenduskeskus

Merendus

Robert Murga

**KLIENDISUHETE HALDAMISE INTEGREERITUD
INFOSÜSTEEMI RAKENDAMISE ANALÜÜS
KONTEINERLAEVANDUSES TRANSPORDIFIRMA CMA
CGM ESTONIA OÜ NÄITEL**

Magistritöö

Juhendaja: lektor Maret Güldenkoh

Tallinn 2017

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Robert Murga

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood:153780VAAM

Üliõpilase e -posti aadress: robert.murga91@gmail.com

Juhendaja Maret Guldengkoh:

Töö vastab magistritööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

ABSTRAKT	4
SISSEJUHATUS	5
1. KONTEINERVEDUDE STRUKTUURILINE ALAJAOTUS JA SEOS KAASAEGSETE INFOSÜSTEEMIDEGA	8
1.1. Konteinervedude arengu ajalooline olemus ja tähtsus	8
1.2. Kaasaegsete konteinerlaevaliinide organiseerimisviis	11
1.3. Operatiiv- ja müügitöö aspektid ning seos infosüsteemiga	14
1.3.1. Kliendisuhete haldamine	17
1.4. Kliendisuhete haldamise infosüsteemi olemus ja rakendus laevanduses	19
2. UURIMISMEETODI VALIK JA UURIMISOBJEKTI KIRJELDUS	23
2.1. Kvalitatiivse ja kvantitatiivse uurimismeetodite kombineerimine	23
2.2. CMA CGM konteinerlaevaliin	25
2.2.1. CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri organiseerimisviis.....	29
2.3. eBusiness portaal	31
2.3.1. Portaali kasutamine laevaliini Eesti agentuuris	36
2.4. LISA CRM kliendisuhete haldamise tarkvara loomine ja rakendamine	38
3. LISA CRM INFOSÜSTEEMI INTEGRERIMISE ANALÜÜS	42
3.1. Laevaliini infosüsteemi moodulite võimalused ja funktsionaalsus	42
3.1.1. LISA CRM uute moodulite funktsionaalsus	44
3.1.2. Laevaliini kasutusel olemasolevate täiendatud moodulite funktsionaalsus	48
3.2. LISA CRM müügi analüüsi tööriistade tähtsus ja rakendamine	52
3.3. LISA CRM infosüsteemi kasutamine	56

KOKKUVÕTE	62
SUMMARY	65
VIIDATUD ALLIKAD	67
LISAD	72
Lisa 1. Konteinerite tüübid	72
Lisa 2. <i>House Bill of Lading</i>	73
Lisa 3. <i>eBusiness</i> tellimuse ülevaade	74
Lisa 4. CMA CGM laevaliini merekonossement	75
Lisa 5. Uuringu küsimustik LISA CRM kasutajatele	76
Lisa 6. Kliendi kaebuse haldamisskeem	84

ABSTRAKT

Konteinerlaevandus on merelogistika tähtis valdkond. Kaasaegsete infosüsteemide kasutamine iseloomustab valdkonnas tegelevaid ettevõtteid – konteinerlaevaliine, mille struktuurüksuseks on laevaliini agentuur. Infosüsteemid aitavad koordineerida laevaliini agentuuride igapäevaseid tööprotsesse. Sõltuvalt ametikohast agentuuri töötaja on kohustatud täita kindlaid ülesandeid. Kliendisuhete haldamise tööprotsesside optimeerimiseks peab olema loodud infosüsteem, mille rakendamine rahuldab laevaliini nõuded.

Magistritöö eesmärgiks oli välja selgitada kuidas kliendisuhete integreeritud infosüsteemi rakendamine mõjutab konteinerlaevaliini agentuuri tööprotsesse. Töös selgitati infosüsteemi vajadust mõjutavad tegurid. Uurimisülesannete ja uurimismeetodite abil analüüsiti konteinerilaevaliini töö organiseerimisega kaasnevaid iseärasusi ja kirjeldati infosüsteemi funktsionaalseid võimalusi. Analüüsi tulemustest lähtudes selgitati infosüsteemi tugevad ja nõrgad küljed, rakendamisega kaasnevaid riske ja nende vältimise võimalusi, lähtudes CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri tööorganisatsioonist. Infosüsteemi rakendamise protsess nõuab pidevat kontrolli, teostatud analüüsi alusel koostati tegevusplaan. CMA CGM laevaliini Eesti agentuur peab rakendama vastavaid meetmeid rakendamisega kaasnevate negatiivsete külgede eemaldamiseks. Agentuuri panus infosüsteemi arengule on väga tähtis.

Infosüsteemi edaspidise rakendamise protsess peab olema põhjalikult analüüsitud, uute funktsioonide lisamine läbi mõeldud ja vastavad meetmed riskide vältimiseks rakendatud.

Võtmesõnad: kliendisuhete haldamise infosüsteem, CRM, CMA CGM laevaliin, konteinerlaevandus, klienditeenindus, müügianalüüs, moodulid, rapordid.

SISSEJUHATUS

Konteinerlaevandus on kaasaegse merelogistika suure potentsiaaliga valdkond. Turusektoril valitseb tugev ja tihe konkurents konteinerlaevaliinide vahel. Pidevad poliitilised ning majanduslikud muudatused maailmas mõjutavad tugevalt turusektori arengut, seega kaasaegsete infosüsteemide kasutamine on merelogistikas tähtis, kuna just kõige uuem tarkvara ja edukamalt sisse ehitatud infotehnoloogilised lahendused võivad tõsta ettevõtet esikohale edu võidujooksul. Konteinerlaevaliini (edaspidi laevaliini) suurus ning osatähtsus maailmaturul määratlevad ka agentuuride võrgustiku suurust. Igal agentuuril on olemas kindel tööorganisatsioon, mida mõjutab kohaliku turu omapärasus, kui aga võrgustik tervikuna peab olema ühendatud kindla ideega ja tegevus peab olema suunatud heaolu taseme tõstmisele.

Probleemiks on see, et kliendisuhete haldamine agentuuris ei saa olla teostatud ainult isiklike meetmete ja ideede varal, vaid selleks peab olema loodud ühine integreeritud infosüsteem, mis lubab haldamise protsessi pidevat jälgimist ja parenemist. Uute sidemete loomine, pakutavate teenuste kvaliteedi tõstmine ning kiirelt muutuva turuga adapteerimine ei ole ratsionaalne kasutades standardseid vananenud kliendisuhete haldamise juhtimiskeeme. Magistritöö autori arvates aitavad kaasaegsed infosüsteemid tõsta laevaliini osatähtsust turul ning saavutada maksimaalset edukust. Magistritöös püstitatud probleem langeb ajaliselt kokku CMA CGM laevaliini uue globaalse kliendisuhete haldamise integreeritud infosüsteemi LISA CRM loomisega ja rakendamisega. Magistritöö autor on aktiivselt kaasatud süsteemi testimisele ja kasutuselevõtmisele.

Magistritöö eesmärgiks on teostada analüüs ja selgitada kuidas mõjutab infosüsteemi integreerimine laevaliini agentuuri tööprotsessidele, millised on infosüsteemi tugevad ja nõrgad küljed, millised riskid kaasnevad rakendamisega ning kuidas on võimalik neid vältida.

Magistritöö eesmärgi saavutamiseks püstitatakse järgmised ülesanded:

1. Anda ülevaade konteinerlaevandusest ja selgitada kliendisuhete haldamise olemust.
2. Analüüsida laevaliini agentuuri töökorraldust ja koostöö organiseerimist.
3. Analüüsida laevaliini agentuurides kasutusel olevate infosüsteemide funktsionaalsust.

4. Selgitada infosüsteemi rakendamisega kaasnevaid iseärasusi ja sellega seotud konteinerilaevaliini agentuuri vajadusi tööülesannete täitmiseks vastavalt valdkonna spetsiifikale ja teha ettepanekud infosüsteemi arendamiseks.

Uurimuses analüüsitakse konkreetset infosüsteemi LISA CRM ja sellega kaasnevaid võimalusi ja funktsioone. Uurimisprobleemi lahendamiseks kasutatakse kvantitatiivset uurimismeetodit. Uurimisviisideks on küsimustik infosüsteemi kasutajatele ning infosüsteemi põhiliste funktsioonide ja võimaluste analüüs.

Magistritöö autor viib läbi tarkvara rakendamise analüüs CMA CGM laevaliini Eesti agentuuris, arvestades kohaliku turu spetsiifikat ja tuginedes ettevõttes toimivate tööprotsesside korraldamisele. Lähtudes konkreetsetest agentuuris kasutusele võetud töömeetmetest uuritakse tarkvara mõju tööprotsessidele ja tuuakse välja mõju positiivsed ja negatiivsed küljed. Magistritöös analüüsitakse infosüsteemi peamiste moodulite ja raportite funktsionaalsust ja võimalusi eraldi ning analüüsi tulemuste alusel tehakse järeldusi ja ettepanekuid.

Magistritöö jaotub kolmeks peatükiks: valdkonda kirjeldatav teoreetiline osa, kasutatud uurimismeetodite iseloomustus ja uurimisobjekti kirjeldus, analüüs koos tulemustega.

Teoreetilises osas selgitatakse konteinerilaevanduse tähtsust ning kirjeldatakse arenguetappe, laevaliinide organiseerimisviisi. Kirjeldatakse agentuuri tööstruktuuri, jaotust osakondadeks. Selgitatakse tööprotsesside struktuuri ja etappe ning seosed infosüsteemidega. Lõpuks kirjeldatakse kliendisuhete haldamise ajaloolist olemust ning seost merendusega. Teoreetilise osa baasiks on teaduslik ja valdkonna hõlmav kirjandus. Konkreetse infosüsteemi kirjeldamiseks kasutab autor ettevõttesisesid materjale.

Töö teises osas kirjeldatakse uurimismeetodeid, nii kvantitatiivset kui ka kvalitatiivset, selgitatakse välja millised uurimismeetodid on magistritöö eesmärgi saavutamiseks sobivad. Autor kirjeldab CMA CGM laevaliini ja laevaliini Eesti agentuuri CMA CGM Estonia OÜ ning keskendub konkreetsele kliendisuhete haldamise infosüsteemile.

Töö kolmandaks osaks on analüüs. Analüüsitakse infosüsteemi funktsionaalseid võimalusi, kirjeldatakse nende mõju igapäevastele tööprotsessidele, tuuakse välja tugevad ja nõrgad küljed. Analüüsi tulemusena tehakse ettepanekuid rakendamisprotsessi parenemiseks, selgitatakse kaasnevaid riske ja nende vältimise võimalusi. Lõpuks tehakse ettepanekuid infosüsteemi perspektiivsuse arendamiseks.

Magistritöös kasutatakse kliendisuhete haldamise infosüsteemi ekraanipilte ning toetatakse CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri töökorraldusele. Töö kajastab infosüsteemi probleemsete ja perspektiivsete kohtade leidmist, mitte selle tehnilist arengut. Teostatud analüüs ja sellest tulenevad järeldused on tehtud kohaliku turu spetsiifikat arvestades ning näitavad mis suunas oleks võimalik infosüsteemi globaalne ja kohalik täiustamine.

1. KONTEINERVEDUDE STRUKTUURILINE ALAJAOTUS JA SEOS KAASAEGSETE INFOSÜSTEEMIDEGA

Konteinerlaevandus on merelogistika tähtis osa, mis võimaldab vedada igat suurust kaubaparteisid. Konteinerkaubanduse tähtsaimaks saavutuseks on kaupade ülemaailmne transport, millega kaasneb globaliseerumine. Siinkohas mainitakse, et maailmast sai üks suur küla, mingi ühe toote loomisel osalevad eri etappides erinevad piirkonnad (Keeley 2007). Järgnevas alapeatükis kirjeldatakse konteinervedude ja suurimate laevaliinide arengut.

1.1. Konteinervedude arengu ajalooline olemus ja tähtsus

Konteinervedu on kaupade vedamise meetod standardsetes taaraühikutes, mis võimaldab kasutada kombineeritud transportlahendusi, kasutades raudtee-, maantee- ja meretransporti. Süsteem on pikaajalise ajaloolise taustaga, kuid oli laialt kasutusele võetud Põhja-Ameerika ranniku kaubanduses ainult 1930. aastatel, kui põhilaevatüübiks oli universaalne kaubalaev. Konteinervedude pikk areng on kaubandust tugevalt mõjutanud, uued tehnoloogiad, uute varustuse liikide ja laevade ilmumine lisavad väärtust turusektorile. (Branch, Robarts 2014, 342)

Konteinervedu on kaupade transportimine terasest või muu materjalist valmistatud standardkonteineris (Todd 2016, 323). Konteinerilaev (*container vessel, container carrier*) on kaubalaev, millega veetakse konteinereid. Tavaliselt veetakse konteinerilaevadel standardiseeritud konteinereid (vt Lisa 1): külmkonteinerid (*Reefer*), vedellastikonteinerid (*Tank*), universaalkonteinerid (*Dry Van*), pealt ja küljelt lahtised konteinerid (*Open Side, Open Top, Flat Rack*), jt, vajadusel kasutatakse konteinerilaevu universaalsete laevadena. (Konteinerlaev ... 2012)

Konteinerite tüüpide valik on lai. Standardiseerimise idee seisnes selles, et luua mõõtmetelt, kujult ja kasuliku koormuse poolest võimalikult unifitseeritud mudelid. Konteineri sisemised mõõtmed võivad varieeruda sõltuvalt konstruktsioonist, kuid aga peavad kindlasti olema sellised, et konteineri konstruktsioon lubas paigutada põrandale kindla arvu

kaubaaluseid. (Suursoo 2010, 55) Autor on arvamisel, et aluskaupade saatmiseks sobivad just standardsed merekonteinerid.

Konteinerlaevanduse arengu samaaegseks takistuseks ja arengumootoriks oli teine maailmasõda. 1950. aastatel oli taastatud rahvusvaheline kaubavahetus ning sellega seoses hakati otsima vahendeid kaupade käitlemise kiirendamiseks ja veokulude optimeerimiseks. Arengu tulemusena võeti kasutusele konteiner, sellel perioodil hakati rääkima konteinervedudest. Samal ajaperioodil tekkisid ühendatud veod ja vajadus võtta seisukoht eri veoviisidega seotud tööjaotuse ja vastutuse suhtes. (Suursoo 2010, 54) Autor väidab, et ülaltoodud perioodil sündis kaasaegne konteinerlaevandus.

Pärast teist maailmasõda väljaarendatud süsteemi kasutamisega on suudetud vähendada veokulusid ja aidata kaasa rahvusvahelise kaubanduse kiirele arengule. 1955. aastal arendas endine transpordi teenuseid pakkuva ettevõtte omanik, ameeriklane Malcolm McLean välja tänapäevase standardiseeritud konteineri. Peamiseks ülesandeks oli luua merekonteiner, mida oleks kerge lastida laevadele ja kus kaup oleks turvatud merereisi jooksul. Esialgu standardkonteineri nimeks oli merekonteiner. Esimene kaasaegne merekonteinerite vedu toimus 26. aprillil 1956. Malcolm McLean paigutas 58 konteinerit oma tankeri „*Ideal-X*“ tekile ja sõitis nendega rannikuvetes Newarki sadamast Houstonisse. Esialgu kasutas McLean oma laevaliinil *Sea-Land Service* 35'-jalaseid konteinereid. Mõni aasta pärast liikusid esimesed konteinereid vedavad laevad USA idarannikult läbi Panama kanali läänerrannikule ja kuni Alaskani välja. 1960. aastate algul liikusid konteinereid kogu USA territooriumi ulatuses laevadel, raudteevagunitel ja maanteedel. (Tulvi 2013, 116–117)

Konteinerlaevanduse eelmise sajandi arenguetapil kasutati enamasti üldotstarbelisi kaubalaevu. Üldotstarbeline kaubalaev võimaldas veeta erinevaid kaupade liike: kastid, kotid, vaadid jne. Sellise laeva peamiseks puuduseks olid pikad seisuajad sadamates, kuna sadamatööd võtsid palju aega, mistõttu laevade mahutavus oli suhteliselt väike. Kaasaegsed laevaliinid on varustatud tõhusamate konteinerilaevadega, mis võimaldavad kiiremat lastimise-lossimise protsessi, lühemaid seisuage sadamates ning suuremat mahutavust (kuni 21 000 TEU-d ehk 20'-jalase konteineri tingühikut). (Kiisler 2011, 242)

1970. aastateni kasutati meretransporti rohkem selleks, et vedada arenenud tööstusriikidesse tooraineid ja energeetilisi ressursse, üleilmse kaubanduse arengu tõttu muutus üha olulisemaks tööstustoodete vedu üle ookeani suurtele turgudele. Suurte kaubakoguste transport pani aluse globaliseerumisele, mille mootoriks omakorda on

konteinerveod. Meritsi veetakse maailmas 96% kogu transporditavast kaubast. On teada, et keskmiselt 90% rahvusvahelisest kaubaveost – tooraine, materjalid ja valmistoodang – veetakse mingis tarneahela osas meritsi. (Tulvi 2013, 73)

Merekonteineri pidev kasutamine muutis kombineeritud vedude rolli. Kombineeritud vedu toimub kahe või enama transpordiviisi kasutamisel. Sellist tüüpi vedu muutus oluliseks, kuna see kergendas lasti käsitlemist transpordiviisi muutudes ja vähendas käsitlemisel tekkida võivaid kahjustusi ning käsitlemiskordi. Konteineri kasutamine lubab kauba laadimist aegsasti enne vedu toimumist. Sellega saavutatav aja kokkuhoid võimaldab veovahendite efektiivsemat kasutamist. Konteinerit võib pidada transporditava kauba suurpakendiks ja isegi ajutiseks laoks. (Suursoo 2010, 53)

Konteineriseerimise üks peamine eelis on terminalikulude vähenemise võimalus (Song, Panayides 2012, 50). Standardiseeritud konteinerühikute ümberlaadimine vastava tehnika (kraanad) kasutades on tõhusam ja majanduslikult soodsam kui traditsioonilist kaupa vedava laeva ümberlaadimine. Merekonteinerite ümberlaadimises kasutatakse vähem tööjõudu, suuremad töömahud saavad hästi organiseerituks tööks. Konteinerlaeva töötlemist sadamas teostatakse tööpäeva jooksul, mis on võrreldes üldkaubalaeva ümberlaadimisega tõhusam, kuna viimase töötlemiseks võib minna kuni nädal aega. (*Ibid.*)

Kauba sihtkohta optimaalse toimetamise ajaks on transiitaeg. Konteineriseerimine lubas transiitaega oluliselt vähendada, kuna vajalik sadama infrastruktuur ja terminali standardiseeritud tehnika lubasid laiemalt kasutada populaarsemaks ja efektiivsemaks saanud intermodaalseid transpordilahendusi, mis võrreldes vananenud monomodaalsete süsteemidega olid palju kiiremad. Lisaks sellele, konteinerlaevade suuruse ja mahutavuse kasv mõjutas positiivselt intermodaalse transpordi arengut: raudteetranspordi kasutuselevõtt tõstis oluliselt maismaatranspordi efektiivsust. Võimalikuks oli ka muutunud vedada kaupa veetranspordiga. (Song, Panayides 2012, 57)

Kokkuvõttena järeldub, et konteineriseerimine lubab kaupsid maksimaalselt efektiivselt kohale toimetada. Merekonteinerite kasutamine on kaasaegse logistikaketi tähtis osa.

1.2. Kaasaegsete konteinerlaevaliinide organiseerimisviis

Konteinerlaevaliin on transporditeenuseid pakkuv mitmest allüksusest koosnev organisatsioon, mis teostab konteinervedusid merel sadamate vahel. Teenust pakkuvaid allüksuseid nimetatakse laevaagentuurideks. (Stopford 2009, 532-533). Magistritöös käsitletakse laevaliini agentuuri organiseerimisviise.

Konteinerlaevaliinid sõltuvalt suurusest ja osatähtsust võivad vedada kaupa nii regionaalses, kui ka globaalses mastaabis erinevatel suundadel. Agent (*agent*) on müüja/printsiipaali (*principal-agent* – printsiipaal-agent) poolt määratud ning on volitatud klientidega tegelema. Agendil on õigus sõlmida printsiipaali nimel lepinguid. Agent võib müüa printsiipaali kaupa ja printsiipaalil on kohustus varustada kliente agendi poolt kokku lepitud tingimustel. (Turule ... 2017) Maailma suurimad laevaliinid (vt Tabel 1) omavad agentuure peaaegu igas riigis, kus kaubad liiguvad. Aktiivselt rahvusvahelise kaubandusega tegelevad ning merepääsu omavad riigid on tihedalt seotud merekonteinervedudega. Nende hulgas on Hiina, USA ja Hongkong. (Song, Panayides 2012, 39).

Tabel 1. Kümme jooksva suurima käibega laevaliini

Laevaliin	Käibe, TEU	Osa, %
A.P. Møller – Mærsk A/S Grupp	3 280 186	15,9
Mediterranean Shipping Company S.A.	2 847 484	13,8
CMA CGM Group	2 125 818	10,3
China Ocean Shipping Company	1 650 294	8,0
Evergreen Marine Corporation	992 905	4,8
Hapag-Lloyd	953 035	4,6
Hamburg Süd Group	606 472	2,9
Yang Ming Marine Transport Corporation	579 048	2,8
Orient Overseas Container Line	571 183	2,8
United Arab Shipping Company	526 858	2,5

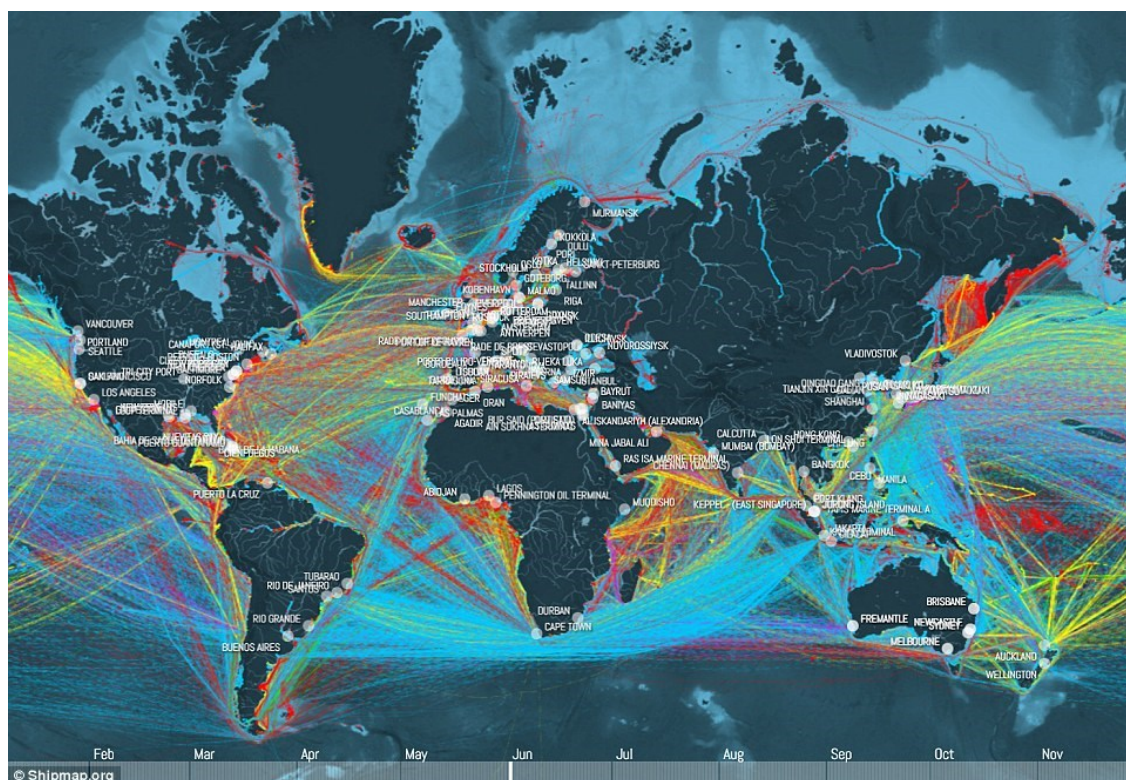
Allikas: (Alphaliner ... 2017)

Tabelist selgub, et laevaliinide esikolmandik valdab 40% konteinervedude turult. Sellise suure osa haldamiseks on vaja eriti palju inimjõudu. Selleks, et laevaliini töö oleks optimeeritud moodustavad kõik agentuurid võrgustiku. Agentuuris valitseb kindel hierarhia, logistiline transpordiahel on organiseeritud koostööpartnerite abil ning sellise süsteemi

juhtimine toimub võrksüsteemi juhtimise printsiipidest lähtudes. (Cullinane 2005, 249). Selline juhtimisviis on tugevalt arenenud tänu infotehnoloogia valdkonna stabiilsele arengule. Infot saab tänapäeval edastada agentuuride ja koostööpartnerite võrgustikus.

Agentuuride võrgustikud kujutavad endast süsteeme, kus iga element on kas ühe või mitme süsteemi lülis. Laevaliini agentuuride võrgustiku iseloomustab agendipeling, mille rakendamises on tähtis seoste kooskõlastatus ja orienteerituse ühesuunalisus. (Suursoo 2010, 43)

Konteinerlaevaliini üks peamine iseloomustav tunnusjoon on kindla laevagraafiku olemasolu. Graafikute koostamise aluseks on kindlate kaubavoogudega seotud põhisadamate ja laevade liikluse organiseerimise vastavad skeemid, mille alusel on koostatud vastavad minimaalse transiitajaga marsruudid (vt Joonis 1).



Joonis 1. Maailma tähtsamad konteinerlaevanduse marsruudid

Allikas: (Zolfagharifard, 2016)

Jooniselt selgub, et suurim maailma osa on konteinerlaevade marsruutidega kaetud, mis tõestab liinilaevanduse tähtsust. Üldjuhul transporditakse suured konteinereite parteid ookeanilaevadega Saksamaa (Hamburg), Hollandi (Rotterdam) ja Belgia (Antwerpen)

sadamatesse (Tulvi 2013, 86). Konteinerite väiksemad parteid veetakse eeltoodud sadamatesse ja sadamatest laiali etteandva laevaliikluse ehk fiiderliikluse poolt, mille peamise tunnusjooneks on väiksemad konteinerlaevad mahutavusega kuni 2000 TEU-d. Enamasti aga kasutatakse 80–120 m pikkuseid fiiderlaevu mahutavusega vahemikus 250–600 TEU-d. Fiiderlaev võimaldab Hamburgi sadamasse Hiinast saabunud 300–400 veoühikut toimetada nädala jooksul Balti riikide, Soome ja Rootsi sadamatesse. Fiiderliiklusele on iseloomulik tihe sõidugraafik. Sama fiiderlaev võib külastada Läänemere sadamat isegi kaks korda nädalas. (*Ibid.*)

Agentuuri funktsioonide ja ülesannete valik on lai. Magistritöös püstitatud ülesannetest lähtudes pööratakse rohkem tähelepanu klienditeenindusele ja müügitegevusele. Tööülesanded agentuuris võivad varieeruda sõltuvalt liini suuruselt ja töö jagamise kontseptsioonist, kuid iga töötaja peab olema valdkonnas maksimaalselt pädev ning teadlik liinilaevanduse põhiprintsiipidest (Lee, Meng 2015, 403). Agentuuri töö on suunatud nii eksportkaupadele, kui ka importkaupadele. Import on kauba ostmine välisriigi müüjalt koos selle sisseveoga ostja riigile; ekspordiks nimetatakse kauba müügi välismaisele ostjale koos selle väljaveoga müüja riigist (Eidast 2007, 49).

Merekonossemendil on tähtis roll konteinerlaevanduses. Konossement on kaubaväärtpaber, milles vedaja tunnistab kauba vedamiseks vastuvõtmist, kohustub toimetama vastuvõetud kauba konossementis kirjeldatud kujul sihtsadamasse ning andma selle seal üle isikule, kes esitab konossementi ja on vastavalt konossementile õigustatud kaupa vastu võtma (Kaubandusliku meresõidu seadus, § 38 lg 2). Konteinerlaevanduses laevaliin väljastab *Master Bill of Lading* (MBL) merekonossementi. *House Bill of Lading* (HBL) (vt Lisa 2) merekonossementi väljastab aga *Non-vessel operating common carrier* (NVOCC) ehk vedaja, kellel oma laevu pole. (Branch, Robarts 2014, 229)

Väiksema turuosaga laevaliinide agentuurid võivad pakkuda kõrvalteenusena ka ekspedeerimisteenust. Ekspedeerijate ülesanneteks on valida optimaalne transpordiskeem, tellida veoteenused, korraldada kauba ümberlaadimist ja hoiustamist ning vormistada vajalik dokumentatsioon (Eidast 2007, 349). Mangan jt väitel (2012, 154) võib ekspedeerijaid nimetada reisibüroo agentideks, kelle arvates on transporditeenuse pakkumine oluline kauba jaoks, mitte inimeste (klientide) jaoks. Magistritöö autor arvab, et laevaliini agentuuri kontekstis ekspedeerija on klient. Ekspedeerimisteenust pakkumine laevaliini agentuuri poolt

on valesti valitud prioriteet. Ekspedeerimisteenuste pakkumiseks peab laevaliin looma iseseisva tütarettevõtte.

Grossman jt (2005, 119) väidavad, et agentuuri igapäevane töö peab olema koordineeritud laevaliini peakontori poolt. Kõik täidetud ülesanded peavad olema teostatud liini huvides ja vastavalt peakontori poolt väljastatud instruksioonidele. Töö peab olema suunatud laevaliini heaolu tõstmisele erinevaid meetmeid kasutades, sh. kaubavoogude suurendamine, kvaliteetse klienditeeninduse pakkumine ning laevandusgraafikute jälgimine.

Laevaliini edu valem on agentuuride õige juhtimisviisi valik. Tähtis on hoida pidevat sidet agentuuride võrgustikuga ning tööd puudutavaid muudatusi õigeaegselt edastada. Autori arvates on agentuuri ärivisiooni keskpunktis klient, kelle nõuete rahuldamine on töötajate peamine ülesanne materiaalse kasumi tõstmiseks.

1.3. Operatiiv- ja müügitöö aspektid ning seos infosüsteemiga

Müügitöö ja klienditeenindus on omavahel tihedalt seotud. Mõlemaid iseloomustab suhtlemisoskus, töötajate aktiivsus ja teadusbaas merenduse valdkonnas.

Iga mere kaudu liikuva konteineri päritoluks on kaubaomaniku poolt esitatud hinnapäring. Päringute töötlemisega tegeleb müügiosakond, mille töötajate põhiülesandeks on liini teenuste müümine. Harrison ja van Hoek (2008, 47) arvavad, et müügitöö tähtis aspekt on isiklik kontakt kliendiga, seega pädev müügijuht peab alati läbirääkimisi silmast silma. Müügitöökliinide (*sales manager*) töö nõuab head suhtlemisoskust, motiveerimist ja pingetaluvust.

Müügitöökliinide peamiste igapäevaste ülesannete hulka kuulub: klientide päringute töötlemine, turu-uuring, veohindade kalkuleerimine, hinnataseme uurimine ja selle arutamine klientidega, vastava hinnataseme kinnitamine. Kui tellimus on kliendi poolt kinnitatud, siis peab vastav info olema edastatud klienditeeninduse osakonnale. Hindade kalkuleerimise protsess sõltub liini poolt määratud reeglitest ja tingimustest. Tavaliselt sõltub pakutav hinnatase kauba iseloomust, kaubaparteide eeldatavast suuruselt ning optimaalse marsruudi valikust. Weinberg (2015, 21) on arvamisel, et müügitöö tähtsaks aspektiks on potentsiaalse kliendiga individuaalne lähenemine eesmärgiga aru saada kas pakutud teenus langeb kokku kliendi vajadustega või mitte. Äris, kus võidavad nii müügitöökliinid kui ka klient, on põhikomponendiks innovatsioon. Innovatsiooniks nimetatakse ettevõtte uute väärtuste pakkumist, mis on kliendi edukuse saavutamisel abiks. Müügitöökliinide ülesanne on viia

innovatsioon klientideni. (Lainsalu 2015, 20) Teenuse pakkuja peab olema kindel, et laevaliini agentuuri poolt pakutud teenused rahuldavad kliendi nõudeid. Alles siis võib potentsiaalsest kliendist saada püsiklient.

Logistilise teenindamise protsess eeldab tarneahelas olevate ettevõtjate vahel hulgalise infovahetuse, mis on seotud kaupade tellimistega ja transporditeenustega. Müügiühid kasutavad erinevaid ostu ja müügi seotud süsteeme (Tulvi 2013, 518). Tähtsaimad on seotud müügiga, kuid sobivad ka klienditeeninduseks. Kliendisuhete juhtimine (*CRM, Customer Relationship Management*) mängib müügis tähtsat rolli. Tähtis osa on integreeritud infosüsteemil, mille võimalused varieeruvad sõltuvalt ettevõtte strateegilistest eesmärkidest ja kasutamise prioriteetidest. Integreeritus tähendab, et kogu informatsioon hallatakse ühes andmebaasis. Kliendisuhete juhtimise aluseks oli müügi protsessi automatiseerimine tänu elektroonilise andmevahetuse kasutuselevõtule ja elektroonilise kaubanduse arengule. Kliendisuhete haldamise ja juhtimise eesmärk on pakkuda kliendile võimalus suhelda ettevõttega erinevate suhtlemiskanalite kaudu (telefon, veeb, elektronpost, EDI jne), saada parima kvaliteediga teenust ning optimeerida kulusid. (*Ibid.*, 434) Integreeritud infosüsteem võib olla abiks suuremate klientidega suhtlemiseks, kes eelistavad sõlmida lepinguid ning jagada infot elektrooniliste kanalite kaudu. Kaasaegsed infosüsteemid on ka lepingute sõlmimise ja aruannete koostamise tähtis osa (Harrison, van Hoek 2008, 48). Kaasaegses konteinerlaevanduses on süsteem tähtis müügi protsesside optimeerimises.

Konteinerlaevanduse operatiivtööd võib tinglikult jagada kolmeks osaks: klienditeenindus (*customer service*), teenuste osutamine (*service delivery*) ja operatsioonide koordineerimine (*operations management*). Töötajad on jagatud osakondadeks ning iga töötaja täidab fikseeritud või vaheldatavaid ülesandeid. Osakondades toimuvaid protsesse jälgib ning vajadusel parandab või täidab osakonna juht (*team leader*). (*Ibid.*, 49)

Operatiivtöös nõutud oskused on müügitöö oskustega sarnased. Lisaks peab töötaja hästi taluma rutiinset tööd ning olema vastutustundlik, kuna teostatud protsessid mõjutavad otseselt klientide tellimuste detaile ning ebatäpsustuste tagajärgedeks võivad olla valesti teostatud logistilised protsessid. (*Ibid.*, 49)

Sõltuvalt agentuuri töökorraldusest võivad operatiivosakonna töötajate igapäevased ülesanded varieeruda ja sõltuda konkreetsetest vajadustest. Osa laevaliinidest kasutab operatiivtööde teostamiseks jagatud teeninduskeskust (*shared service center*). Suuremad keskused asuvad Hiinas ja Indias. Neid iseloomustab madal tööjõukulu ja suhteliselt kõrge

töökvaliteet. Vastavalt laevaliini organiseerimisskeemile on osa ülesannetest delegeeritud jagatud teeninduskeskusele, mis on pidevas ühenduses agentuuriga ning teostab tööd laevaliini huvides. (How ... 2015, 5) Operatiivtöötaja ülesandeks on klientide küsimustele vastamine, probleemide lahendamine, broneeringute tegemine, klientidele laevatusgraafikute kohta info saatmine, vabade kohtade olemasolu pidev jälgimine, konteinerite sihtkohta saabumise informatsiooni edastamine ja arvete väljastamine.

Eduka firma üks tunnus on see, et klientide operatiivsete nõuete teostamiseks kasutatakse infosüsteeme. Infosüsteemid kujundavad ümber organisatsioone siseselt ning organisatsioonide vaheliste suhete olemust. Informatsioon on alati olnud logistika efektiivse juhtimise keskmeks. Operatiivosakonnas kasutatakse infosüsteeme ja -tehnoloogiaid traditsiooniliselt. (Tulvi 2013, 508) Traditsioonilised meetodid infosüsteemis operatiivtööde teostamiseks on: (*Ibid.*, 508):

- Logistikatoimingute käigus iga teenuse kohta andmete haldamine ja kogumine (hankimine, tellimuste täitmine, arvete väljastamine ja vastuvõtmine) eesmärgiga omada täpseid, usaldusväärseid ja asjakohaseid lähteandmeid.
- Kogutud andmete säilitamine infosüsteemis eelnevalt määratletud kategooriates ja vormingutes (klientide andmebaasi haldamise süsteem).
- Säilitatavate andmete analüüs eesmärgiga saada olulist informatsiooni juhtimisotsuste tegemiseks ning logistika ja tarneahela optimaalsuse hindamiseks.
- Koostöö ja suhtlemine tarneahela liikmetega eesmärgiga vähendada viivitusi ja vigu informatsiooni edastamisel ning teha vajalikud andmed kolleegidele kättesaadavaks.
- Logistikatoimingute ja andmekasutuse protseduuride standardiseerimine ning ühise informatsiooni haldamise ja kontrolli meetodite väljatöötamine.

Operatiivtöö ülesannete täitmiseks sobib kaasaegne multifunktsionaalne kliendisuhete haldamise infosüsteem.

Operatiiv- ja müügitöid jälgib ja koordineerib juhtkond. Juhtkond peab juhtima ettevõtet sellisel viisil, et kaupade müügist ja teenuste osutamisest saadav tulu oleks maksimaalne, vastavate ressursside kasutamisest tekkiv kulu aga minimaalne. Otsuste vastuvõtmine ning teostamine peab eesmärkidele vastama. Pädeva juhtimise tulemusena on müügitulu suurenemine ja kulude vähendamine kuluefektiivsuse printsiibi lähtudes. Kuluefektiivsus on kulude minimeerimise ning samal ajal minimaalsete kuludega maksimaalse tulemuse saavutamise skeem. Ettevõtte või vastava allüksuse juhtimiseks peab

juhil olema ligipääs erinevale informatsioonile. Edukaks juhtimiseks on vaja omada infot ettevõttes toimuvate tegevuste, sündmuste, protsesside, ressursside kasutamise ja sellega tekkivate kulude kohta. Informatsioon peab olema salvestatud, käsitletud, analüüsitud. Teostatud analüüsi põhjal tehakse järeldusi ning otsuseid. Piisava olulise informatsiooni olemasolu ettevõtte või selle allüksuse kohta annab juhile võimaluse võtma vastu positiivse tulemuseni viivaid otsuseid. Kui otsuste aluseks olnud informatsioon vastab tegelikkusele, vastavad ka juhi otsused loogika printsiipidele. Juhtimisotsused on ratsionaalsed, mõnikord ka arvutustega tõestatud. Ettevõtte ja vastava allüksuste juhtimisel on tähtis juhtimisarvestust meeles pidada. Juhtimisarvestus on ettevõtte juhtimiseks vajalik ettevõttega seotud informatsiooni eesmärgistatud ja süsteemne kogumine, töötlemine, analüüs, tegevusnäitajate arvutamine, oluliste arvude talletamine aegridades ning lõpuks info esitamine kujul, mida saab kasutada põhjendatud juhtimisotsuste vastuvõtmiseks. (Tulvi 2013, 469-470)

Agentuuri juht peab olema laevaliini integreeritud süsteemide spetsialist. Oluline on tunda müügi valdkonnas toimuvaid protsesse ning osata koordineerida klienditeenindust. Kaasaegsed kliendisuhete haldamise infosüsteemid sisaldavad vajalikke juhtnõore, mis lubavad agentuuri protsesse kontrolli all hoida ning vajadusel sekkuda ja viia sisse uusi ülesandeid ja instruktsioone (Chorafas 2001, 34).

Juhtkond, müük ja klienditeenindus on omavahel tihedalt seotud ning agentuuri maksimaalse tulemuse saavutamiseks peab nende tegevust koordineerima ühine integreeritud infosüsteem.

1.3.1. Kliendisuhete haldamine

Kliendisuhete haldamine (*customer relationship management, CRM*) on klienditeeninduse ning müügi juhtimisviis, mis hõlmab ettevõtete kliendisuhete haldamisel kasutatavad mõisteid, sealhulgas kliendiinfo saamist, salvestamist ja analüüsi. (Lee, Cullinane 2016, 184)

Huiskonen (2004, 32) väidab, et hea klienditeeninduse taseme saavutamine kliendisuhete haldamise kaudu on oluline, kuna see on peamine näitaja konkurentsisis ning rahuldab klientide vajadusi ja säilitab usaldusväärseid suhteid.

Prasongsukarn (2006, 3-5) toob välja kliendisuhete haldamise kolm põhiskeeme, neid rakendatakse koos või üksteisest sõltumata:

- Operatsiooniline kliendisuhete haldus – kliendiprotsesside automatiseerimine või tugi, mis kaasab ettevõtte müügi- või teenindusesindaja. Operatsiooniline kliendisuhete haldus toetab ettevõtte peamisi äriprotsesse, sealhulgas müüki, turundust ja teenindust. Iga suhtlus kliendiga lisatakse kliendikontakti ajalukku ning meeskonnal on vajadusel võimalus andmebaasist kliendi kohta info saada. Sellise andmebaasi suurim eelis on see, et kliendid saavad suhelda ettevõtte erinevate esindajatega või erinevate kontaktkanalite kaudu, ilma et peaksid iga kord teavitama eelnevast kontaktist.
- Kollaboratiivne kliendisuhete haldus – otsesuhtlus klientidega, milles ei osale ettevõtte müügi- või teenindusesindaja. Kollaboratiivne kliendisuhete haldus hõlmab otsesuhtlust klientidega erinevatel eesmärkidel, sealhulgas tagasiside ning probleemidest teavitamiseks. Suhtlus võib toimida erinevate kanalite kaudu, näiteks veebileht, e-post, automaatvastaja jms. Kollaboratiivse kliendisuhete halduse eesmärgid võivad olla äärmiselt erinevad, sealhulgas kulude vähendamine või teenuse täiustamine.
- eesmärkidel, sealhulgas: määratletud sihtrühmale suunatud reklaamikampaaniate Analüütiline kliendisuhete haldus – analüüsib kliendiandmeid erinevatel kavandamine ja elluviimine turunduse efektiivsuse optimeerimiseks; kindlate kliendikampaaniate kavandamine ja elluviimine, sealhulgas klientide otsing, kaasmüük (*cross-selling*), kallima alternatiivse toote müük (*up-selling*), kliendi säilitamine; kliendikäitumise analüüs, mis on toeks toodete ja teenustega seotud otsustustele (hinnakujundus, uue toote väljaarendamine); juhtimisotsused (finantsproгноos ja kliendikasumlikkuse analüüs); kliendi ületuleku tõenäosuse prognoos.

Magistritöö autor on Prasongsukarni jaotusega nõus, kuna laevaliini agentuuris klienditeeninduse ja müügitöö segmenteerimine on sarnase kujuga. Mohammadhossein ja Zakaria (2012, 4) pakuvad kasutada eeltoodud kliendisuhete haldamise skeeme ettevõtte nõuetest lähtudes.

Magistritöö autor on arvamisel, et laevaliini agentuuri maksimaalse edukuse saavutamiseks tuleb kombineeruda kõik kolm ülaltoodud skeemid. Tulvi (2007, 179) väidab, et klientide ootused teenindustaseme osas on pidev võimaluste otsimine kulude vähendamiseks ja efektiivsuse suurendamiseks; suur globaalne partnerite võrk; väike kõrvalekallete (vigade) arv jt. Magistritöö autor on arvamisel, et nendel klienditeeninduse

organiseerimisega seotud elementidel peab baseeruma laevaliini agentuuri kliendisuhete haldamise skeem.

1.4. Kliendisuhete haldamise infosüsteemi olemus ja rakendus laevanduses

Kliendisuhete printsiipide jälgimiseks peab laevaliin omama või kasutusele võtma vastavat tarkvara, mille abil CRM on optimaalsemal tasemel. Durvasula jt (2004, 5) väidavad, et sellise infosüsteemi selge eesmärk on anda kliendile võimalus suhelda firmaga kõikvõimalike suhtluskanalite kaudu (veeb, telefon, fax, e-post jne) ning saada garanteeritud kvaliteediga teenust ning ühtlasi hoida kokku firma kulusid. Kliendisuhete haldamise infosüsteemide loomisega tegutsevate firmade arv on suur ning nende hulgas on maailma suuremad ja tuntumad teenusepakkujad (vt Tabel 2) ning laevaliinil on valik kas osta endale juba turul olev tarkvara või suuremate investeeringute olemasolul tellida endale uus kõikidele nõuetele vastav infosüsteem.

Tabel 2. CRM tarkvara suurimad teenusepakkujad aastatel 2014 - 2015

Teenusepakkuja	2015 tulu (miljonites dollarites)	2015 turuosa, %	2014 tulu (miljonites dollarites)	2014 turuosa, %
Salesforce.com CRM	5,171	19,7	4,250	18,4
SAP AG	2,684	10,2	2,795	12,1
Oracle	2,047	7,8	2,102	9,1
Microsoft Dynamics CRM	1,142	4,3	1,432	6,2
Muud	15,245	58	12,520	54,2
Kokku	26,287	100	23,100	100

Allikas: (Columbus, 2015)

Tabelist selgub, et suurimad infosüsteemide arendajate turupositsioon on kindel. 2015. aasta tulud on võrreldes 2014. aasta tuludega suurenenud, millest järeldub, et CRM tarkvara on populaarne lahendus infosüsteemide turul. Laevanduses kasutatakse CRM infosüsteeme

võrdlevalt hiljuti, kui aga suuremad merendussektoris tegutsevad ettevõtjad on tarkvara kasutusele võtnud. Kaasaegsed infosüsteemid võimaldavad meretranspordi sektoris tegutsevatele ettevõtjate tööprotsessi täiel määral ümber kujundada (Durvasula jt 2004, 5). Rust (2005, 1) näiteks näeb ette üldist ümberkujundamist teenuste pakkumise aspektis just tänu kiirele tehnoloogia arengule. Igal aastal ilmub palju uuendusi nii merenduses, kui ka tarkvara turul ning nende sümbioos võib ette tuua suuri võimalusi.

Kliendisuhete haldamise protsessi juhtiv tehnoloogia saab pakkuda meretranspordi teenuseid otsivale kliendile kiire tagasisidet, mis on väga tähtis tiheda turukonkurentsi ajal. Laine ja Vepsäläinen (2007, 37) väidavad, et kaasaegsete tehnoloogiate kasutamine lisab väärtust laevaliini poolt pakutud teenusele. Kleindl (2008, 43) näeb CRM süsteemi infotehnoloogia ja juhtimisskeemi kombinatsioonina. Selle eesmärk on klienditeenindus alates päringu esitamisest kuni kauba väljastamiseni kliendile sihtsadamasse müügijärgse teenusega. Magistritöö autor väidab, et CRM infosüsteemi tähtis aspekt on kahepoolse tagasiside võimalus ettevõtte ja kliendi vahel. Kui see on tehniliselt õigesti vormistatud siis koostöö on maksimaalselt produktiivne.

Dowling (2002, 7) väidab, et kliendisuhete haldamise infosüsteemid pärinevad maailma kahest erinevast osast: Ameerikast ja Põhja-Euroopast. Arengumootoriks Ameerikas olid kiiresti arenevad tarkvarad ja statistiliste algoritmide avatud võimalused, mis lubasid maksimaalselt efektiivselt kasutada kõnekeskusi, veebilehti ja klienditeeninduse programme. Seevastu Põhja-Euroopas ilmus CRM hetkel, kui turundus- ja müügiõiguskonnad püüdsid aru saada milline on pikaajaliste ärisuhete (*B2B*) olemus ning kuidas tarkvara kasutamine neid mõjutab. Mõlemal juhul oli eesmärgiks äriklientide nõuete parim arusaamine ning parema teenuse ja maksimaalse efektiivsuse saavutamise otsing (*Ibid.*, 7-8).

Merendussektor on globaalse ärisektori tähtis osa, seega ettevõtjad aktiivselt kasutavad kliendisuhete haldamise infosüsteeme. Spetsiifilise tarkvara kasutamine garanteerib seda, et laevaliini teenuste kohandamine ja personaliseerimine on liini turundustegevuse lahutamatu osa (Zikmund jt 2003, 16). Personaliseerimine on ettevõtjale vajalik kuna tuleb teada kes on klient ja mis rolli tema turul mängib selleks, et luua agentuuri ja kliendi vahel usaldusväärseid suhteid. Kohandamine lubab pakkuda kliendile teenuste valikut, mis saab erineda konteinerivedude turul pakutavatest teenustest. Sellised teenusfunktsioonid on kaubaomaniku erivajaduste rahuldamise võtmeteguriks (*Ibid.*, 17).

Optimaalse kliendisuhete haldamise infosüsteemi lahendus laevaliinile oleks programm, mis peale standardse CRM funktsiooni võimaldaks koguda kõike päringuid ja nendega kaasnevat infot globaalselt ning jagada laevaliini agentuuride võrgustiku piires. Süsteemi tuleks salvestada infot klientidest, tellimustest, kaebustest ja nende lahendustest ning samuti klientide arvamust kuidas võiks parandada infosüsteemi tehnilisi võimalusi ja muuta tarkvara keskkonda kasutajasõbralikumaks. (Durvasula jt 2004, 100) Selline infovoog lubab pakkuda kvaliteetset teenust just sellisel kujul, milles klient seda tahab näha. Durvasula jt (2004, 101) pakuvad ehitada CRM süsteemile sisse GPS jälgimisvõimalust selleks, et klient saaks alati vaadata reaajas milles maailma osas tema kaup asub, millisel marsruudil kaupa vedav laev liigub, kui kaugel on sihtkohast ning kui usaldusväärne on klienditeeninduse osakonna poolt saadud transiitaeg ning eeldatav saabumise kuupäev. Magistritöö autori arvates on see õigustatud, kuna suur osa klientide kaebustest tuleneb just vale saabumisaja info esitamise tõttu.

Laevaliini agentuuride töötajad peavad kasutama uut tarkvara targalt. See puudutab ka kliendisuhete haldamise infosüsteeme. CRM tarkvara laevaliini ilmumise tagajärjeks on kindlasti kliendi iseteeninduse võimalus. Süsteemi kaudu saab teha kõike tegevusi alates päringu saatmisest ning lõpetades kauba väljastamisdokumentide kättesaamisega. Probleemiks on see, et suur osa klientidest hakkab sellist protsessi eelistama enam, kui suhtlemist laevaliini agendiga. (Meuter jt 2007, 42) Sellise olukorra vältimiseks väidab Parasuraman (2011, 314), et isikliku kontakti roll laevaliini agendi ja olemasolevate klientide vahel jääb eduka äri eksisteerimise olulisemaks aspektiks. Magistritöö autor on arvamusel, et enne uue tarkvara integreerimist tuleb viia läbi analüüsi, mille teostamine selgitaks kuidas süsteem hakkab mõjutama agentuuris toimuvaid protsesse. Kaasaegste tehnoloogiate kiirareng vähendab inimfaktori tähtsust ning lubab laevaliinide protsesse optimeerida ja vähendada kaasnevaid kulusid, kuid agentuuri töötajate poolt pakutav aktiivne müük ja kvaliteetne klienditeenus peavad jääma äri lahutamatuks osaks.

Vaatamata sellele, et kliendid hakkavad üha rohkem nõudma täielikku kontrolli olemasolevate tellimuste üle, ükski süsteem ei saa asendada koostööd laevaliini agentuuri töötajatega (Hannon, 2001, 34). Magistritöö autor arvab, et kliendisuhete haldamise infosüsteemid olid loodud eelkõige selleks, et muuta kaubaomaniku ja vedaja koostööd tihedamaks ja kiiremaks. Ühe või teise äriüksuse totaalne kontroll võib neid suhteid rikkuda, iga süsteemi peab kasutama targalt ning arvestada tuleb kohaliku turu omapärasusega.

Käsitletud teooriast järeldub, et kliendisuhete haldamise infosüsteemide kasutamine konteinerlaevanduses võib omada nii negatiivseid kui ka positiivseid külgi. Optimaalne tarkvara sisaldub kõiki võimalusi, mis lubab laevaliini müügi- ja operatiivosakondadel teha tööd maksimaalse produktiivsusega, kaubaomaniku nõuded peaksid olema kiirelt ja sujuvalt rahuldatud. Infotehnoloogiate kiirareng toob kaasa paljude protsesside automatiseerimist, kuid isiklik kontakt jääb ärisektori tähtsaks osaks. Uute infotehnoloogiate integreerimine nõuab eelnevat analüüsi selleks, et selgitada infosüsteemi mõju ettevõttel toimuvatele tööprotsessidele.

2. UURIMISMEETODI VALIK JA UURIMISOBJEKTI KIRJELDUS

Teadustöö, sh magistritöö edukus sõltub suuresti otstarbekohaselt valitud ja oskuslikult kasutatud uurimismeetoditest (Kalle, Aarma 2003, 33). Uurimistöö meetoditega ning nende kasutamise võimalustega hästi kursis olev teadustöö tegija töötab tunduvalt väiksema energiakuluga ja suurema edukusega, võrreldes tegijaga, kes tugineb teadustöö kirjutamisel ainult kogemusele või tegutseb katse ja eksituse meetodil (*Ibid.*). Uurimismeetod on tegelikkuse organiseeritud tunnetamise viis uurimistöös püstitatud probleemide lahendamiseks. Uurimismeetodite tundmaõppimise eesmärgil võib teha üldise klassifikatsiooni. (Õunapuu 2014, 58) Uurimismeetodi valiku põhjendamiseks esitab autor nii kvalitatiivse, kui ka kvantitatiivse uurimistöö meetodite lühiiseloostus.

2.1. Kvalitatiivse ja kvantitatiivse uurimismeetodite kombineerimine

Kvalitatiivne uurimismeetod järgib traditsiooni: kirjeldada ja seletada sotsiaalset tegelikkust inimeste individuaalsete tõlgenduste kaudu, teisiti öeldes tähenduste kaudu, mida inimesed omistavad tegelikkuse aspektidele (McNabb 2010, 15). Kvalitatiivsed uurimismeetodid on mõeldud teadmiste hankimiseks inimsüsteeme parema mõistmiseks. Peamiste meetodite hulgas on intervjuud ja vaatlused, ent ka juhtumiuuringud, kaardistusuuringud (*surveys*), ajaloolised uuringud ja dokumentide analüüsid. Uurimine korraldatakse loomulikes tingimustes keskkonnaga manipuleerimata. Selliste meetodite kasutamine annab rikkalikke detailseid kirjeldusi inimeste käitumisest ja arvamustest. Käsitlus põhineb seisukohal, et inimesed konstrueerivad ise oma tegelikkuse ning selle mõistmine on võimalik, kui uurida, kuidas nad seda teevad. (Savenye, Robinson 2001, 1171–1173) Kvalitatiivse uurimise tunnuseks on uurimisobjektide eesmärgipärane valimine, mitte juhusliku valimi menetlust kasutades (Hirsijärvi jt 2010, 155). Uurimise kava kujuneb uurimise käigus. Kvalitatiivne uurimine eeldab uuritavate seisukohtade esile viidavate

meetodite kasutamist. Sellised meetodid on rühmaintervjuu, teemaintervjuu ja mitmesuguste dokumentide ning tekstide diskursiivsed analüüsid. (Hirsijärvi jt 2010, 155)

Kvantitatiivsete uurimismeetodite peamine eesmärk on koostada usaldusväärseid ja objektiivseid uuritavate nähtuste kirjeldusi ning näidata nähtuste kontrollitavust, manipuleerides nende tunnustega. Püütakse avastada printsiipe ja seadusi, mida võib üldistada laiemale üldkogumile. Andmed kogutakse kaardistusuringu (*survey*-tüüpi uuring), küsimustike, testide ja intervjuudega ning analüüsitakse statistiliste meetoditega. (Taylor 2005, 91-92) Kvantitatiivne uurimine eeldab andmete moodustamist tabeli kujul ja andmete korrastamist statistiliselt käsitletavateks (Hirsijärvi jt 2010, 131). Hoy (2010, 1) väidab, et kvantitatiivse uurimistöo keskmes on mõõtmine ja arvandmed, kuivõrd need seovad omavahel empiirilise vaatluse ning seoste matemaatilise väljenduse. Uurijad on huvitatud sellest, et püstitada ja kontrollida hüpoteese ning luua mudeleid ja teooriaid, mis seletaksid inimekäitumist.

Klassikalised kvalitatiivsed ja kvantitatiivsed uurimismeetodid annavad erisugust informatsiooni, kuid ühendatuna võivad need teineteist täiendada. Ercikan ja Roth (2006, 20) on seisukohal, et kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimine täiendavad teineteist juhul, kui neid rakendada interaktiivse kontiinumina (*qualitative-quantitative interactive continuum*). Interaktiivsus selles kontekstis tähendab kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete meetodite vastastikust toimet ning kontiinum nende pidevat ühendust või sujuvat seost uurimistöo vältel (*Ibid.*). White (2002, 513) väidab samuti, et kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimine võivad teineteist täiendada, ning lisab, et nende kombinatsioon tekitab sünergia ehk võimendunud koostoime. See võimaldab saavutada märksa rohkem, kui traditsiooniliste kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete uurimistööde tulemusi üldjoontes kokku võttes (*Ibid.*).

Eelnevalt lähtudes kasutab autor enda töös kvantitatiivset uurimismeetodit. Kvantitatiivseid andmeid kasutatakse selleks, et individuaalsete andmete kogumise ja koondamise protsessis analüüsida ettevõtte tegevust (Ghauri, Gronhaug 2004, 98). Kindlaksmääratud elementide eraldamiseks kasutatakse teatud instrumente ja tulemusi analüüsitakse kvantitatiivselt (*Ibid.*). Magistritöö uurimisobjekt on ainuke ja konkreetne, autor pole teostanud objektide võrdlemist ning ei kogunud statistikat. Sellest lähtudes rajatakse uurimistöo uute faktide alusel. Kuna magistritöös analüüsitakse konkreetset objekti, kõige sobilikum uurimisviis on kvantitatiivne uuring. Uurimisviisiks valiti küsimustik infosüsteemi kasutajatele. Uuringu osalejad olid tutvunud uurimisobjektiga nii praktiliselt kui ka

teoreetiliselt (Laherand 2008, 177). Eesmärgiks on saada usaldusväärset teavet uurimisprobleemi seisukohast tähtsas valdkonnas (*Ibid.*). Uurimise käigus kogutakse andmeid LISA CRM piloot ja esimese etapi kasutajate kogemustest ja oskustest ning saadud tulemuste alustel teostatakse analüüsi. Tarkvara kirjeldus ja loomise etapid on ülestoodud järgnevas alapeatükis.

Kuna uuritav tarkvara on unikaalne ning saab kasutatud ainult konkreetses laevaliinis, kirjeldatakse magistritöös esialgu rahvusvahelise laevaliini CMA CGM ajalooline olemus, peamised huviobjektid ja koordineerimisviis. Kuna tarkvara integreerimise projekt on globaalne, võib integreerimise protsess erinevate riikide agentuurides erineda, seega keskendub autor ka CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri töökorraldusele ja struktuurile.

2.2. CMA CGM konteinerlaevaliin

CMA CGM S.A. on Prantsuse merekonteinervedudega ja meretransporditeenuseid pakkuv ettevõtte, mille tegevjuhiks alates 08.02.2017 on Rodolphe Saadé (Jacques ... 2017). Laevaliin on maailma üks suurim konteinervedude teenusepakkuja maailmas, mille turuosa on suuruselt kolmas (CMA CGM ... 2017). Laevaliin pakub teenuseid kasutades üle 200 laevasõidu marsruuti 500 sadamate vahel 160 erinevates riikides (About ... 2017). Laevaliini peakontor asub Marseille linnas ning Põhja-Ameerika peakontor asub Norfolk linnas, Virginia, USA (*Ibid.*). CMA CGM on akronüüm, mille lahti kirjutatud tõlge oleks Meretranspordi Prahiettevõtte – Üldine Meretranspordiettevõtte (*Compagnie Maritime d'Affrètement - Compagnie Générale Maritime*).

CMA CGM ajalugu sai alguse 19. sajandi keskel, kui kaks peamist Prantsusmaa laevaliini olid loodud. Need liinid olid vastavalt MM (*Messageries Maritimes*) asutatud aastal 1851 ja CGM (*Compagnie Générale Maritime*) asutatud aastal 1855. Mõlemad olid asutatud Prantsusmaa valitsuse toetusega ning hõlmasid ka Prantsusmaa ülemaailmseid kolooniaid (History ... 2017). Aastate 1974 ja 1977 vahel olid laevaliinid ühendatud CGM nime alla. Ettevõtte oli ikka juhendatud Prantsusmaa valitsuse poolt ning tegutses konkurentsile orienteeritud ärikeskkonnas, millele oli tihti avaldatud poliitiline mõju uute konteinerlaevade ehitamiseks. (*Ibid.*) Laevaliin tegutses aastani 1996, pakkudes erinevaid meretranspordi teenuseid nii tramplaevanduse, kui ka liinilaevanduse sektoris. Tramplaevandusega tegutseva osa laevastik koosnes puistlasti laevadest ning väikese arvu naftatankeritest ja veeldatud

maagaasi (*Liquefied Natural Gas – LNG*) tankeritest. Liinilaevandus oli esitatud konteinerlaevadega, mis olid võimelised kanda ka veeremkaupasid (*Ro-Ro cargo*). (*Ibid.*)

CMA laevaliin oli asutatud aastal 1978 Liibanoni päritolu ettevõtjaga Jacques Saadé. Laevaliini peakontor asus Marseille linnas, töötajate arv oli neli inimest ning laevastik koosnes ühest konteinerlaevast, mis tegeles Vahemere piirkonnas Beirut, Lattakia, Marseille ja Livorno sadamate vahel. Laevaliin arenes stabiilselt, aastal 1992 oli avatud esimene CMA kontor Hiinas, Šanghai linnas. Sellest algab ajalooline taust Aasias, praegu Hiinas on 64 agentuuri, töötajate arv ületab 2000 inimest. (History ... 2017)

Aastal 1996 CGM laevaliin oli erastatud ning sai müüdnud CMA kontsernile, mis selleks ajaks juba omas 29 konteinerlaeva, oli suuruselt maailma kahekümnes laevaliin ning Prantsusmaa suurim merekonteinerredude teenuseid pakkuv ettevõtte. CMA ja CGM laevaliinide ühendus lõppes aastal 1999, mille tulemusena sündis maailma suuruselt kaheteistkümnnes konteinerlaevaliin CMA CGM, omanik Jacques Saadé. (*Ibid.*) Inglismaa ajakiri *Lloyd's List* tunnistas CMA CGM laevaliini aasta 2016 parimaks ettevõtjaks (Lloyd's ... 2017).

Kaasaegse CMA CGM Group laevaliini agentuuride võrgustik opereerib üle maailma ning igal maailma merel. Ettevõtte omab kaubamärkide ja tütarettevõtete portfelli, mis on esitatud teiste laevaliinidega (About ... 2017):

- ANL (*Australian National Lines*) - Austraalia laevaliin, mis osutab transporditeenuseid Okeania, Aasia, Euroopa ja USA piirkondades.
- *MacAndrews* - Suurbritannia laevaliin, mis pakub Euroopa-siseseid merekonteinerredusid.
- COMANAV (*Compagnie Marocaine de Navigation*), Maroko konteinerlaevaliin, mis tegeleb konteinerredudega Maroko ja Euroopa vahel.
- *U.S. Lines* - Ameerika päritoluga laevaliin, mis tegeleb Hiina ja USA vaheliste kaubavedudega.
- *Cheng-Lie Navigation Co., Ltd.* – Taiwanis asunud laevaliin Aasia-siseste konteinerredude korraldamiseks.
- OPDR (*Oldenburg-Portugiesische Dampfschiffs-Rhederei*) – Saksa laevaliin, mis pakub Euroopa-siseseid merekonteinerredusid.
- APL / NOL (*American President Lines Ltd / Neptune Orient Lines*) – Singapuris asuv laevaliin, mis pakub meretranspordi teenuseid üle maailma.

CMA CGM Group on esitatud ka ettevõtetega, mille ülesanneteks on laevaliini valduses olevate sadamaterminalide haldamine (Terminal ... 2017).

Terminal Link – 2001. aastal asunud tütarettevõtte, mille eesmärgiks on terminali võrgustiku haldamine ja stividoriteenuste pakkumine Kaug-Idas, Põhja-Euroopas, Vahemere piirkonnas, Lääne-Aafrikas ja Põhja-Ameerikas (vt Joonis 2).



Joonis 2. *Terminal link* tütarettevõtte valduses olevate sadamaterminalide võrgustik

Allikas: (Terminal ... 2017)

Jooniselt selgub, et *Terminal Link* võrgustik koosneb 14 terminalist. Kõik sadamaterminalid on aktiivsed, aasta 2014 kaubakäive ületas 12 miljonit TEU. (*Ibid.*)

CMA Terminals – veel üks filialettevõtte, mille ülesanneteks on sadamaterminalide areng, konstrueerimine ja haldamine. Ettevõtte sai loodud aastal 2012 ning juba järgmisel aastal kaubakäive moodustas 2,6 miljonit TEU. Tänapäeval tütarettevõtte omab 13 sadamaterminali üle maailma (vt Joonis 3), mis funktsioneerivad või on arengu staadiumil. (*Ibid.*)



Joonis 3. *CMA Terminals* tütarettevõtte valduses olevate sadamaterminalide võrgustik
 Allikas: (Terminal ... 2017)

Joonisel näidatud terminalide nimekiri ei ole lõplik. Aastal 2017 algab uue terminali ehitus Nigeerias ning ka samal aastal lõpeb RWG terminali ehitus Rotterdami sadamas Hollandis. Tähtsaimad terminalid on *Long Beach* sadamaterminal Ameerika läänerrannikul ning Marseille linnas asuv *Ro-Ro* terminal, mis teenindab euroopasiseseid kaubavedusid. (*Ibid.*)

CMA CGM Group üks eraldi seisev ärisektor on multimodaalsete ja intermodaalsete vedude organiseerimine ja koordineerimine. Aktiivsusega seotud tegevuste korraldamiseks tegutseb viis tütarettevõtet (Logistics ... 2017):

- *Progeco Holland BV*
- *CMA CGM Logistics*
- *Greenmodal Transport*
- *Rail Link*
- *River Shuttle Containers*

Lisaks vedude organiseerimisele pakuvad ülaltoodud ettevõtted konteinerite remonditeenust ning kasutatud konteinerite müügiteenust (*Ibid.*).

Laevaliini juhtimine toimub peakontorist, mis asub Marseille linnas, Prantsusmaal. Peakontoris tagatakse, et laevaliini töö toimuks agentide vahelise koostööna vastavalt liini regulatsioonidele. Selleks, et juhtimine toimuks maksimaalselt tõhusalt agentuuride võrgustik on jagatud klastriteks. Näitena võib tuua CMA CGM klatri struktuuri Baltikumis, kus klatri peakontoriks on Soome agentuur CMA CGM Finland, ja sellele alluvad Eesti, Läti ning Leedu agentuurid.

Agentuuri tööülesanded teostatakse ühises infosüsteemis, mille abil korraldatakse operatiivtööd (laevakohtade jälgimine, merekonossementide väljastamine, laevatusgraafikute muudatuste jälgimine, arvete väljastamine) ja koordineeritakse müüki (hinnapakumiste koostamine). Ühine infosüsteem optimeerib laevaliini agentuuri töökorraldust ning lubab jälgida infovahetust transporditeenuse tellijaga. Järgmistes peatükkides keskendub autor CMA CGM Eesti agentuuri töökorraldusele ning laevaliinis kasutatud infosüsteemidele.

2.2.1. CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri organiseerimisviis

CMA CGM laevaliini esindus Eestis kuulus kuni 2006. aasta oktoobrini Johnnurminen Eesti AS koosseisu. Kuid CMA CGM on orienteeritud pideva arengu suunale, seega edasise sammuna sai positsiooni Eestis tugevdatud ning uus ettevõtte CMA CGM Estonia OÜ alustas oma tegevust.

Tabel 3. CMA CGM Estonia OÜ eksportkonteinerite käive aastatel 2015 ja 2016

Suund	Aastane maht, TEU		Kasv aastal üle aasta, %	Osakaal kogu mahust, %	
	2016	2015		2016	2015
Euroopa	925	1 067	-13	14	18
Aafrika	67	104	-36	1	2
Lähis-Ida	181	429	-58	3	7
India	263	844	-69	4	14
Aasia	4 567	3 146	45	71	53
Põhja-Ameerika	223	161	39	3	3
Kesk-Ameerika	42	34	24	1	1
Lõuna-Ameerika	81	98	-17	1	2
Austraalia ja Uus-Meremaa	64	6	967	1	0
Kokku	6 413	5 889	9	100	100

Allikas: (Majandusaasta aruanne 2016, autori koostatud)

Eesti turul on CMA CGM kolmandal kohal ja haarab 11% konteinervedude turust. Tänapäeval üle kogu maailma konteinervedusid pakkuv CMA CGM Estonia OÜ on kiiresti arenev ning uute äritingimustega kohanev äriühing, mis pakub ülemaailmseid meretransporditeenuseid nii kohalikele, kui ka välismaistele klientidele ka seega jätkab edukalt konteinervedude mahtude suurendamist ning on seadnud eesmärgiks võita turuliidri positsioon. Aasta 2016 oli ettevõtte jaoks edukas, majanduslikud tulemused olid positiivsed. Aastate 2016 ja 2015 eksportmahtude võrdlus (vt Tabel 3) selgitab turul toimunud muudatusi.

Tabelist 3 selgub, et aasta 2016 kasvas ettevõttes merekonteinerite eksport, kasv võrreldes aastaga 2015 oli 9%. Suurima osa ekspordimahtudest moodustasid aastal 2016 veod Aasiasse. Suurim eksportmahtude kasv aastal 2016 oli Austraalia ja Uus-Meremaa suunal 967% ning suurim langevus India suunal 69%. Kuna laevaliini agentuuri majanduslik edukus sõltub ka importmahtude suurusest, siis peab autor vajalikuks võrrelda 2015 ja 2016 importmahte (vt Tabel 4).

Tabel 4. CMA CGM Estonia OÜ importkonteinerite käive aastatel 2015 ja 2016

Suund	Aastane maht, TEU		Kasv aastal üle aasta, %	Osakaal kogu mahust, %	
	2016	2015		2016	2015
Euroopa	550	568	-3	6	6
Aafrika	252	223	13	3	3
Lähis-Ida	120	77	56	1	1
India	721	577	25	7	7
Aasia	7 659	6 922	11	78	78
Põhja-Ameerika	190	180	6	2	2
Kesk-Ameerika	5	4	25	0	0
Lõuna-Ameerika	265	247	7	3	3
Austraalia ja Uus-Meremaa	46	6	667	0	0
Kokku	9 808	8 804	11	100	100

Allikas: (Majandusaasta aruanne 2016, autori koostatud)

Tabelist 4 selgub, et aastal 2016 kasvas ettevõttes merekonteinerite import, võrreldes aastaga 2015 11%. Suurima osa importmahtudest moodustasid aastal 2016 veod Aasiast. Suurim importmahtude kasv aastal 2016 (7,67 korda) oli Austraalia ja Uus-Meremaa suunal ning suurim langevus Euroopa suunal - 1,03 korda. Autori arvates on ettevõtte mahud stabiilsed ning ka järgmistel aastatel on oodata arengut.

Agentuuri tööprotsessid on peakontori kontrolli all ja kõik otsused, nagu vabade laevakohtade arv ookeanilaevadel, tariifid, kauba tasuta ladustamise aeg terminalis ja konteinerite tasuta kasutamise aeg (*demurrage and detention*), on alati peakontori esindajaga kooskõlastatud. Igapäevased tööülesanded ning omavaheline koostöö on Baltikumi klatri struktuuriga ja üldiste reeglitega reguleeritud, seega Eesti agentuuril on pidev ja muutumatu praktika ettevõttesisesel koostöö organiseerimisel. Iga töötaja on ülesannetes pädev ning jälgib kindlaid printsiipe, mille järgi tehakse koostööd ja osutatakse klientidele teenuseid. Kuna klientidest tulevate päringute arv on suur kasutab CMA CGM Eesti agentuur teatud ettekirjutusi nii tellijatele kui ka agentuuri töötajatele selleks, et kogu töö oleks optimeeritud. Protsesside standardiseerimine on agentuuri teenuse kvaliteedi tõstmise tähtis meetod.

CMA CGM Eesti agentuur on jagatud osakondadeks: operatiivosakond, müügiosakond ning raamatupidamisosakond. Müügijuhtide peamised tegevused on seotud teenuse pakkumisega ja müügiga. Selleks kasutatakse erinevaid meetmeid, mis võivad tihti sõltuda kliendi iseloomust. Juhul, kui müügitegevus oli edukas ning kliendilt võib tellimuse oodata, tegeleb kliendiga edasi operatiivosakond, mille tegevus jaguneb klienditeeninduseks ning teenuste osutamiseks. Operatiivosakond tegeleb otseselt kliendi poolt tulnud tellimustega. Kliendid võivad esitada tellimusi nii e-posti teel, kui ka kasutades spetsialiseeritud programme (INTTRA, GT Nexus, CargoSmart), kui aga laevaliini agentuurvõrgustik rõhutab tellimuste CMA CGM kodulehe kaudu esitamisele, mis on võimalik aasta 2016 jaanuarist. Klientide motiveerimiseks pakub agentuur rahalist soodustust nendele klientidele, kes kasutab tellimuste esitamiseks CMA CGM kodulehel asuvat *eBusiness* portaali. Järgmises peatükis kirjeldab autor portaali olemust, selle peamisi võimalusi ja funktsioone ning analüüsib portaali rolli laevaliini Eesti agentuuris.

2.3. eBusiness portaal

Portaali kaudu võivad kliendid esitada uusi tellimusi ning hallata juba olemasolevaid, sisestada saatmisjuhendeid (*shipping instructions*) kontrollida transpordiarveid ning teostada kõik muud võimalikud tegevused, mis on seotud CMA CGM tellimustega (Our ... 2017). Registreerimine portaalil on tasuta ning seda saab teha iga äriettevõtte kes soovib vedada kaupaid CMA CGM laevaliiniga. Portaali peamiste funktsioonide ning selle kasutamise eeliste arusaamiseks leiab autor kasulikuks kirjeldada täpsemalt tellimuse loomise ja selle

edaspidise haldamise protsessi. Esialgu peab klient portaalis sisse logima kasutades enda poolt valitud kasutajatunnust (kliendi e-posti aadress) ja parooli ja seepärast avada tellimuse loomise lingi (vt Joonis 4).



Joonis 4. Sisselogimine ja tellimuse loomine *eBusiness* portaalis

Allikas: (Booking ... 2017)

Magistritöö autor toob välja peamist infot, mida klient peab valdama tellimuse loomiseks (Booking ... 2017):

1. **Hinnapakkumise number** (*special quotation*). Unikaalset hinnapakkumise numbrit väljastab kliendile müügijuht hinnapakkumise aktsepteerimise ja tellimuse esitamise juhul.
2. **Laadimis- ja lossimissadam** (*Port of Loading, Port of Discharge*). Klient peab olema teadlik kust ja kuhu kaup täpselt liigub. Laadimis- ja lossimissadama paarid on salvestatud hinnapakkumise numbri all, seega saab klient kasutada ainult neid sadamaid, mis olid müügijuhi poolt pakutud. Juhul, kui kaup liigub uksest ukseni peab klient ka teadma kättesaamise- ja tarnekoha.
3. **Laevatusgraafik** (*Schedule*). Portaali kaudu saab klient ise valida temale sobiv laevatusgraafik. Juhul, kui kaup on juba valmis ning ootab laadimist saab klient valida lähima võimaliku saatmiskuupäeva. Juhul kui kaup ei ole saatmiseks valmis, vaid peab olema sihtkohal teatud kuupäevaks saab klient otsida sobivat graafikut sisestades nõutud saabumiskuupäeva ning sellest lähtudes planeerida tootmist ja laadimist. Mõlematel juhtudel pakub portaali täpset graafikut laevade nimedega ning väljumise ja saabumise kuupäevadega.

4. **Maksetingimused** (*Payment terms*). Klient peab määrama mis ettevõtte maksab laevaliinile prahiraha. Sõltuvalt ettevõtte asukohast esitab transpordiarvet vastavas riigis asuv agentuur.
5. **Kauba kirjeldus** (*Cargo description*). Kaubale vastav harmoneeritud süsteemi kood (*harmonized system code*) on salvestatud hinnapakumise numbri all. Kliendil on kohustus võimalikult täpselt kirjeldada kaupa hinnapäringu etapil, kuna sellest võib sõltuda transpordihind ja kauba käsitus merel. Järgmisena peab klient teadma millist konteineri tüüpi ja mitu neist temale vaja läheb. Edaspidi tuleb lisada kauba kogukaal. See ei pea olema täpne, seda läheb vaja selleks, et operatiivosakond saaks väljastada õige lubatud koormusega (*payload*) tühja konteinerit. Kui kaup nõuab eritemperatuuri transportimisel, kaup on deklareeritud ohtliku kaubana või tegemist on ülegabariidilise (*out of gauge*) veoga – peab klient tegema märkusi portaalis olevates lahtrites.

Kui kõik väljad on täidetud näeb klient sisestatud tellimuse ülevaadet (vt Lisa 3) ning saab tellimuse šabloonil salvestada selleks, et edaspidine sarnaste tellimuste esitamine oleks kiirem ja lihtsam. Kinnitamise nuppu vajutades saadab klient tellimust laevaliinile, sellega tegeleb operatiivosakond ning vajadusel võtab kliendiga ühendust. Juhul, kui kliendil on tekinud tellimuse muudatused, võib tema neid samuti sisestada portaali kaudu olemasoleva tellimuse lingi avades.

Kui kaup on konteineritesse laetud ning konteinerid on sadamasse viidud peab klient sisestama merekonossementi saatmisjuhendid (*Bill of Lading Shipping Instructions*). Merekonossement peab olema õigesti täidetud, kuna just see dokument määrab kaubapartei sisu ja kaubaomaniku. Juhul, kui konossementil esineb vigu võivad sihtsadamal tekkida probleemid kauba kättesaamisega. Konossementi parandus peale kauba kohalejõudmist võib võtta palju aega ning sihtsadamal võivad tekkida hoiustamiskulud (*storage*) ja üleseisuraha (*demurrage*) mida saaja peab maksma sadamaterminalile ja laevaliinile kauba kättesaamiseks.

CMA CGM merekonossementi (vt Lisa 4) täitmiseks peab klient sisestama *eBusiness* portaali kaudu järgmist infot (Submitting ... 2017):

- Kauba saatja (ettevõtte või eraisiku nimi ja täisaadress).
- Kauba saaja (ettevõtte või eraisiku nimi ja täisaadress).
- Teavitav isik (ettevõtte või eraisiku nimi, täisaadress ja kontaktandmed) – vajadusel saab konossementile lisada kahte või enam teavitavat isikut.

- Kauba kirjeldus – iga laetud konteineri brutokaal, pakendite arv ja tüüp, vajadusel saab klient lisada ka laetud kauba lühikirjeldus.
- Märkused – klient saab lisada vabas vormis kommentaare, mis on tema arvates tähtsad või on nõutud kaubasaaja poolt.
- Merekonossementi väljaandmise koht – klient märgib riigi kus merekonossement peab olema välja antud.
- Merekonossementi väljastamise viis – sõltuvalt nõuetest saab klient valida kas merekonossementi väljastatakse paberikujul (*Negotiable Bill of Lading*) või elektroonilisel kujul (*Waybill*).

Magistritöö autor kirjeldab edaspidi tüüpilist merekonossementide väljaandmise ja tagastamise protseduuri, kui aga rõhutab, et konteinerlaevanduses merekonossementidega seotud protseduurid võivad olla palju keerukamad. Merekonossementi originaalid printitakse välja kolmes eksemplaris CMA CGM plankpaberile ja edastatakse kaubasaatjale. Juhul, kui kliendil puudub krediitileping laevaliiniga edastatakse konossementide originaalid peale transpordiarve tasumist. Kaubasaatja omapool peab edastama originaalid kaubasaajale, kes peab omapoolt tagastama originaalid laevaliini agentuurile selleks, et saada kaup sihtsadamasse kätte. Elektroonilise konossementi puhul midagi välja ei printita, vaid kaup väljastatakse sihtsadamasse kohe peale saabumist süsteemis märgitud ettevõttele.

Kui kõik informatsioon on sisestatud ning klient kinnitab andmete õigust, tegeleb merekonossementi koostamisega vastav osakond (sõltuvalt laevaliini asukoha riigist tegeleb sellega kas kohalik dokumentatsiooni osakond või jagatud teeninduskeskus. Kliendile saadetakse merekonossementi mustandit (*draft Bill of Lading*) mida tema peab kinnitama või vajadusel teha vastavaid parandusi *eBusiness* portaali kaudu.

2016. aasta 1. juulist jõustusid rahvusvahelise konventsiooni inimelude ohutusest merel (*SOLAS*) muudatused, mis kehtestavad kaubasaatjale kohustuse kauba saatedokumentides näidata pakitud konteineri tõendatud täismass (*Verified gross mass*, edaspidi VGM) ning kohustuse edastada teave õigeaegselt kaptenile või tema esindajale ja terminali esindajale. Pakitud konteineri täismassi võib tõendada kahte meetodiga: pakitud konteineri kaalumise või konteinerisse pakitud kauba ja kinnitusmaterjali kaalule tühja konteineri kaalu lisamine. Dokument peab olema allkirjastatud kaubasaatja või tema volitatud isiku poolt. Allkirjastatud dokument edastatakse elektroonilisel kujul. Kui kaptenile või tema esindajale ja terminali esindajale ei ole esitatud saatedokumenti pakitud konteineri VGM-ga,

ei tohi konteinerit laevale laadida. Transiidina Eestisse saabunud konteinerid peavad samuti omama saatedokumenti kaubasaatja poolt tõendatud konteineri täismassi kohta. Konteineri täismassi tõendamiseks peab iga riik kasutama kalibreeritud ja taadeldud seadmeid, mis vastavad antud riigi täpsusstandardi nõuetele. (Rauk, 2016) Magistritöö autor kirjeldab edaspidi VGM-i esitamise protseduuri *eBusiness* portaali kaudu, mis on kliendi jaoks kohustuslik. Portaali kasutamine maksimaalselt lihtsustab VGM-i esitamise (vt Joonis 5) protseduuri.

The screenshot shows a web form for entering VGM (Verified Gross Mass) data. At the top, there are three main sections: 'Booking *' with a document icon and a text input field containing 'SEL0674902'; 'Container *' with a container icon and a text input field containing 'CAIU8131056', followed by a 'Shipper owned' checkbox which is unchecked; and 'Tare weight' with a text input field containing '3870 KGM'. Below these, there are two rows of input fields. The first row has 'VGM *' with a text input field containing '15020' and 'KGM' next to it, followed by 'Gross Weight' with an empty text input field and 'KGM' next to it. The second row has 'Name *' with a text input field containing 'JANG YUJIN', 'Method' with a dropdown menu showing 'SM2', and 'Certificate' with an empty text input field. A small informational note is located below the VGM and Gross Weight fields: 'If you choose to enter the gross weight, the resulting VGM will be the sum of your input plus the container tare. It is your responsibility to verify that the resulting VGM is accurate and exact'. At the bottom left of the form area is a button labeled '+ Add VGM'. At the bottom right is a red 'Submit' button.

Joonis 5. VGM esitamine *eBusiness* portaali kaudu

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis portaalist)

Jooniselt selgub, et kohustuslikud väljad VGM-i esitamiseks on järgmised:

- *Booking* – tellimuse number, korraga saab esitada ka mitu VGM-i erinevate tellimuste jaoks vajutades *Add VGM* nuppu.
- *Container* – konteineri number, juhul kui tegemist on saatjale kuuluva konteineriga (*Shipper owned container*) vastav märk peab olema tehtud.
- *VGM* – kauba ja konteineri kaalude summa.
- *Name* – VGM-i esitaja nimi ja perekonnanimi.
- *Method* – kasutatud kaalumismeetod. Meetod *SM2* eeldab, et kaalutatakse konteinerisse pakitud kauba ja kinnitusmaterjali. Meetod *SM1* eeldab pakitud konteineri kaalumist.

VGM-i esitamine on kauba saatmise protseduuri viimane etapp. Kui kliendi poolt esitatud andmed on õiged laetakse kaup laevale. Peale laeva väljumist väljastatakse kliendile transpordiarvet, mida saab näha *eBusiness* portaalis. Portaalist saab jälgida ka

laevatusgraafiku muudatusi. Kui kaup hakkab sihtkohale jõudma väljastatakse saajale saabumisteadet ning kohaliku kulude arvet, juhul kui need polnud saatja poolt tasutud. Konteinerit väljastatakse saajale kui merekonossementide originaalid on liinile tagastatud ja kõik arved on tasutud või krediitingimustega kaetud.

2.3.1. Portaali kasutamine laevaliini Eesti agentuuris

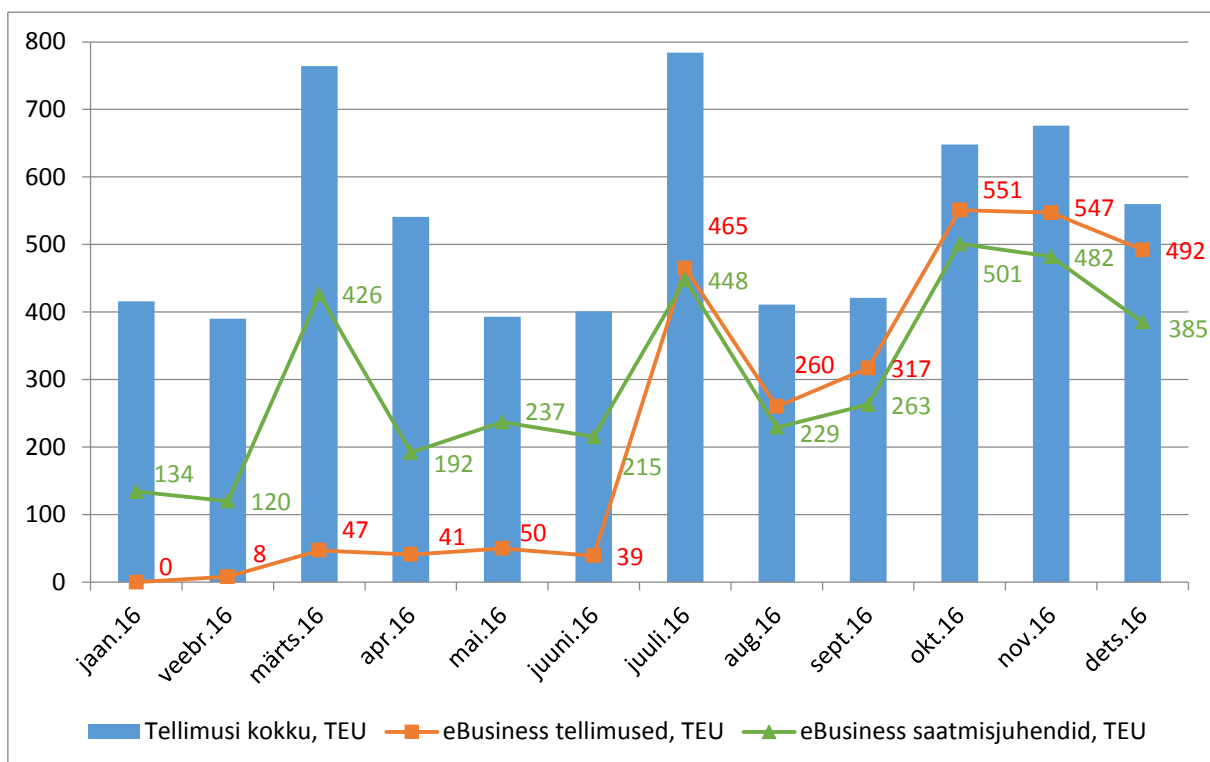
Kuna laevaliin on seadistatud eesmärgiks portaali maksimaalset propageerimist CMA CGM Estonia OÜ agentuur nõuab klientidest tellimuste esitamist *eBusiness* portaali kaudu. Igale agentuurile on seadistatud vastavad tulemuslikkuse võtmenäitajate (*key performance indicator*, edaspidi KPI) eesmärgid. Nende täitmise jälgimine on agentuuri iga töötaja kohustus. Eesti agentuurile seadistatud eesmärgid ja nende täitmise edukus aastal 2016 (vt Tabel 5) on jälgimise põhiinstrument.

Tabel 5. *eBusiness* aasta 2016 toimivus aruanne CMA CGM laevaliini Eesti agentuuris (protsentides)

eBusiness portaali KPI	2016 eesmärk	2016 tulemus	2016 jaanuar	2016 detsember	2016 tendents
Tehingute haldamine					
Esitatud tellimused	50	43	0	88	88
Esitatud saatmisjuhendid	50	56	32	69	37
Merekonossementide mustandite korrigeerimine	30	13	0	13	13
Dokumentide haldamine					
Tellimusi kinnitatud	95	99	100	100	0
Tellimusi kinnitatud nelja tunni jooksul	90	98	100	98	-2
Merekonossementide mustandeid saadetud	60	42	13	86	73
Elektroonilisi konossemente saadetud	40	27	3	79	76
Originaalkonossemente saadetud	10	5	0	35	35
Arveid väljastatud	70	19	0	34	34
Saadetiste nähtavus					
Väljamisaja muutumistest teavitamine	60	13	9	20	11
Laadimiskinnituse edastamine	75	74	44	91	47
Saabumisaja muutumisest teavitamine	60	7	0	9	9
Mahalaadimise kinnituse edastamine	60	31	0	17	17

Allikas: (autori koostatud, ettevõttesisene raport)

Tabelist selgub, et aasta 2016 tendents oli positiivne. Uus portaal meeldis nii kasutajatele, kui ka töötajatele. Vaatamata sellele et enamus eesmärke jäi täitmata oli Eesti üks edukamaid Euroopa riikidest. Detsembris portaalis tehtud tellimuste osakaal oli üle 80% kogu tellimuste mahust. Detsembri tulemus 88% oli Euroopa viies. 2016. aasta jooksul tegeles müügiosakond aktiivselt ja edukalt (vt Joonis 6) portaali populaarsuse arendamisega klientide sees.



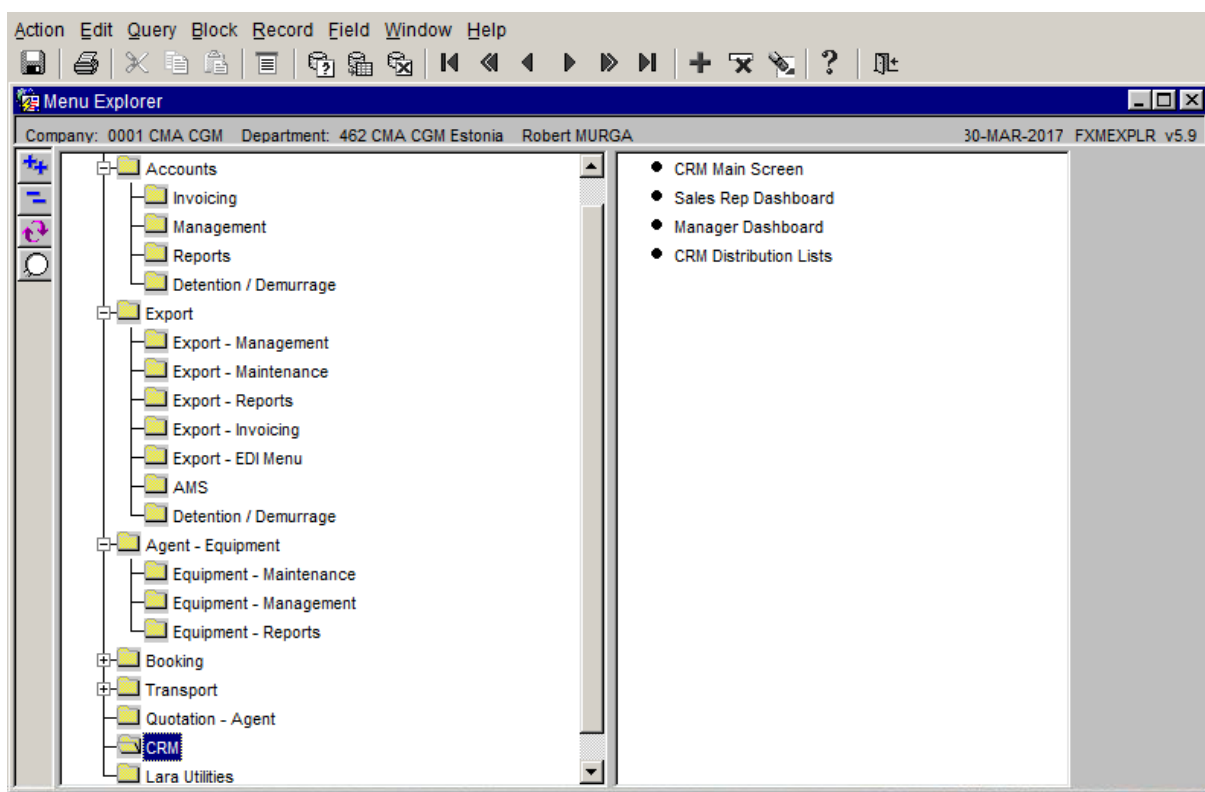
Joonis 6. *eBusiness* portaali kasutamise tendents aastal 2016

Allikas: (autori koostatud, ettevõttesisene raport)

Jooniselt selgub, et portaali kasutamine aktiivselt arenes aasta jooksul sõltumata tellimuste kogumahust. 2016. aasta lõpuks peaaegu 90% tellimustest ning 70% saatmisjuhenditest oli esitatud portaali kaudu. Magistritöö autor väidab, et Eesti agentuuri töötajad ja kohalikud kliendid oskavad hästi kohandada uuendustega ning kasutavad neid heameelega. See mõjutas tugevalt CRM integreeritud infosüsteemi pilootriikide valikut, millest autor räägib järgmises peatükis.

2.4. LISA CRM kliendisuhete haldamise tarkvara loomine ja rakendamine

Maailm ja konteinerlaevanduse turg muutuvad pidevalt. Autor on arvamisel, et laevaliini peab jälgima muutuste voogu ning kohandama töömeetodid selleks, et jääda edukaks ettevõtjaks. Kõik *eBusiness* portaali kaudu sisestatud broneeringud ja nendega seotud tegevused peavad olema hallatud CMA CGM laevaliini agentuuride tarkvaras, mille nimi on LARA. Tarkvara võimaluste hulk on lai (vt Joonis 7) ja hõlmab kõike vajalikke tegevusi, mis on liinilaevanduses kasulikud ja asendamatud.



Joonis 7. LARA infosüsteemi avaaken

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Jooniselt selgub, et kliendisuhete haldamine, ehk CRM ei ole uus leiutis ning CMA CGM laevaliini kasutusel oli vastav moodul olemas. Laevaliini üks peamine eesmärk on alati olnud infotehnoloogiliste lahenduste ja tööriistade optimeerimine ja ratsionaliseerimine. Viisteist aastat kasutusel olev CRM moodul on jõudnud oma tehniliste piiranguteni ja ei vasta enam kaasaegsete kliendisuhete haldamise nõuetele, sellepärast oli otsustatud investeerida uue sõltumatu integreeritud tarkvarasse, mille eesmärgiks on toetada 80% laevaliini äritegevust

(Advanced ... 2016). Uue projekti idee sündis aastal 2013 ning kandis nime LISA (*Line Integrated System Application*) CRM. Uue tarkvara eesmärkide hulgas olid agentuuride võimaluste laiendamine; pidev kommunikatsioon agentuuride ja peakontori vahel; õige info kliendi ja tema tegevuste kohta, mis on hallatud õige inimeste poolt selleks vastaval õigel ajal ja õigel kujul. (Communication... 2016)

Järgmisena toob magistritöö autor välja olemasoleva CRM mooduli peamised puudused, mis takistavad agentuuride edukat ja sujuvat tööprotsessi:

- Ebapiisav seos müügitegevuse, turu identifitseerimise ja hinnakujunduse vahel.
- Olemasoleva kliendisuhete haldamise tarkvara kasutamine ei ole integreeritud tööprotsessidele ja kujutab ennast eraldiseisvat moodulit, mille kasutamine võib mõnel määral tõsta pakutud teenuste kvaliteedi. Mooduli reaalsete kasutajate arv on väike.
- Mitmekordne sarnaste andmete sisestamine erinevatesse kohtadesse. Agentuuride töötajad ei saa hallata ja salvestada andmeid ainult ühes selleks ettenähtud kohas, vaid kasutavad andmete salvestamiseks iseseisvalt loodud tabeleid, kuna nende kasutamine on mugav.
- Kliendisuhete haldamise informatsioon ei ole jagatud agentuuride võrgustiku sees.
- Raskused dokumentatsiooni edastamisega vajalikule kontaktisikule. Tihti kliendiandmed on puudulikud, seega õiged dokumendid ja informatsioon ei jõua õigeaegselt kliendini.

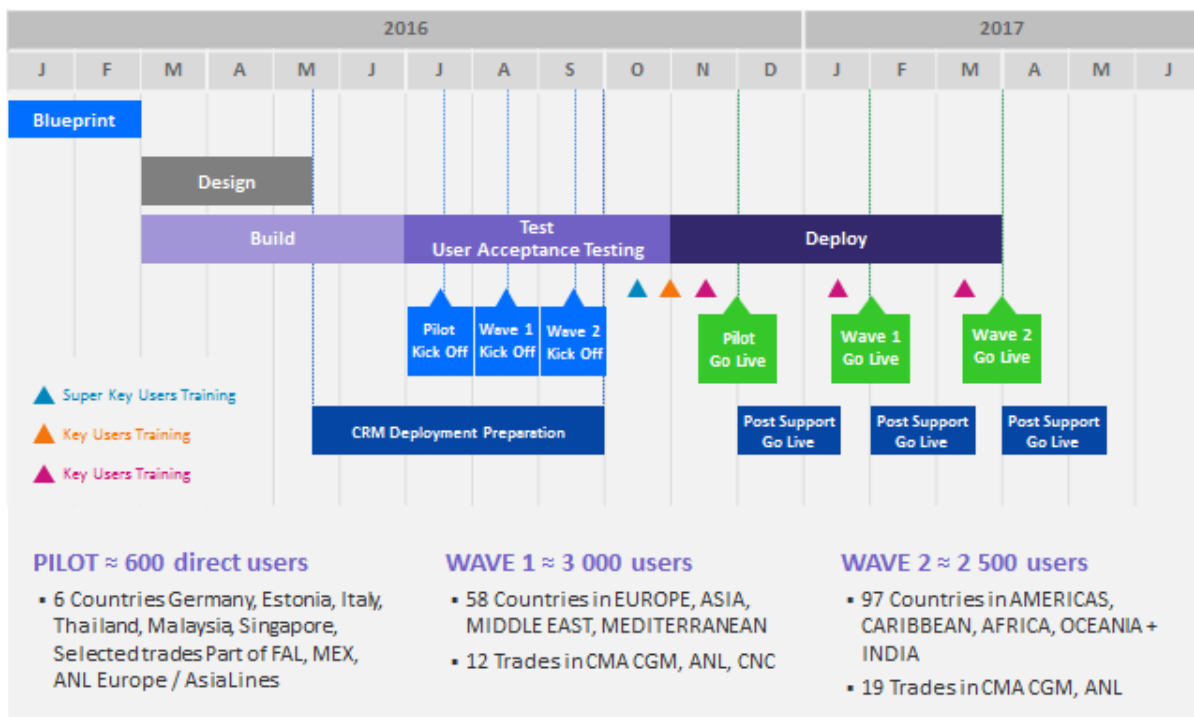
Autor on arvamusel, et uue tarkvara eesmärgiks on pakkuda lahendusi, mis eemaldavad neid nõrke kohti ja oluliselt parenevad agentuuri poolt pakutud teenuseid ja nende kvaliteedi. LISA CRM lubab täita järgmisi eesmärke:

- **Kliendiinfo jagamise võimalus** selleks, et tõhustada müügi realiseerimistaset. Agentuuri töötajatel on info alati kättesaadav. Peakontor ja agentuurid jagavad infot klientidest reaajas – jääb ära vajadus saata eraldi e-posti või täita tabeleid selleks, et täiendada olemasolevat infot või luua uut infosegmenti.
- **Müügitegevus on hallatud ja kontrollitud.** Kõik koostoimeid dokumenteeritakse ja kavandatakse. Näiteks, saab jälgida kliendi poolt esitatud päringut ning saada aru, kas kliendi poolt esitatud nõuded on rahuldatud või mitte.
- **Väiksem sarnaste andmete kandmise arv** tänu infosüsteemis salvestatud dokumentidele. Info saab sisestatud ainult üks kord ja siis on see automaatselt

edastatud teistesse moodulitesse. Uus tarkvara võimaldab luua loogilise infovoogu, mis ühendab originaaldokumendi kõikide edaspidi lisatud dokumentidega.

- **Kommertsvastutuse nähtavus.** Uus territoriaalse haldamise printsiip lubab jälgida millised ja mis rolli täitvad vastutavad isikud on kliendiga seotud: kes on vastutav klienditeenindaja, kes on suhtlemist toetav müügijuht jne. Selline funktsioon lubab luua kiirt kontakti vajaliku isikuga või vajadusel saab välisriigi agentuuri töötaja märkida ennast vastutava isikuna juhul, kui kliendil on potentsiaalne äritegevus vastava agentuuriga.
- **Suurendatud usaldus kogu organisatsiooni ulatuses,** mille tagajärjeks on paranenud kliendisuhed ja võimalus jagada kliendisuhete haldamise kogemust peakontori ja agentuuride vahel.

Süsteemi rakendamisele eelnes vastav andmete kogumine ja vastutavate meeskondade loomine. Kogu protsessi optimeerimiseks oli sätestatud kindel periood, mille jooksul arendamine ja rakendamine peaksid olema teostatud. CRM tarkvara loomise põhietapid ja ajagraafikud (vt Joonis 8) omavad kindlat struktuuri.



Joonis 8. LISA CRM loomise ja rakendamise ajagraafik

Allikas: (Communication ... 2016)

Projekti arengukava (*Blueprint*) oli loodud 2016. aasta alguses ja sellega seadistati ülejäänud osade ajagraafikud. Järgmisena toimus tarkvara projekteerimine (*design*) ja ehitamine (*build*), millega tegeles otseselt Saksamaa tarkvara looja SAP AG. Ehitamise faasil selgitati välja kuidas jagatakse agentuuride võrgustiku uue tarkvara testimiseks ja rakendamiseks. Otsustati, et võrgustiku jagatakse kolmeks osaks – piloot etapp, esimene etapp ja teine etapp. Piloot etapp oli esitatud kuue riigiga Euroopast ja Aasiast: Saksamaa, Eesti, Itaalia, Tai, Malaisia ja Singapur. Valiku põhjuseks oli *eBusiness* portaali KPI näitajad, agentuuride töötajate aktiivsus ja isiklik panus portaali arendamisele (Communication... 2016). Euroopas oli tähtis valida erineva geograafilise asukohaga, majandusliku taustaga ja erineva turustruktuuriga riiki. Eesti agentuur sai osaleda piloot etapis tänu *eBusiness* portaali eduka kasutamisele. Esimeses etapis võtsid osa Euroopa ja Aasia ülejäänud riigid, Lähis-Ida ja Vahemere riigid. Teises etapis võtsid osa Ameerika kontinentide riigid, Kariibi piirkonna riigid, Aafrika, India ja Okeania riigid.

Iga piirkonna (nt Baltikumi) jaoks oli valitud võtmeisik (*key user*), kes vastutab piirkonna agentuuride töötajate koolituste ja järgneva toetamise eest. Võtmeisikud läbisid erikoolitust ning on võimelised vastata kõikidele jooksvatele küsimustele CRM tarkvara kohta mis võiksid agentuuri töötajatel ilmuda. Võtmeisikute töö koordineerimisega tegeleb viis ülem võtmeisikut (*super key users*). Tarkvara testimine lõppes edukalt aasta 2016 oktoobris ja sellele järgnes LISA CRM tarkvara rakendamine vastavate riikide agentuurides. Piloot etapi riigid hakkasid kasutama infosüsteemi täisulatuses aasta 2016 detsembris, esimene etapp aasta 2017 veebruaris ja teine etapp sama aasta aprillis. Tarkvara täiendamine vastavalt vajadustele toimub aasta 2017 lõpuni.

Kokkuvõtvalt selgus, et kaasaegsete infotehnoloogiate kasutamine on merenduse ja konteinerlaevanduse lahutamatu osa. Uued tarkvarad ja nende optimaalne kasutamine loovad stabiilset ärikeskkonda ning aitavad tõsta laevaliini agentuuride produktiivsust. Iga uue tarkvara areng, ehitamine ja rakendamine peab olema läbi mõeldud ja arvestada tuleb kohaliku turu spetsiifikaga. Magistritöö käigus analüüsiti kliendisuhete haldamise integreeritud tarkvara rakendust CMA CGM laevaliini Eesti agentuuris. Autor kirjeldab tarkvara peavõimalusi, analüüsib süsteemi mõju igapäevasele tööprotsessidele, selgitab süsteemi tugevad ja nõrgad küljed ning pakub lahendusi riskide vähendamiseks. Analüüsi käik ja tulemused esitatakse järgmises peatükis.

3. LISA CRM INFOSÜSTEEMI INTEGRERIMISE ANALÜÜS

Analüüsitakse LISA CRM infosüsteemi integreerimist CMA CGM laevaliini Eesti agentuuril. Analüüsile tuginedes selgitatakse välja infosüsteemi tugevad ja nõrgad küljed, rakendamise mõju agentuuri igapäevastele tööülesannetele ning pakutakse lahendused kaasnevate riskide minimiseerimiseks. Infosüsteemi rakendamisest parema ülevaade saamiseks koostati küsimustik infosüsteemi kasutajatele (vt Lisa 5), mille kaudu autor selgitas välja kasutajate positiivsed ja negatiivsed kogemused, mis on seotud infosüsteemi rakendamisega. Selles peatükis kirjeldatakse infosüsteemi tööpõhimõtte ja peamisi võimalusi ning selgitatakse, mis mõju nende rakendamine avaldab CMA CGM laevaliini agentuuri tööle.

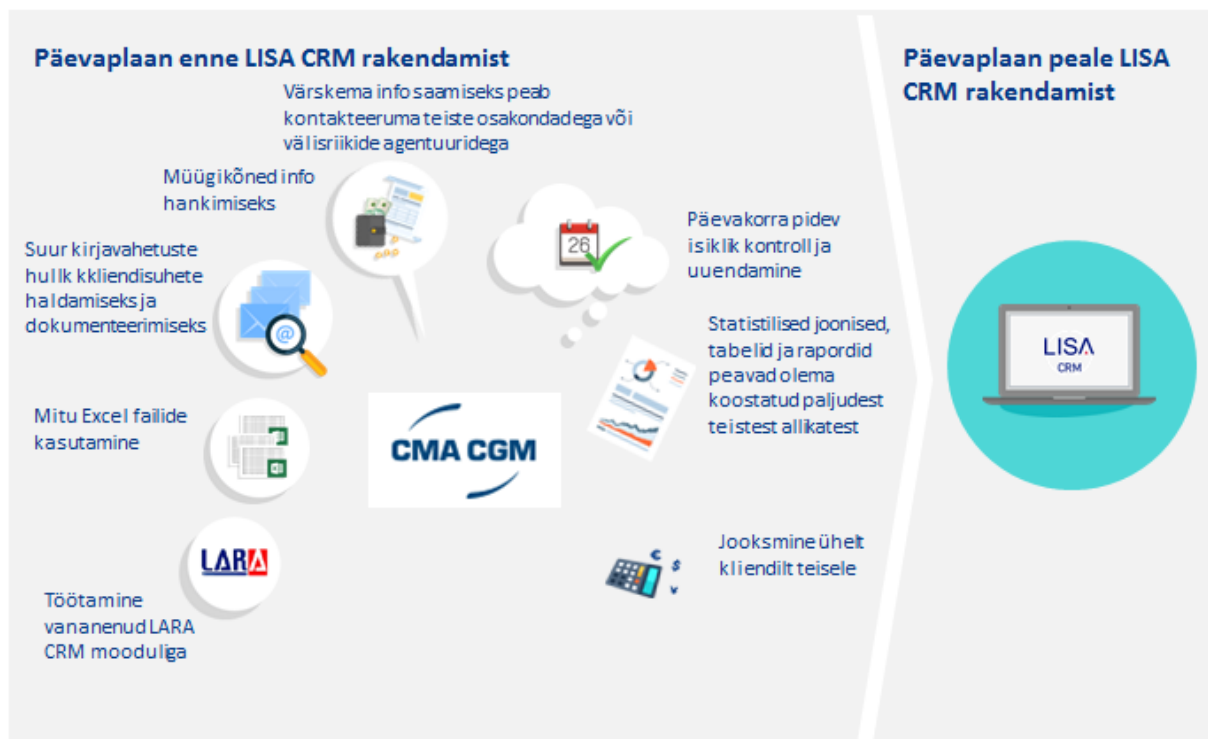
3.1. Laevaliini infosüsteemi moodulite võimalused ja funktsionaalsus

Laevaliini kliendid on esmased kasusaajad CRM tarkvara kasutusele võtul. Algses etapis peaks see olema üsna nähtamatu, siiski võib esineda juhtumeid, kus kliendid küsivad mis on muutunud. Autori arvamusel agentuuri töötajate ja eriti müügijuhtide ülesandeks on selgitada klientidele, et muutused mis uue infosüsteemi integreerimine kaasa toob loovad parimat teenust konteinerlaevanduse turul. Teenust otsiv ettevõtte peab aru saama, et süsteemi uudsused toovad kaasa järgmiseid eeldusi:

- Kogu info kliendi kaubavoogude kohta on süsteemis salvestatud, seega seda ei pea laevaliini agentidele meelde tuletama.
- Laevaliini hinnapakkumised on rohkem järjepidevad.
- Laevaliini agentidel on maksimaalselt tugev haare oma äri üle.
- Kliendi päringud on jälgitud lõpuni ja ei jää kahe silma vahele.
- Müügiosakond on kliendi taustast maksimaalselt teadlik.

Magistritöö autor väidab, et tingimuste täitmiseks kõik CRM süsteemiga seotud isikud – nii agentuuri töötajad, kui ka laevaliini kliendid panustavad süsteemi arengusse ja kasutavad aktiivselt kõiki funktsionaalseid võimalusi. CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri töötaja

tööpäeva planeerimine enne ja peale LISA CRM kasutuselevõtmist (vt Joonis 9) oluliselt muutub kui kõik tegevused on tarkvaras ühendatud.



Joonis 9. Eesti agentuuri töötajate päevaplaan enne ja pärast LISA CRM rakendamist
Allikas: (autori koostatud, ettevõttesisene ettekanne)

Jooniselt selgub, et uue infosüsteemi peamine ülesanne on rutiinsetest tegevustest loobumine ja nende asendamine universaalse haldamisvahendiga, mis lubab säästa aega ja korraldada tegevusi töötajatele ja klientidele sobival ajal. Autor on arvamisel, et strateegia eduka realiseerimiseks peab olema infosüsteemi funktsionaalsus kõrgel tasemel. Järgmistes peatükkides kirjeldab autor moodulite funktsionaalsust ja rakendamist CMA CGM Eesti agentuuril.

LISA CRM hõlmab kümme iseseisvat moodulit, millest seitse pole varem laevaliinis kasutusel olnud. Infosüsteem tõi kaasa palju uut ja täiendavat, kuid ei asenda eksisteerivaid reegleid ja peamiselt säilitab agentuuride töökorralduse põhimõtteid.

3.1.1. LISA CRM uute moodulite funktsionaalsus

Magistritöö autor on arvamisel, et projektil on olemas potentsiaal anda lisaväärtust, mitte teostada kosmeetilisi muudatusi. Järgmised seitse moodulit on CMA CGM jaoks uus funktsionaalne võimalus.

Müügivihjete juhtimine (*Sales lead management*). Moodul hõlmab kõike, mis on seotud vihjetega, mis saadetakse ühest agentuurist teise. Enne CRM tarkvara rakendamist saadeti vihjed e-posti kaudu. Müügivihje annab võimalust vahetada, jälgida ning realiseerida kommertsinfot. E-posti kaudu saadetud vihjed on nähtavad ainult kirjavahetuse saatjale ja saajale, neid ei salvestata ja tihti vihjed jäävad realiseerimata, kuna nad pole õige inimeseni jõudnud. LISA CRM lubab luua ja hallata müügivihjet otse süsteemis ning avalikustada informatsioon kõigile, kellele see võiks vajalik olla. Tavaliselt saadetakse vihjet teise riigi agentuurile, kui aga on ka võimalik saata vihjet enda riigi agentuurile selleks, et võimaluste jälgimine oleks maksimaalselt tõhus. Eesti agentuuri jaoks on vihje eelkõige võimalus uute kaubavoogude leidmiseks, juhul kui vihjet edastab teise riigi agentuur. Näiteks (vt Joonis 10) vihje Eestist tuleva kauba kohta loodi Šanghai agentuuris ning suunati Eesti agentuurile.

Lead: New	
Save Cancel New Distribute Follow-Up More	
Lead Details Edit	
General Data	Dates
ID: <input type="text"/>	Start Date: 06.04.2017
Description: Peatmoss flow ex Tallinn to Shanghai	End Date: 20.04.2017
Account: MIKSKAAR AS	Status
Main Contact: Sven Petermann	Status: New
Employee Responsible: ALEC ZHOU	Reason: <input type="text"/>
Territory ID: <input type="text"/>	
Qualification	Classification
Qualification Level: Hot	Priority: High
Questionnaire Level: Hot	Origin: Campaign
	Group: Container non Reefer
Notes	
Shipper Mikskaar has annual flow of peatmoss transported by competitors. Annual volumes - 400x40HC	

Joonis 10. Müügivihje Eesti agentuurile

Allikas (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Jooniselt nähtub, et programmis on olemas vihje kokkuvõtlik info – potentsiaalsel kaubasaatjal Mikskaar AS on olemas turbatoodete kaubavoog Tallinnast Šanghaisse, aastamahud on 400 konteinerit. Kui vihje on loodud, saavad Eesti agentuuri töötajad vastavat

teavitust, täpsem info on vastutavale isikule kättesaadav ning müügiosakond saab kliendiga ühendust võtta selleks, et pakkuda transporditeenust. Autori arvates müügivihje loomine ja haldamine lubab oluliselt tõsta laevaliini heaolu.

Kampaaniate haldamine (*Campaign management*). Kampaaniat luuakse peamiselt selleks, et leida spetsiifilist kaupa teatud suunal. Näiteks laevaliin võib otsida kerget kaupa Ida-Euroopast Lõuna-Ameerikasse. LISA CRM infosüsteem lubab kiiresti luua kampaaniat nõutud parameetritega ning saata välja agentuuridele, kes on seadistatud parameetritega seotud. Kampaaniat korraldab liinijuht (*line manager*), Eesti agentuuri jaoks on kampaania hea võimalus pakkuda klientidele konkurentsivõimelisi tingimusi (sh tariifid, transiitaeg) isegi kui ennem selline võimalus puudus. Eesti agentuuri töötajad saavad jälgida kampaania käiku ja pakkuda klientidele just seda, mis nad otsida võivad.

Turu identifitseerimine (*Market ID*). Müügitegevuse tähtsaim moodul paljude mõjude ja tagajärgedega. Enne CRM rakendamise algust kogus peakontor võimalikult palju infot müügitegevuse, turu identifitseerimise ja segmenteerimise kohta selleks, et täita infosüsteemi andmebaasi täiusliku kliendisuhete haldamise tarkvara ehitamiseks. Rakendamise staadiumil mooduli peamised ülesanded on:

- Klientide kaubavoogude pidev identifitseerimine ja registreerimine.
- Uute turu identifitseerimise segmentide lisamine infosüsteemi andmebaasile.
- Turu identifitseerimise segmente kasutatakse hinnapakkumiste loomiseks.
- Klientide teadmiste rikastamine (müügikõned, nõuded jne).

Turu identifitseerimine selgitab väga täpselt milline on teatud kliendi potentsiaal ning millised on laevaliini huvid selle potentsiaali realiseerimiseks (vt Joonis 11).

Market ID: 146021, UIE / alcohol import DE/NL - EE/FI, UNIVERSAL IMPORT & EXPORT	
Save Cancel New Create Follow-Up Trigger Output More	
Description: UIE / alcohol import DE/NL - EE/FI	Negotiation Start Date: 29.03.2017
Deciding Party: UNIVERSAL IMPORT & EXPORT	Negotiation End Date: 31.12.2017
Opportunity Main Contact:	Sales Cycle
Employee Responsible: Robert MURGA	Status: Open
	Reason:
	Origin:
	Priority:
Activity Branch: FORWARDING AND LOGISTICS	
Customer Type: FFW	
Strategic Customer: NO	
Service Level: RESPONSIVE	
Geographical Scope: LOCAL	
Territory: CMA-EETLL-K-KEY-P003	
Traffic:	
Cargo Details	Volumes
Commodity Code: 220820	Average Gross Cargo Weight (t/TEU): 12
Commodity: SPIRITS OBTAINED BY DISTILLING GRAPE WINE...	Potential for transportation period (number in TEU): 108
Equipment: Dry	Potential for transportation period (20'): 30
Seasonality: Flat	Potential for transportation period (40'): 44
Hazardous: <input checked="" type="checkbox"/>	Target for transportation period (number in TEU): 108
Spot Shipping: <input type="checkbox"/>	Target for transportation period (20'): 30
SOC: <input type="checkbox"/>	Target for transportation period (40'): 44

Joonis 11. Turu identifitseerimise segment

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Jooniselt selguvad kaubavoogude suunad, potentsiaalsed mahud ja laevaliini eesmärk kaupade transportimiseks. Enne uue infosüsteemi rakendamist olid kõik eeltoodud protsessid teostatud Excel dokumentide, kaustade, e-posti ja LARA süsteemi kaudu. Autor väidab, et LISA CRM rakendamine lubab kaasata kõiki tegevusi ühes infosüsteemis. Infosüsteemi rakendamine toob kaasa muudatusi hinnapakkumiste koostamise protsessis – *Market ID* moodulist saab nüüd hinnapakkumiste sisenemiskoht.

Klientide segmenteerimine (*Customer segmentation*). Moodulit kasutatakse klientide iseloomustamiseks erinevate tunnusjoonte alusel: geograafiline ulatus, strateegiline tüüp, kaubavoogude import või eksport jne. Moodulit võib kasutada ka juba olemasolevate klientide teenuste taseme kokkuleppe (*service level agreement, SLA*) loomiseks, näiteks suur globaalse geograafilise ulatusega klient võib nautida lühema kaebuste lahendamise aega kui väiksem klient.


Kaebuste haldamine (*Complaint management*). Moodul klientide kaebuste registreerimiseks, haldamiseks ja jälgimiseks. Kaebuse all mõeldakse konkreetset juhtumit, mis saab mõjutada kliendisuhteid. Kaebused ei pruugi olla seotud suurte materiaalsete

pretensioonidega, samas võivad mõjutada laevaliini poolt pakutud teenuse taset. Magistritöö autor väidab, et mooduli kasutamine nõuab agendilt adekvaatset visiooni kliendi poolt esitatud nõuetele selleks, et saada aru kas tegemist on kaebusega või laevaliini kliendil on halb tuju ebameeldiva kogemuse tõttu. Objektivse lahenduse leidmiseks peab agent meeles pidama kaht kriteeriumi:

- Kas klient jätab juhtunu meelde? Kas laevaliini agent peab juhtunu meelde jätma?
- Kas olukorra lahendamine nõuab aega? Kas info peab olema agentuuride võrgustikus jagatud ning vastavad tegevused planeeritud?

Kaebused hõlmavad laia juhtumite spektri, mis nõuavad universaalset vahendit nende kõikide haldamiseks – kaebuste haldamise moodul on laevaliini tegevuses vajalik tööriist. Selle kasutamine aga vajab oskust jagada juhtumid kaebusteks ja halba kogemusega juhtumiseks. Tüüpilised kaebused (vt Joonis 12) on kergesti määratavad ning peamiselt seotud materiaalsete pretensioonidega.

Compensation Request: CR DSV REPOSITIONING DELAY OEA0131984

▼ Compensation request Details 	
General Data	References
Description: CR DSV REPOSITIONING DELAY OEA01319...	Account: DSV LOGISTICS
Start Date: 15.03.2017	Contact: Vitalii Didkivskiy
End Date: 15.03.2017	Employee Responsible: ANNA SAPRYKO
Category: Compensation Request	Value of Complaint (\$): 0,00
Status: To be approved	Customer Claimed Amount (\$): 2.400,00
Rejection Reason:	CMA CGM Original Request (\$): 900,00
Territory: CMA-UAIEV-K-KEY-P002	Reviewed Compensation (\$): 0,00
Notes	
<p>As I understand we don't have any choice except getting these 3*40FT on PACUL with ETA 21/03 at Odessa. We ask to arrange it.</p> <p>Please note that we got confirmation for getting empty equipment for booking OEA0131984 on 07/03 (in attachment). According to this confirmation our client made a custom clearance and sent the cargo to Odessa for stuffing it in containers. All this time we pay for storage of cargo in warehouse. Now the validity of the customs declaration is passing and we are extremely short of time for exporting the cargo. We had already be forced to move the booking to next vessel because of delay of LEONIE P / 012BMR. Now we ought to transfer the booking again.</p> <p>We ask to provide us with the official notice with pointing of reason of transferring the delivering of 3*40FT on next vessel.</p> <p>In the same time we ask not to invoice us with cost of positioning of empty containers for booking OEA0131984.</p>	

Joonis 12. Positsioneerimise viivituse kaebus

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Joonisest selgub, et klient DSV Logistics ei ole rahul tühja konteinerite positsioneerimise viivitusega. CMA CGM Eesti agentuur lubas tuua vastava varustuse 07.03.2017 ning kaubasaatja on selleks ajaks kauba valmis saanud, deklareerinud ja lattu paigutanud. Varustust ei toodud lubatud ajaks, laevaliin on klienti teavitanud, et

positsioneeritud varustuse saabumine oleks võimalik 21.03.2017. Klient ei ole pakutud lahendusega rahul, kuna kaubadeklaratsioon hakkab aeguma, lao hoiustamiskulud kasvavad ning aega kauba saatmiseks on vähe jäänud. Klient nõuab laevaliinilt ametliku positsioneerimise hilinemise selgitust ja positsioneerimise arve summas 2400 dollarit (CMA CGM laevaliini kulud on 900 dollarit) tühistamist. Kaasuse lahendamise tulemus sõltub paljudest detailidest – kliendi strateegiline tähtsus, laevaliini roll olukorras, nõutud kompensatsiooni suurus jne. Mooduli peamine eelis – igäüks agentuuri võrgustikust omab juurdepääsu koostatud kaebusele ning saab jälgida ja võtta osa selle lahendamisel. Kaebuse lahendamise protsess on standardiseeritud (vt lisa 6) ja kliendi kaasamine peab olema minimaalne.

Territooriumite haldamine (*Territory management*). LISA CRM territooriumite haldamine lubab automaatselt ühendada äripartnerit ja delegeeritud CMA CGM agentuuri töötajat kasutades erinevaid reegleid, mis toetuvad erinevatele kriteeriumitele ja atribuutidele, näiteks geograafiline asukoht (riik, linn jne) või funktsionaalsus (võtmeklient, sügavkülma kaupade import, puistlast kaupade eksport jne). Autori arvamusel moodul lubab vältida klienditeeninduse ja müügitegevuse hierarhia segadust, mis on iseloomulik suurtele agentuuridele.

Autor on arvamusel, et eeltoodud moodulite kompetentne ja pidev kasutamine võimaldab tugevdada laevaliini turupositsiooni ja tõsta pakutava teenuse kvaliteedi.

3.1.2. Laevaliini kasutusel olemasolevate täiendatud moodulite funktsionaalsus

Lisaks uutele moodulitele hõlmab LISA CRM ka juba kasutusel olevate moodulite täiendatud versioonid. Autori arvamusel infosüsteemi loojad peaksid eelkõige arvestama laevaliini agentuurides ajalooliselt kujundatud protsessidega, seega olemasolevate moodulite täiustamine mõju igapäevastele tööprotsessidele peab olema positiivne.

Äripartnerite haldamine (*Account management*). Peamine funktsioon – uute, olemasolevate ja potentsiaalsete klientide kontode haldamine, olemasoleva info parandamine ja täiendamine. Mooduli uudsus seisneb selles, et iga konto lisamine teatud territooriumile (vt Joonis 13) on kohustuslik.

Corporate Account: MIKSKAAR AS / 11412 TALLINN				
Save Cancel New				
TERRITORIES Edit List				
Territory ID	Description	Valid From	Valid To	Assignment Type
1000819	CMA-EETLL-K-KEY-P002	22.03.2016	31.12.9999	Rule-Based Assignment
1000825	CMA-EETLL-G-EXP-P004	22.03.2016	31.12.9999	Rule-Based Assignment

Joonis 13. Mikskaar AS äriüksuse territooriumid

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Jooniselt selgub, et äriüksuse Mikskaar AS konto on lisatud kahele territooriumile: *CMA-EETLL-K-KEY-P002* (CMA CGM laevaliinini Eesti agentuur, võtmeklientide haldamise territoorium) ja *CMA-EETLL-G-EXP-P004* (CMA CGM laevaliinini Eesti agentuur, eksportklientide haldamise territoorium). Vastavalt sellele haldab kliendi tegevusi vastutav agentuuri töötaja, kes teatud territooriumile kuulub.

Spetsiifiliste võimaluste haldamine (*Specific opportunity management*). Mooduli funktsionaalsus hõlmab erakorraliste potentsiaalsete äritegevuste haldamist: huvi *eBusiness* platvormi kasutamisel, intermodaalne ja multimodaalne transporditeenus, puistlast, kaubakindlustus ja kõik muu mis ei ole konteinervedudega otseselt seotud. Uuendatud moodul võimaldab võimaluste fikseerimist ja hiljemat uurimist ning jälgimist. Autor väidab, et spetsiifiliste äriühingute haldamine on tähtis laevaliinide äritegevuses, kuna klientide nõuded võivad olla väga erinevad ja kipuvad konteinerlaevanduse raamidest välja minna. Selliste spetsiifiliste nõuete haldamine ja täitmine aitab luua stabiilseid kliendisuhteid, mis toovad kasumit laevaliinile ja rahuldavad äripartnerit.

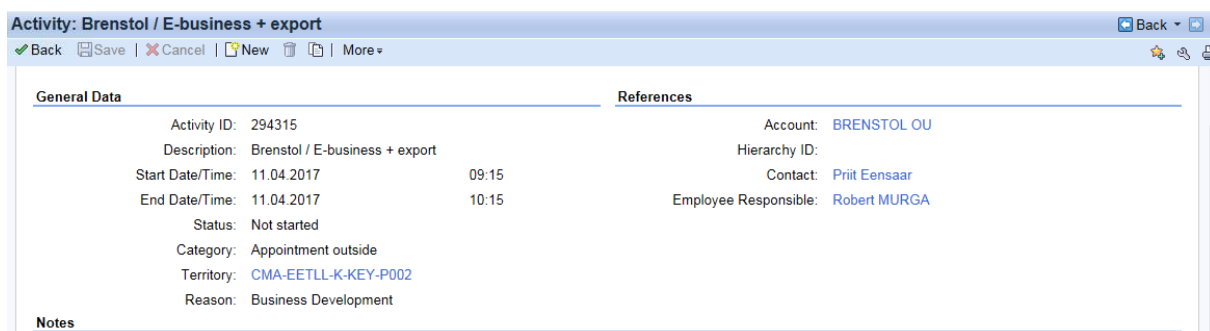
Aktiivsuste haldamine (*Activity management*). Moodul on mõeldud tähtsamate klientidega koostööde fikseerimiseks. Autor on arvamisel, et just visiidid ja interaktiivsus kliendiga on kliendisuhete haldamise juhtimise kõige tuntumad võtmesõnad. Mooduli kasutamine nõuab agentuuride töötajate terve mõistuse olemasolu ja loogikat, kuna kõik igapäevased klientidega seotud toimingud ei pea olema fikseeritud moodulis. Näiteks hiljuti toimunud müügikõne fikseerimine sõltub järgmistest faktoritest:

- Kas müügijuht peab toimunud kõne meelde jätma? Kui jah, siis seda tuleb CRM moodulis fikseerida.
- Kas see info peab olema edastatud teiste agentuuride töötajatele? Positiivse vastuse korral müügikõne sisestatakse süsteemi.

Juhul, kui töötajal on jäänud kahtlused, kas info on süsteemi lisamist väärt, on olemas ka laiemad kriteeriumid, mis aitavad otsuse vastuvõtmist:

- Informatsiooni strateegiline tähtsus.
- Informatsiooni lenduvus – kas info on lühi- või pikaajalise perspektiiviga.
- Informatsiooni tähtsus – kas saadud info võib pakkuda huvi teistele laevaliini töötajatele.

Autor väidab, et moodulist peab saama mälu, kuhu jäävad tähtsamad mälestused kliendist. Moodul peab kaasa tooma uue müügistrateegia kasutamist CMA CGM laevaliini agentuurides. Müügijuhid hakkavad kasutama moodulit oma igapäevases töös ning on tähtis registreerida just esseeisvaid müügikõnesid ja visiite, mitte raporteerima toimunutest (vt. Joonis 14). Kõik visiidiga või müügikõnega seotud dokumentatsioon on ette valmistatud enne sündmuse toimumist ning informatsioon visiidi toimumise ajast ja toimumiskohast on kättesaadav ka teistele laevaliini agentuuri töötajatele, et neil oleks võimalik planeerida oma päeva vastavalt ning vajadusel aidata toimuva visiidiga, näiteks informeerida äripartneri läbirääkimiste pidamise spetsiifikast.



Joonis 14. Kliendi kohtumise planeerimine aktiivsuste haldamise moodulis

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Jooniselt selgub, et kohtumine kliendiga on plaanitud ja teemaks on ärisuhete arendamine. Kuna kliendil on huvi *eBusiness* platvormi kasutamisest, peab agentuuri töötaja seda ka aktiivsusele lisama selleks, et vastutavad isikud Eesti agentuuris ja CMA CGM laevaliini peakontoris oleksid informeeritud.

Peale kliendiga kohtumist peab agentuuri töötaja täitma vastava küsimustiku (vt Joonis 15), kus kirjeldatakse kohtumise tulemusi. Täidetud küsimustik peab sisaldama täpset infot

kliendi otsuste kohta ning iga vaatleja peab kohe aru saama millise äriiga tegemist on, kuidas toimingud läbirääkimised kliendiga ning millised on läbirääkimiste tulemused.

The screenshot displays the 'Sales And Marketing Professional' CRM interface. The main window is titled 'Activity: New - Appointment Details'. On the left, there is a navigation menu with options like Home, Dashboards, Account, Activity / Task, Sales Cycle, Complaint, Administration, and Reports. Below the menu are sections for 'Create' (Corporate Account, Contact, Activity / Complaint, Task, Market ID / Opportunity, Lead) and 'Recent Items' (Thomann GmbH, 396 First Traffic, First Meeting, 536 VISIT EXPORT..., 521 CMA CGM Neg...). The main content area contains a form with the following sections:

- OPPORTUNITY FOLLOW-UP**
- REFERENCES**
- Opportunity ID:** [Text input field]
- Quotation reference:** [Text input field]
- Traffic Name:** [Text input field]
- QUESTIONS**
- Question 1:** You must have received all the elements related to your Traffic, do you have any further question?
 Yes
 No
- Question 2:** If you have further question, what do you think is missing?
[Text input field]
- Question 3:** If you have not chosen, when do you think the choice will be made?
 Immediately
 Within a week
 Within 2 weeks
 Within a month
 Not known
- Question 4:** If we are not selected, can you please share the reason(s) of this choice?
 Price
 Maritime service quality
 Relationship

Joonis 15. Ärivõimaluse järelkontrolli küsimustik

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Magistritöö autor on arvamisel, et LISA CRM moodulid on oluliseks lisaväärtuseks CMA CGM laevaliinile. Moodulite funktsionaalsed võimalused on Eesti agentuuri nädisel tähtsad igapäevastes tööprotsessides ning lubavad maksimaalselt ja produktiivselt kontrollida kohaliku turu dünaamikat ja muudatusi. Järgmises peatükis analüüsib autor raportite ja juhtimislaudade funktsionaalsust ning hindab nende osatähtsust Eesti agentuuri töökorraldusel.

3.2. LISA CRM müügi analüüsi tööriistade tähtsus ja rakendamine

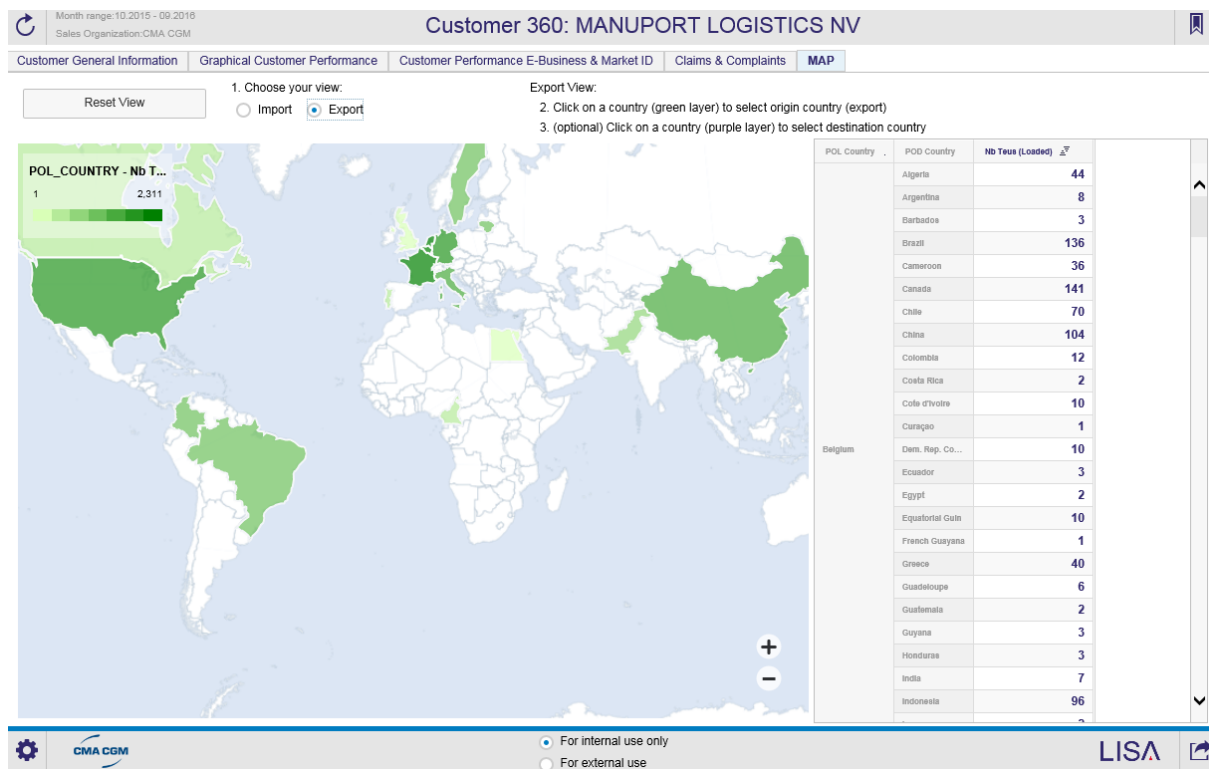
Müügianalüütika (*Sales analytics*) konteinerlaevanduses kujutab endast statistiliste andmete kogumist ja ärijõudluse kontrolli ning on laevaliini Eesti agentuuri tähtis ülesanne. LISA CRM annab võimaluse teostada äri analüüsi (*Business Intelligence*, edaspidi BI), kasutades standardiseeritud raporteid ja visuaalseid juhtimislaua. Rapordid koosnevad sisestatud CRM ja laevaliini LARA agentuuriprogrammi andmetest. Mooduli abil saavad Eesti agentuuri töötajad konsolideerida iga kliendi äritulemuste andmeid ja saadud raportite ja juhtimislauade alusel viia läbi vastavat analüüsi ning vajadusel planeerida äristrateegiat. LISA CRM pakub mitu erinevat BI raporti ja juhtimislaua, magistritöö autor keskendub kolmele, analüüsib nende rolli laevaliini äripoliitikas Eesti agentuuri näitel.

Customer 360. Rapordi peamine eesmärk on anda ülevaade klienditegevusele erinevatest vaatenurkadest, mis võimaldab äritegevuse kiiret analüüsi. Rapordi genereerimise alguspunkt on äripartner ning vastav info: millised on kliendi transporditavad kaupade mahud, kaubaparteide keskmine kaal, millised olid viimased koostoimed CMA CGM Eesti agentuuri ja kliendi vahel. Autor on arvamisel, et rapordi detailne ülevaade on eriti tähtis enne planeeritud visiiti või müügikõnet. Raport koosneb viiest aknast:

- Kliendi üldine informatsioon.
- Kliendi graafiline äritulemus.
- Kliendi *eBusiness* ja turu identifitseerimise jõudlus.
- Nõudlused ja kaebused.
- Kaart.

Esimene aken kujutab endast kliendi visiitkaardi, millest saab äripartner põhiinfot. Graafiline äritulemuse aken võimaldab võrrelda KPI näitajaid erinevates perioodides (nt laetud TEU arv aastatel 2016 ja 2017, potentsiaalsete ja realiseeritud kaubamahtude vahe, põhisuunad ja peamised kaupade tüübid jne). Kolmandal aknal paikneb info kliendi kaubamahtude jõudlusest (laetud TEU arv teatud perioodi jooksul, keskmine TEU arv tellimuse kohta, keskmine kaal TEU kohta), finantsnäitajatest (keskmine prahiraha TEU kohta, laevaliini netotulu jne), aktiivsusest *eBusiness* platvormil (tellimuste ja saatmisjuhendite osakaal), turu indikaatoritest (loodud turuindikaatorite arv, potentsiaalsed mahud jne). Kaebuste ja nõudluste aken näitab kliendi pretensioonide statistikat (arv, esitatud nõudluste ja kaebuste kogusumma, rahuldatud nõudluste ja kaebuste kogusumma, viimati

lisatud pretensioonid jne). Kaardi aken annab geograafilist ülevaadet kliendi poolt laetud TEU kohta impordi või ekspordi suunal (vt Joonis 16).



Joonis 16. Kliendi poolt eksporditud kaupade geograafiline ülevaade

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

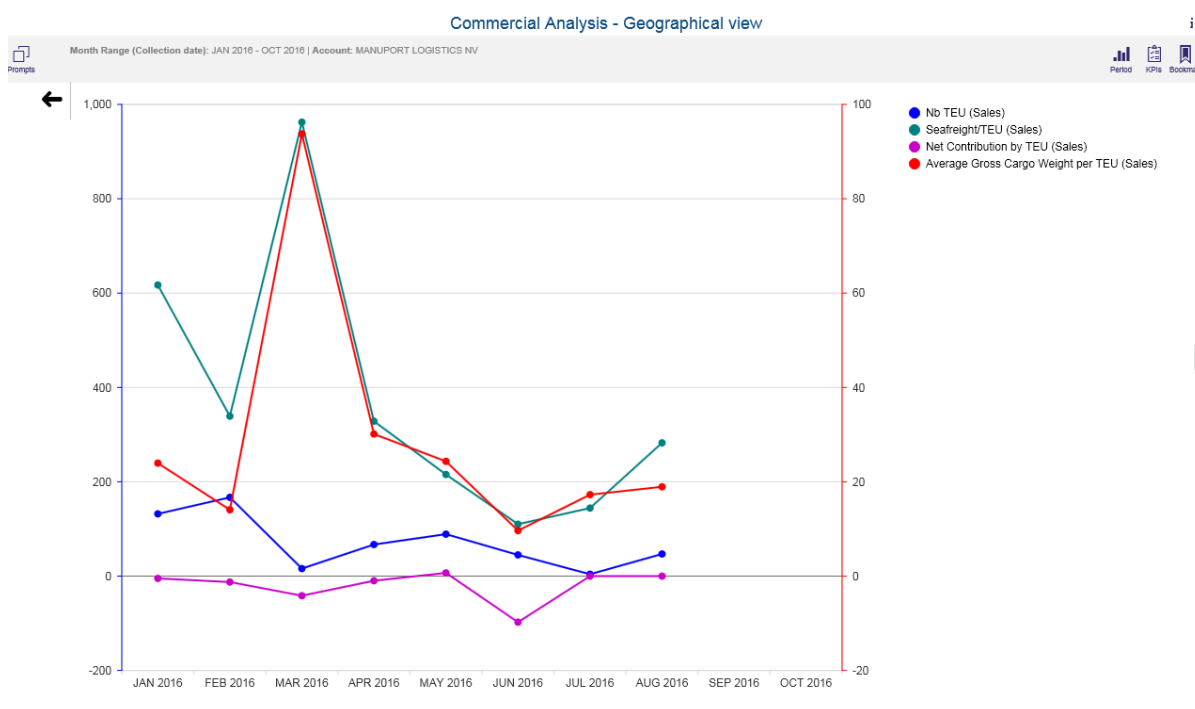
Jooniselt nähtuvad eksportvoogude populaarsemad suunad (tumedamad) ning vastava riigile eksporditud TEU arv. Autor on arvamisel, et selline analüüs on eriti tähtis Eesti agentuurile, kuna lubab segmenteerida kliendi poolt tulevaid päringuid, pöörates rohkem tähelepanu perspektiivsetele suundadele.

Commercial analysis (kommertsanalüüs). BI raport teeb ülevaadet olulisematest kaubandusliku KPI-dest tehes vastavat valikut klientide või mereveosuundade paneelist ning analüüsides neid erinevatel teljel. Magistritöös käsitletakse konkreetset Eesti agentuuri näidet ning analüüsitakse teatud geograafilise suuna ärisuutlikkust sadamate, laadimiskuupäeva, kaubatüübi jne alusel. Raport annab võimaluse teha valikut järgmistest KPI –dest:

- Kinnitatud finantstuluga merekonossementide osakaal – merekonossementi rentaablus on ärikontrolli poolt kinnitatud.

- Prahiraha kokku TEU kohta – põhiline mereveo prahiraha (*Basic Ocean Freight*) koos kõikide lisatasudega (sisevedu, terminalitasu, BAF, CAF).
- Seotud tulud TEU kohta – manifesteerimata tulud, nt hoiustamine terminalis, üleseisuraha.
- Kauba keskmine brutokaal TEU kohta.
- Põhiline mereveo prahiraha (*Basic Ocean Freight*).
- Sisemine laevakoha tasu – summa, mis maksab laevaliin laevaoperaatorile laevakoha eest.
- Tellimuste arv.
- Konteinerite / TEU arv.
- Tonnide kogusumma.
- Puhas finantstulu TEU kohta.

Valitud KPI-de rühm lubab koostada graafikut (vt Joonis 17) ning analüüsida kuivõrd edukas oli laevaliini agentuur (magistriöös vaadeldakse Eesti agentuuri suutlikkust) enda ärieesmärgi saavutamisel.

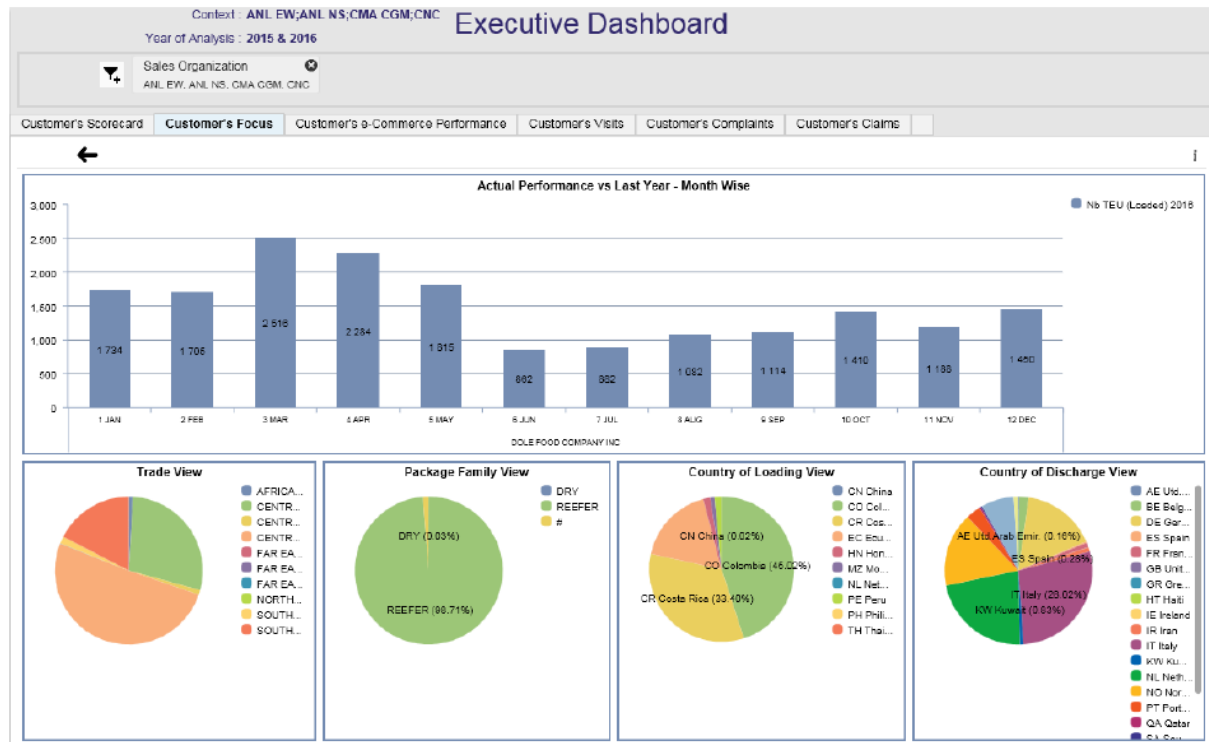


Joonis 17. Kommertsanalüüs aastal 2016

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

Joonisel on koondatud teatud kliendi TEU arv, prahiraha kokku TEU kohta, puhas finantstulu TEU kohta ja keskmine brutokaal TEU kohta KPI teljed 2016. aasta jaanuarist oktoobrini suunal Kaug-Ida – Põhja Euroopa. Magistritöö autor väidab, et Eesti agentuur peab hinnapoliitikat üle vaatama, kuna peaaegu terve perioodi jooksul puhas finantstulu oli nullist väiksem, mis tähendab seda, et laevaliin pakkus kliendile transporditeenust suunal Kaug-Ida – Põhja Euroopa kahjumiga. Autor on arvamusel, et raport on eriti kasulik siis, kui teatud suunal liikuvate laevade vabad kohad on üle broneeritud ning uute tellimuste vastuvõtmise kriteeriumiks on positiivne finantstulu.

Administratiivne juhtimislauad (*Executive dashboard*). Graafiliste KPI telgede rühm valitud klientide kohta, mis lubab võrrelda nende omavahelist aktiivsust (aktuaalsed kaubakogused, potentsiaalsed kaubad, kohtumised laevaliini agentidega jne). Vaikimisi näitab juhtimislauad Eesti agentuuri aasta viit parima äripotentsiaaliga klienti, kusjuures agentuuri töötaja võib juhtimislauad muuta parimate äripartneritu arvu, teenuse pakkumise perioodi, veetavate kaupade iseloomu (nt sügavkülmutud kaubad) jne. Autor on arvamusel, et Eesti agentuuris tuleb juhtimislauad eelkõige kasutada selleks, et võrrelda teatud kliendi eelmise ja käesoleva aasta äritulemusi ning vaadelda aasta tulemusi võimalikult detailselt (vt Joonis 18). Juhtimislaua käivitamine vähemalt kord kuus annab võimaluse paremini fokuseerida geograafilisele segmendile, mis nõuab parendamist.



Joonis 18. CMA CGM laevaliini kliendi suutlikkus aastal 2016

Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)

2016 aasta kaubavoogude mahud on joonisel jagatud kuude, suundade, konteineri tüübi, laadimise riigi ja mahalaadimise riigi järgi.

LISA CRM moodulite, raportite ja juhtimislaudade funktsionaalsus ei ole käsitletud magistritöös tervikuna. Analüüsitakse teatud funktsioone, mis võimaldavad tugevdada CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri turupositsiooni ja tõsta töökvaliteedi. Magistritöö autor on arvamisel, et infosüsteemi laiendatavad funktsioonid on laevaliini agentuuri töö korraldamiseks sobilikud. Käsitletud kliendisuhete haldamise infosüsteemi rakendamise ja laevaliini agentuuri töökorraldus ja klienditeeninduse tase paranevad.

3.3. LISA CRM infosüsteemi kasutamine

Magistritöös teostatud kasutamise uuringu peamine ülesanne oli välja selgitada LISA CRM kliendisuhete haldamise infosüsteemi konkreetsed tugevad ja nõrgad kohad, saada aru millised funktsioonid on laevaliini agentuuride (sh ka Eesti agentuuri) töötajate arvates kasulikud ja millised vajavad parenemist. Uuringu teostamiseks magistritöö autor koostas

küsimustiku (vt Lisa 5) ning saatis välja 2290 individuaalset kutset osalemiseks piloot ja esimese etapi (vt Joonis 8) agentuuride ja peakontori kasutajatele. Küsimustikule vastas 63% töötajatest, ehk kokku tuli 1460 vastust, kusjuures 1134 kasutajat soovivad infosüsteemi ka uutele kasutajatele. Autor on arvamisel, et töötajate aktiivsus on põhjustatud vajadusega jagada esialgset infosüsteemiga seotud kogemust ja arvamust. 74% vastajatest on LISA CRM infosüsteemi sagedased kasutajad, kusjuures 38% kasutab infosüsteemi igapäevaselt ja ülejäänud kasutavad kaks kuni kolm korda nädalas. Autor väidab, et müügijuhid ja klienditeenindajad saavad väga hästi infosüsteemi rakendamise seotud protsessidega hakkama.

Regulaarsete kasutajate arvates infosüsteemi väärtused on:

- Klientidega seotud äritegevuse info jagatakse globaalselt erinevates riikides asuvate agentuuride vahel.
- Agentuuride töötajad teavad kes on teatud äritegevuse vastutav isik.
- Rapordid ja juhtimislauad lubavad saada kätte objektiivset ja usaldusväärset infot.
- Müügitegevuse ja klientidega koostoime salvestamise võimalus.
- Kiirendatud ja lihtsustatud juhtkonna teavitamine.
- Kõik kliendiga seotud informatsioon peab olema salvestatud ainult üks kord ühes kohas.
- Agentuuri LARA tarkvaras olevate andmete integreerimine uue infosüsteemi toimus sujuvalt ja edukalt.

Analüüsi käigul uuris magistritöö autor miks 26% vastajatest ei ole infosüsteemi regulaarsed kasutajad (287 inimest kasutab süsteemi vähem kui üks kord nädalas, 86 inimest pole seda kunagi kasutanud). Autor on arvamisel, et väike ebaregulaarsete kasutajate osakaal on risk eduka infosüsteemi rakendamisele, kuna uute funktsioonide ilmumisel võib ebaregulaarsete kasutajate arv suurendada. Magistriöös teostatud analüüs selgitas millised on ebapopulaarsuse peamised põhjused.

Tehniline tõrje. Nagu igal uuel infosüsteemil võivad ka LISA CRM infosüsteemil esineda rakendamise perioodil tehnilised probleemid. Kolmandik vastajatest puutub selliste probleemidega kokku regulaarselt, samal ajal 27% vastajatest on arvamisel, et probleemi lahendus ei olnud piisavalt kiire. Tuleb meeles pidada, et probleemide õigeaegne lahendus sõltub sellest kui kiiresti reageerib probleemile agentuuride töötajad ning kui kiiresti nad sellest raporteerivad.

Puudub läbipääs infosüsteemile või väljaõppe. Autor on arvamisel, et võtmeisikute kontseptsioon, mis oli CMA CGM laevaliini jaoks uus leiutis on mõeldud just selleks, et abistada agentuuride töötajaid sellistes olukordades. Võtmeisik saab jagada isiklikku kogemust, abistavaid materjale ning vajadusel koordineerida koolitust. 40% vastajatest väidab, et kahe viimaste nädalate jooksul on suutnud töötada infosüsteemis abi küsimata, kolmandik vastajatest on aga küsinud abi enda regiooni võtmeisikult. Autor väidab, et Eesti agentuur pole selliste probleemidega kokku puutunud, kuna Baltikumi piirkonna võtmeisik on alati operatiivselt lahendanud tekkinud olukordi. Laevaliin peab teavitama ka teiste piirkondade võtmeisikuid ning vajadusel korraldada koolitused nendes riikides, kus esineb probleeme infosüsteemile läbipääsuga või väljaõppega.

Juhul, kui võtmeisikul puudub võimalus kiiresti reageerida, agentuuride töötajatele on abiks infosüsteemi andmebaasi õppematerjalid, mis sisaldavad baastadmisi LISA CRM kohta. 17% vastajatest on arvamisel, et abimaterjalide otsimine on raskendatud. Autor on arvamisel, et arvajate osakaal peab olema võimalikult väike, seega otsing peab olema reorganiseeritud. Õige lahendus oleks sõltumatu veebiakadeemia loomine, mis sisaldaks vastavaid õppematerjale ning mille kasutamine oleks maksimaalselt kergendatud.

Kõik uued abimaterjalid on alati saadetud agentuuride võrgustiku töötajatele. 85% vastajatest saab uuendatud manuaalid kätte ning väidab, et need on igapäevases töös kasulikud, kui aga ülejäänud ei saa neid kätte või ei loe. Autor väidab, et laevaliini ülesanne on pakkuda maksimaalselt abistavaid ja informatiivseid materjale just selleks, et äratada töötajate huvi ning tõsta loetava materjali populaarsust.

Infosüsteem ei ole igapäevaste tööprotsesside osa. LISA CRM on mõeldud kõikidele kasutajatele ning igapäevasele tegevust. Autor väidab, et sellise tagasiside põhjuseks on ebapiisav väljaõppe. Rakendamise kampaania üks aktuaalsematest tegevustest peab olema just selgitamine, et infosüsteem on mõeldud töötajate igapäevaste tööprotsesside lihtsustamiseks. Kõik töötajad peavad olema rakendamise protsessile kaasatud.

Laevaliin peab jätkama infosüsteemi rakendamise ja arengu kampaaniat ning pöörama tähelepanu ebaregulaarse kasutamise põhjustavate probleemidele.

Selleks, et selgita agentuuride töötajate LISA CRM moodulite ning BI raportite ja juhtimislauda funktsionaalsuse teadmistase magistritöö autor on analüüsi käigul läbi viinud teadmiste kontrolli (vt Lisa 5). Viie valikvastustega ülesannete eesmärgiks oli välja selgitada kui õigesti kasutavad agentuuride töötajad LISA CRM infosüsteemi funktsionaalseid

võimalusi. Kontrolli tulemused (vt Joonis 19) peaksid määrama millised infosüsteemi valdkonnad on kõige halvemini selgitatud ning korraldada vastavaid koolitusi ja seminare selleks, et eemaldada ebatäpsete ja ajakohatu tegevustega kaasnevaid riske (laevaliini prestiiži rikkumine, turupositsiooni kaotamine, kliendisuhete halvenemine jne).



Joonis 19. LISA CRM moodulite ja BI rapordite teadmiste kontrolli tulemused

Allikas: (autori koostatud)

Jooniselt selgub, et küsimuste teemad olid järgmised: aktiivsuste ja ülesannete haldamine, äripartnerite haldamine, kaebuste haldamine, turu identifitseerimine, BI raportid ja juhtimislauad. Joonisel olevad numbrid näitavad õige vastuste ja küsimuste arvu suhet, mis on paigutatud skaalale ja näitab kuivõrd hea on töötajate teadmiste tase.

Aktiivsuste ja ülesannete haldamine. Agentuuride töötajad saavad hästi aru mooduli töötamise printsiipidest. Samal ajal kasutajad ei ole teadlikud, et töötaja, kes määrab vastavat ülesannet teisele töötajale on teavitatud siis, kui ülesanne on tehtud. Baltikumi võtmeisik peab pöörama Eesti agentuuri töötajate tähelepanu sellele, et kõik isikud, kes on süsteemis oleva aktiivsusega seotud saavad ka infot selle toimimise kohta.

Äripartnerite haldamine. Töötajad saavad hästi aru millise mooduliga tegemist on. Ebapiisavad on töötajate teadmised globaalsete äripartnerite haldamise protseduuridest, kui aga vastavate töötajate vähesuse ja tööprotsessi erispetsiifika tõttu võib lugeda ka seda tulemust rahuldavaks. Autor on arvamusel, et Eesti agentuuri töötajad peavad jätkuvalt jagama omavahel kogemust selleks, et ka spetsiifilised valdkonnad oleksid selged.

Kaebuste haldamine. Teema nõuab ülevaadet, kuna kahte küsimuste teadmiste tase on madal. Autor on arvamusel, et kaebuste haldamine on kõige enam kasutatavam moodul ning kõik Eesti agentuuri töötajad, sõltumata ametikohast, puutuvad sellega kokku. Võtmeisik peab võtma ette vastavaid tegevusi puuduste eemaldamiseks.

Turu identifitseerimine. Alla 30% vastajatest oskavad moodulit kasutada. Peamised teadmiste puudused: millal peab ja millal ei pea sisestama turuindikaatori infosüsteemi, mitu turuindikaatorit võib kliendil olla, millised on uue segmendi täitmise etapid, kuidas toimub potentsiaalse kliendi identifikaatori haldamine. Autor väidab, et turu identifitseerimise

moodul on üks tähtsamatest LISA infosüsteemis. Ebakorrekse mooduli kasutamise tagajärjed on potentsiaalsete ja olemasolevate kaubavoogude kaotamine, millest tuleneb laevaliini majandusliku olukorra halvenemine. Eesti agentuuri ülesandeks on vastavate juhendite kättesaamine. Vajadusel lepivad agentuuri töötajad võtmeisikuga kokku koolituse korraldamise.

BI raportid ja juhtimislauad. Vastajad teavad müügianalüüsi võimalustest väga vähe. Magistritöö raamides BI võimalused on autori poolt detailselt kirjeldatud ja analüüsitud, kui aga uuringust selgub, et LISA CRM kasutajad teavad ainult müügitegevuse juhtimise võimalustest raportite kaudu. Autor on arvamusel, et tulemuse põhjuseks on müügianalüüsi eelnev vähene populaarsus sh ka Eesti agentuuris. Rapordid ja juhtimislauad ei mõjuta otseselt tööprotsesse, vaid on mõeldud eelkõige nende lihtsustamiseks ja analüüsimiseks. Müügianalüütika teadvustamise ja teavitamise vajadus on aktuaalne, siiani on abimaterjalidest vähe kasu olnud. Võtmeisikute eesmärgiks on teema detailne selgitamine ja korduva teadmiste kontrolli läbiviimine.

LISA CRM tulevik sõltub otseselt kasutajate panusest. Analüüsist selgub, et kõige oodatud infosüsteemi uuendused on:

- CRM tegevuste planeerimine mobiiltelefonil.
- Hinnapakumiste alustamine mobiiltelefonil.
- *Outlook* e-posti programmi kalendri sünkroniseerimine LISA CRM-ga.
- *Outlook* e-posti programmi kontaktide listi sünkroniseerimine LISA CRM-ga.
- BI raportid mobiiltelefonil.
- Kolleegidega ja klientidega reaalaja vestluste pidamine.

Autor väidab, et tähelepanu tuleb pöörata mobiilirakenduse loomisele. Eesti agentuur on näidanud häid tulemusi uute infosüsteemide kasutamisel, seega on arvata, et väärtuslik kogemus aitab luua tõhusat rakendust.

Tulemuste alusel pakub autor järgmise tegevusplaani Eesti agentuuri jaoks:

- Uuringu tulemused peavad olema agentuuride vahel jagatud. Eesti agentuur pöörab tähelepanu igale puudusele ning uurib põhjusi.
- Kontrollida kas kõik agentuuri töötajad kasutavad LISA CRM infosüsteemi regulaarselt ning kui mitte, siis uurida ja eemaldada põhjusi.
- Tehnilised probleemid agentuuri sees peavad olema identifitseeritud ja eemaldatud.
- Kõik töötajad peavad oskama abimaterjale otsida.

- Agentuuri töötajad arutlevad uusi muudatusi.
- Korraldada moodulite võimaluste ja müügianalüütika koolitusi.
- Mobiilirakenduse visuaalse prototüübi loomine.

Kokkuvõttena selgus analüüsist, et kliendisuhete haldamise infosüsteemi rakendamine on positiivne laevaliini agentuuri igapäevaste tööprotsesside optimeerimiseks. Magistritöö autor jõudis järelduseni, et ühise tarkvara kasutamine on otstarbekas ning rakendamise protsess on toimunud sujuvalt. Infosüsteemi funktsionaalsed võimalused on laiad, moodulite täisväärtuslik kasutamine nõuab teadmisi ja vastavat koolitust. LISA CRM moodulid on mõeldud kõikidele agentuuri töötajatele sõltumatu ametikohast, kuna kõik agentuuri tegevused on ühte süsteemi kaasatud. Integreeritud infosüsteemi õigeaegne rakendamine on vahend töö paremaks organiseerimiseks ja töötajate omavahelise infovahetuse optimeerimiseks.

Magistritöö autor soovib Eesti agentuuri töötajatele pöörata rohkem tähelepanu globaalsetele uuringutele ning nende alusel korraldada vastavaid analüüse töökeskkonna parendamiseks ning infosüsteemi arendamiseks. Autor on veendunud, et infosüsteemi rakendus nõuab pidevat kontrolli. Värske info olemasolul agentuuride teadmiste tulemused on maksimaalselt kõrged. Magistritöö autori ettepanek CMA CGM Estonia OÜ ettevõttele: eemaldada infosüsteemi rakendamisega kaasnevad riskid ning jätkata infosüsteemi arengut.

KOKKUVÕTE

Magistritöös analüüsiti kliendisuhete haldamise integreeritud infosüsteemi rakendamist konteinerlaevanduses.

Käsitletud teoriast järeldub, et konteinerlaevandus on kaasaegse logistika tähtis osa. Konteinervedude standardiseerimine oli ka teiste transpordi liikide arengumootoriks, mis võimaldas käsitleda kaubavoogusid efektiivsemalt.

Konteinerlaevaliinid on mitme agentuuriga organisatsioonid, magistritöös selgitatakse agentuuride struktuuri ja toimuvaid tööprotsesse. Merelogistika valdkonna omapärasuse tõttu peab olema laevaliini poolt pakutav kliendisuhete haldamine kõrgel tasemel turupositsiooni säilitamiseks, selleks aga peavad laevaliini agentuurides kasutatavad infosüsteemid vastama kaasaegse turu nõuetele. Sellest tulenevalt oli magistritöös tõstatatud probleem, et kliendisuhete haldamine agentuuris ei saa olla teostatud ainult kasutades isiklikke meetmeid ja ideid, vaid selleks peab olema loodud ühine integreeritud infosüsteem, mis lubab haldamise protsessi pidevalt jälgida ja parendada.

Magistritöö eesmärgiks oli välja selgitada millist mõju avaneb uue infosüsteemi rakendamine konteinerilaevaliini agentuuri tööprotsessidele, millised on tarkvara tugevad ja nõrgad küljed ning kuidas on võimalik vältida rakendamisega kaasnevaid riske.

Eesmärgi täitmiseks kirjeldati konteinervedude olemust; analüüsiti laevaliini agentuuri töökorraldust ja koostöö organiseerimist; laevaliini agentuurides kasutusel olevate infosüsteemide funktsionaalsust; infosüsteemi rakendamisega kaasnevaid iseärasusi ja sellega seotud konteinerilaevaliini agentuuri vajadusi tööülesannete täitmiseks vastavalt valdkonna spetsiifikale. Magistritöö uurimisobjektideks oli konteinerilaevaliin ja kliendisuhete haldamise integreeritud infosüsteem.

Magistritöö eesmärk saavutati. Selgitati välja kuidas infosüsteemi rakendamine mõjutab agentuuri tööprotsesse; millised on infosüsteemi positiivsed aspektid, millised aga omavad negatiivsed mõju; kuidas eemaldada rakendamise perioodil ilmunud riske.

Magistritöös käsitleti laevaliini agentuuri töökorraldust CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri näitel. Infosüsteemi funktsionaalsuse analüüsid selgitati tähtsamate moodulite ja

müügianalüütika rapordite võimalusi, valides konkreetsed moodulid ja konkreetsed raportid; analüüsi laevaliini agentuuride töötajatele korraldatud küsimustiku vastuseid ning tehti soovitusi ja ettepanekuid rakendamisprotsessi koordineerimise arendamiseks lähtudes CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri tööprotsessidest. Analüüsist selgus, et LISA CRM kliendisuhete haldamise integreeritud infosüsteem omab positiivset mõju tööprotsessidele, rakendamisega kaasnevad riskid ja probleemid omavad lahendust.

Selgitati välja konteinerilaevaliini agentuuri tööprotsesside iseärasusi, osakondade tööülesanded ja klienditeeninduse vajadusi. Analüüsi laevaliini agentuuris toimuv töökorraldus ja *eBusiness* klienditeeninduse portaali kasutamiskord. Töökorralduse analüüsist selgus, et laevaliini agentuuri klienditeenusega tegelevad osakonnad on müügiosakond ja operatiivosakond. Agentuuris toimuvaid protsesse koordineerib peakontori juhtkond. Analüüsist selgus, et olemasoleva infosüsteemi ressursid on piiratud, paremate majandustulemuste saavutamiseks vajab laevaliini uue infosüsteemi, mis lubab tööprotsesside optimeerimist ja ratsionaliseerimist. Vastava uue infosüsteemi rakendamine nõuab pidevat kontrolli, millega peavad tegelema delegeeritud spetsialistid.

Rakendamisprotsessi parendamiseks on otstarbekas keskenduda konkreetsetele probleemidele, mis tulenevad otseselt agentuuride töötajate kogemustest. On tarvis koostada terviklik tegevusplaan, mille abil saab korraldada vastavad koolitused, seminarid ning genereerida ideed kuidas saab infosüsteemi arendada.

Integreeritud infosüsteemi tugevad küljed on globaalne infovoog, konkreetne hierarhia, objektiivne info, tööprotsesside fikseerimise võimalus, kiirendatud juhatuse informeerimine võimalus, tegevuste ühendamise ühes tarkvaras, olemasolevate andmete integreerimine.

LISA CRM infosüsteemi integreerimine nõuab tulevastest muudatustest või uuendustest õigeaegse informatsiooni edastamist ja töötajate hulgas omandatud teadmiste pidevat kontrolli, kuna analüüsi jooksul olid välja selgitatud järgmised riskid:

- Tehnilised tõrjed ei luba infosüsteemi ratsionaalset kasutamist.
- Töötajatel puuduvad vajalikud teadmised infosüsteemi funktsionaalsuse kohta või puudub baastreening.
- Agentuuri töötajad väidavad, et LISA CRM infosüsteem ei ole nende igapäevaste tööprotsesside osa.
- Puudulikud teadmised müügianalüütika põhiprintsiipidest.

- Raskused infomaterjalide otsimisega.

Magistritööl on teoreetiline ja praktiline tähtsus. Töö tulemused on LISA CRM infosüsteemi arengu toetuseks, magistritöö sisu aitab CMA CGM laevaliini Eesti agentuuri töötajatele saada aru uue infosüsteemi põhiprintsiipe ja funktsionaalsust ning panustada laevaliini heaolu saavutamisele. Magistritöö autor on viinud läbi vastavat analüüsi, selgitanud tulemusi ja järeldusi.

Autori soovitusel Eesti agentuurile infosüsteemi arendamise tegevusplaani koostamiseks on järgmised:

- Uuringu tulemuste edastamine teistesse laevaliini agentuuridesse.
- Koolituste korraldamine Eesti agentuuris.
- Eesti agentuuri panus infosüsteemi arengusse mobiilirakenduse prototüübi loomisega.

Autori ettepanekuks CMA CGM laevaliinile on kriitiliste muudatuste jälgimine ja analüüsi jooksul selgitatud probleemide arutlemine, mis aitab leida lahendusi tööprotsessi taseme tõstmiseks. LISA CRM vajab ka eraldi portaali, kus oleksid kõik võimalikud abivahendid kättesaadavad.

Infotehnoloogia areneb kiiresti ja kaasaegsed haldamise infosüsteemid on pidevas arengus. Seega vajab infosüsteem ka pidevat arengut peale rakendamisperioodi lõpetamist. Autor jätkab kliendisuhete haldamise infosüsteemide võimaluste uurimist ka tulevikus ning soovib sama teha kõigil kliendisuhete haldamise infosüsteemide huvilistel.

SUMMARY

THE ANALYSIS OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT INTEGRATED DATA SYSTEM APPLICATION IN CONTAINER SHIPPING BY THE EXAMPLE OF CMA CGM ESTONIA OÜ TRANSPORT COMPANY

Robert Murga

Container shipping is a dynamic and rapidly developing logistics branch. Maritime companies operating in maritime logistics field of activity are working in the name of service quality improvement and it is often necessary to use informational technology solutions in order to speed up and optimize routine processes within the company. Operating companies are called container shipping lines dividend into the net of shipping line agencies. The author of the Master's thesis supposes that shipping agency daily tasks and operations should be guided by certain rules of customer relationship management to reach the appropriate level in shipping hierarchy. The problem is that standard customer relationship management methods are not useful on modern market; shipping company requires a contemporary integrated information system which will allow controlling daily processes in a proper manner.

The research was carried out by analyzing specific possibilities of certain LISA CRM information system modules, reports and dashboards. The project of new information system belongs to CMA CGM shipping company; author chose the work organization model of shipping line's Estonian agency. The research was based on a quantitative method with a questionnaire concerning LISA CRM information system basic functions, faced problems, user's feedback. The proper analysis was done by the author basing on questionnaire results.

The aim of this Master's thesis is to analyze the process of integration of customer relationship management integrated data system application to establish its influence on shipping agency routine daily processes. The following tasks were raised to carry out the research and understand if the aim can be archived: describe a container transportation

process and fix its importance in the field of logistics, analyze a container line agencies internal work organization, describe and analyze functional possibilities of information system's certain modules and reports, find out system's strong and weak points and their influence on agency's processes, determine integration's risk and offer proper solutions of determination, offer a plan of actions concerning removal of weak points and risks and setting the future on information system.

The aim of the Master thesis was achieved. Positive and negative influence of the system was determined, certain group of risks with proper solutions was carried out, and possible plan was settled. By analyzing the questionnaire results and considering the departments' working processes certain system development solutions were offered and the role of Estonian agency in this process is duly determined.

The author's recommendations for future actions organizations in Estonian agency are:

- Share the results of survey within agency's net.
- Coordination of proper training.
- Development of the mobile application visual prototype.

Author suggestions to shipping company are: tracking of critical issues, solvation of problems determined by Master's thesis, creation of a special web portal containing all possible training materials. World of information technologies is changing drastically and the subject must be constantly studied.

VIIDATUD ALLIKAD

About us. CMA CGM S.A.:

<http://www.cma-cgm.com/the-group/about-us/presentation> (15.02.2017)

Advanced Release 3 - Customer Relationship Module (2016). CMA CGM S.A: Intranet, LISA CRM project

Alphaliner - TOP 100 Operated fleets as per 22 January 2017

<http://www.alphaliner.com/top100/> (22.01.2017)

Bill of Lading 101 (2015). FFQO US

<https://www.freightforwarderquoteonline.com/news/bill-of-lading-101/> (19.04.2017)

Booking request. CMA CGM S.A.:

<https://www.cma-cgm.com/static/eCommerce/Attachments/How%20To%20Request%20a%20Booking%20-%20EN%20-%20V5.0.pdf> (20.03.2017)

Branch, A.E., Robarts, M. (2014) Branch's elements of shipping. Ninth edition. London and New York: Routledge.

Chorafas, D-N. (2001) Integrating ERP, CRM, Supply Chain Management, and Smart Materials. Auerbach publications. *s.l*

CMA CGM Shipping Group - Merchant Marine & Maritime Careers. EduMaritime: Shipping & Logistics Career:

<http://www.edumaritime.net/shipping-logistics-career/cma-cgm-shipping-group> (15.02.2017)

Columbus, L. (2016) Gartner 2015 CRM market share analysis shows salesforce in the lead, growing faster than market. Forbes

<http://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2016/05/28/2015-gartner-crm-market-share-analysis-shows-salesforce-in-the-lead-growing-faster-than-market/#7008cf1c25ae> (19.03.2017)

Communication & Change Management Team. (25.02.2016) Communication Toolkit CRM, Version 1. CMA CGM S.A.

Cullinane, K. (2005) Research in transportation economics. Vol. 12: Shipping economics. London: Elsevier, pp. 249.

Dowling, G. (2002) Customer relationship management: in B2C markets, often less is more. Vol. 44 California Management Review, pp 7.

- Durvasula, S., Lysonski, S., Mehta, S. (2004) Technology and its CRM Implications in the Shipping Industry. *International Journal of Technology Management*. Vol. 28, No. 1, pp. 5, 100.
- Eidast, A. (2007) *Meretranspordi kommertsekspluatatsioon*. Tallinn
- Erickan, J.W., Roth, W.-M. (2006). What is good polarizing research into qualitative and quantitative? *Educational Researcher*.
- Ghauri, P., Gronhaug, K. (2004) *Äriuurigute meetodid. Praktilised näpunäiteid*. (Tõlk) J.Kütt. Tallinn: Külim
- Grossman, H., Otto, A., Stiller, S., Wedemeier, J., Koller, C., Pflüger, A-A. R. (2006) *Maritime Trade and Transport Logistics*. Hamburg: Hamburg Institute of International Economics and Berenberg Bank
- Hannon, D. (2001) New technology demands from shippers drive changes in the marketplace. *Purchasing*. Vol. 130, pp. 34.
- Harrison, A., Van Hoek, R. (2008) *Logistics Management and Strategy. Competing through the supply chain*. Thrid edition. Essex: Pearson Education Limited
- Hirsijärvi, S., Remes P., Sajavaara P. (2010) *Uuri ja kirjuta*. Tallinn
- History. CMA CGM S.A.:
<http://www.cma-cgm.com/the-group/about-us/history> (15.02.2017)
- How Captive Shared Service Centers Can Propel Shipping Companies. A WNS Perspective. WNS Global Services (2015).
<http://www.wns.com/Portals/0/Documents/Articles/PDFFiles/600/122/Captive%20Shared%20Service%20Centers%20for%20S&L%20Industry.pdf> (20.03.2017)
- Hoy, W.K. (2010) *Quantitative Research In Education: a primer*. SAGE publications, Inc.
- Huiskonen, J. (2004) *Supply chain integration: studies of linking customer responsiveness and operational efficiency in logistics policy planning*. Lappeenranta: Lappeenranta University of Technology
- Jacques Saadé appoints Rodolphe Saadé Chief Executive Officer of the CMA CGM Group. CMA CGM S.A.:
<https://www.cma-cgm.com/news/1485/jacques-saade-appoints-rodolphe-saade-chief-executive-officer-of-the-cma-cgm-group> (15.02.2017)
- Kalle, E., Aarma, A (2003) *Teadustöö alused*. Tallinn: TTÜ kirjastus
- Kaubandusliku meresõidu seadus. Riigi Teataja. Vastu võetud 05. juunil 2002. a - RT I, 2002, 55, 345 .

- Keeley, L. (2007) Läbi aegade parimad innovatsioonid. [E-ajakiri]
http://www.aripaev.ee/uudised/2007/06/04/Labi_aegade_parimad_innovatsioonid
 (14.01.2017)
- Kiisler, A. (2011) Logistika ja tarneahela juhtimine. AS Erahariiduskeskus. Tallinn: TTÜ Kirjastus.
- Kleindl, B. (2008) Strategic Electronic Marketing. Southwestern Publishing. USA
- Konteinerlaev. Eesti Entsüklopeedia. (muudetud 2012 Eidast A.)
<http://entsyklopeedia.ee/artikkel/konteinerilaev2> (16.01.2017)
- Laherand, M-L. (2008) Kvalitatiivne uurimisviis. Tallinn
- Laine, J., Vepsäläinen, A. (2007) Economies of speed in sea transportation. International Journal of Physical Distribution and Logistics Management. Vol. 27, pp. 37.
- Lainsalu, E. (2015) Kuidas jõuda müügis tippu? Ligi 100 tehnikat ja kõnemudelit, mis viivad Sind suurema sissetulekuni. Tallinn: OÜ Müügitreeningute Keskus.
- Lee, C-Y., Meng, Q. (2015) Handbook of Ocean Container Transport Logistics. Making Global Supply Chains Effective. New York and London: Springer
- Lee, P. T-W., Cullinane, K. (2016) Dynamic Shipping and Port Development in the Globalized Economy. Vol. 1: Applying Theory to Practice in Maritime Logistics. Hampshire, New York: Palgrave Macmillan, pp. 184.
- Lloyd's List Global Awards 2016. Lloyd's List Group:
<http://lloydlistawards-global.com/winners-2016/> (16.02.2017)
- Logistics. CMA CGM S.A.:
<https://www.cma-cgm.com/the-group/activities/logistics> (16.02.2017)
- Majandusaasta aruanne. (2016). CMA CGM Estonia OÜ
- Mangan, J., Lalwani, C., Butcher, T., Javadpour, R. (2012) Global Logistics and Supply Chain Management. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons Ltd. *s.l*
- McNabb, D. E. (2010). Research Methods For Political Science: Quantitative and Qualitative Approaches. Second edition. M. E. Sharpe, Inc.
- Meuter, M., Ostrom, A., Roundtree, R., Bitner, M. (2007) Self service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. Journal of Marketing. Vol. 67, pp. 42.
- Mohammadhossein, N., Zakaria, N. H. (2012). CRM Benefits for Customers: Literature Review. International Journal of Engineering Research and Applications (IJERA)
- Our offer. CMA CGM S.A.:
<http://www.cma-cgm.com/ebusiness/our-offer> (19.03.2017)

- Parasuraman, A. (2011) Technology readiness index. *Journal of Service Research*. Vol. 14, pp. 314.
- Prasongsukarn, K. (2006). *Customer relationship management from theory to practice: Implementation steps*. Inspire Research Company.
- Rauk, M. (2016) Ringkiri. Rahvusvahelise konventsiooni inimelude ohutusest merel (SOLAS) ptk. VI, reegel 2 muudatused. Tallinn: Veeteedeamet
- Rust, R. (2005) Technology and service. *Journal of Service Research*. Vol. 4, pp. 1.
- Savenye, W. C., Robinson, R. S. (2001). *Qualitative Research Issues and Methods: An Introduction for Educational Technologists*. In Jonassen, D. H. (Ed.). 2001. *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Song, D-W., Panayides, P. (2012) *Maritime Logistics. A complete guide to effective shipping and port management*. 1st ed. Great Britain, United States: Kogan Page Limited.
- Stopford, M. (2009) *Maritime economics*. Third edition. London and New York: Routledge.
- Submitting Shipping Instructions Online. CMA CGM S.A.:
<https://www.cma-cgm.com/static/eCommerce/Attachments/Submitting%20Shipping%20Instructions%20Online%20-%20EN%20-%201.7.pdf> (20.03.2017)
- Suursoo, J. (2010) *Transpordisüsteemide logistika ja ekspedeerimine*. Täiendatud tr. Tallinn: Tallinna Tehnikakõrgkool.
- Zikmund, W., McLeod, R., Gilbert, F. (2003) *Customer Relationship Management*, John Wiley and Sons, Hoboken, NJ.
- Zolfagharifard, E. (2016) Watch cargo ships sail Earth's oceans: Hypnotic interactive map follows the route of giant vessels over a year. *Daily Mail*.
<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3562440/Watch-cargo-ships-sail-Earth-s-oceans-Hypnotic-interactive-map-follows-route-giant-vessels-year.html> (10.02.2017)
- Taylor, R. G. (2005). *Quantitative Research Methods*. In G.R. Taylor (Ed.) *Integrating quantitative and qualitative methods in research* (2nd ed.). University Press of America. Inc.
- Terminal Link & CMA Terminals. CMA CGM S.A.:
<https://www.cma-cgm.com/the-group/activities/shipping/terminals> (16.02.2017)
- Todd, P. (2016) *Principles of the carriage of goods by sea*. London and New York: Routledge.
- Tulvi, A. (2007) *Logistika ja laendus*. Tallinn: OÜ Infotrükk
- Tulvi, A. (2013) *Logistika õpik kutsekoolidele*. Tallinn

Turule sisenemine. Välisministeerium.

<http://vm.ee/et/turule-sisenemine-14> (17.01.2017)

Weinberg, M. (2015) Müügi kasvatamine. Kuidas võita uusi kliente. Äripäeva raamat. (Toim) S. Rummo. Tallinn: AS Äripäev.

What is Shipping Container? (2014). QTL Bags

<http://chinawovenbag.com/blog/shipping-container/> (19.04.2017)

White, H. (2002). Combining quantitative and qualitative approaches in poverty analysis. World development.

<http://www.utscc.utoronto.ca/~kmacd/IDSC10/Readings/Readings/research%20design/poverty.pdf> (05.02.2017)

Õunapuu, L. (2014) Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes. (Toim) E. Kärner. Tartu: Tartu Ülikool

LISAD

Lisa 1. Konteinerite tüübid



Standard containers



High-cube containers



Hard-top containers



Open-top containers



Flatracks



Platforms (plats)




Ventilated containers



Insulated and refrigerated containers

Allikas: (What ... 2014)

Lisa 2. House Bill of Lading

Shipper FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE USA 601 South Figueroa Street 4050 Angeles, CA 90017		suite Los	BILL OF LADING ORIGINAL ORIGIN BILL OF LADING  <p>Received by the Carrier, the Goods as specified below in apparent good order and condition unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and customs notwithstanding. The particulars given below as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, condition, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier. in WITNESS whereof one (1) original Bill of Lading has been signed if not otherwise stated below, the same being accomplished the other(s), if any to be void, if required by the Carrier. One (1) original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the Goods or delivery order.</p>	Bill of Lading Number S00158002	
Consignee (if "To Order" so indicate) FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE AUSTRALIA LVL 2, 44 Market Street NSW 2000		sydney			
Notify party (No claim shall attach for failure to notify) FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE AUSTRALIA LVL 2, 44 Market Street NSW 2000		sydney			
Vessel ANL BINDAREE / 435S		Port of Loading CHICAGO, UNITED STATES	Excess Value Declaration: Refer to Clause 11(5) + (5) on reverse side		
Port of Discharge SYDNEY, AUSTRALIA	Destination (if on-carriage) SYDNEY, AUSTRALIA	Freight Payable at: SYDNEY, AUSTRALIA	No. of Originals 0 (ZERO)		
Mark and Numbers FFQD P/NO 1 - 3		Number and Kind of packages / Description of Goods 3 Pallet(s) TOYS		Gross Weight 2073.846 KG	Measurement 5.171 M3
Container Seals FSCU8100309 4411711 FREIGHT PREPAID ORIGINAL BILL REQUIRED		Type 20GP	weight 2073.846 KG	Volume 5.171 M3	Packages Mode 3 PLY CFS/CFS

SAMPLE ONLY

INCOTERM: CFR Bill of Lading must be surrendered to: FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE LEVEL 2 RIVERSIDE QUAY, 1 SOUTHBANK BOULEVARD SOUTHBANK VIC 3006 AUSTRALIA Phone: 1300651233		Conso1 Ref: C00001528 SHIPPED ON BOARD	
Place and Date of issue CHICAGO, UNITED STATES 23-JUN-15		Freight Details, Charges, etc.	
AS CARRIER		Total No. of Packages (in words) THREE PALLET(S)	
Place of Receipt CHICAGO, UNITED STATES	Place of Delivery SYDNEY, AUSTRALIA	Note: The Merchant's attention is called to the fact that according to Clauses 10, 11 and 12 of this Bill of Lading, the liability of the Carrier is, in most cases, limited in the respect of loss of or damage to the goods and delay.	
LAW AND JURISDICTION CLAUSE The Contract evidenced by or contained in this Bill of Lading shall be governed by Australian law and any claim or dispute arising hereunder or in connection herewith shall (without prejudice to the Carrier's rights to commence proceedings in any other jurisdiction) be subject to the jurisdiction of the Courts of Australia.			

Allikas: (Bill ... 2015)

Lisa 3. eBusiness tellimuse ülevaade



Exported on 2017 April 19 at 09:09

This is not a booking confirmation			
Transaction type: Draft Booking		Last submission date/time (UTC):	Preferred Booking Office:
Booking Party Name : VIGOLIN OU Address: NARVA MNT 82 10127 TALLINN Estonia		Contact Name: Krölov Oleg Contact Email: container1@vigolin.com Contact Phone / Fax / Mobile: +372 60 55 631	Reference(s) Request Ref.: Booking ref.: Customer reference: Quote Reference / Service Contract: QTLN002532
Deciding party Name : VIGOLIN OU Address: NARVA MNT 82 10127 TALLINN ESTONIA Code: 0000824269 Reference: Contact: / /		Freight Payer Name : VIGOLIN OU Address: NARVA MNT 82 10127 TALLINN ESTONIA Code: 0000824269 Reference: Contact: / /	
Voyage Reference	Vessel Name FEEDER		Export Movement Type: Port Import Movement Type: Port
Place of Receipt Name (UN Code): Country: Expected Date: Cargo Ready From:	Port of Loading Name (UN Code): KLAIPEDA (LTKLJ) Country: LT Expected Date: 5/9/2017	Port of Discharge Name (UN Code): NINGBO (CNNGB) Country: CN Expected Date: 6/21/2017	Place of Delivery Name (UN Code): Country: Expected Date:

CARGO #1

Commodity Copper waste and scrap. ; 7404		
Container Equip.: 3 x 20ST Total cargo net weight: 69000 KGM SOC: No		
REEFER DETAILS Reefer: No		
HAZARDOUS DETAILS Hazardous goods: No		
OOG DETAILS OOG: No		
Payment Freight: Prepaid Freight Payer: VIGOLIN OU (Freight Payer) Payable At: TALLINN, EE		
Remarks Booking Remarks: Cargo: copper scrap in big bags 22 big bags per container approx weight 22-23 mt null Please release empty containers to: AS VIGOLIN Sergej Dziundzia tel/fax: +370 46 368146 mob.tel: +370 601 88070 e-mail: klaipeda@vigolin.com		

Allikas: (Autori koostatud, ekraanitõmmis portaalist)

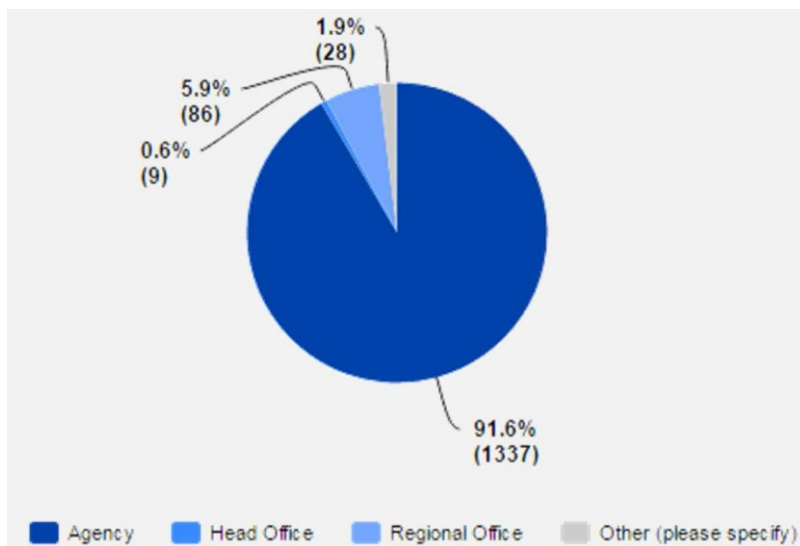
Lisa 4. CMA CGM laevaliini merekonnosement

SHIPPER LOTUS TIMBER VANA NARVA MNT 31 MAARDU 74114 ESTONIA		ORIGINAL BILL OF LADING		VOYAGE NUMBER 184PVS/184PVS	
CONSIGNEE TO THE ORDER OF INDUSTRIAL BANK OF KOREA SEOUL, KOREA				BILL OF LADING NUMBER TLN0110544B	
NOTIFY PARTY, Carrier not to be responsible for failure to notify DAESEUNG TRADING CO.LTD 139-9 YONGDOODONG, CHOONG KU DAEJEON SOUTH KOREA TEL:042-252-6934					
PRE CARRIAGE BY*		PLACE OF RECEIPT*		FREIGHT TO BE PAID AT	
		TALLINN		NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING	
				THREE (3)	
VESSEL CONMAR AVENUE		PORT OF LOADING MUUGA HARBOUR, TALLINN		PORT OF DISCHARGE BUSAN, KOREA	
				FINAL PLACE OF DELIVERY*	
MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS		NO AND KIND OF PACKAGES		DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN	
				GROSS WEIGHT CARGO	
				TARE	
				MEASUREMENT	
				KGS KGS CBM	
TCLU9658460 SEAL F4649895		1 x 40HC 12 PACKAGE(S)		22850.000 3840 45.920	
		REDWOOD, 18% KD, S4S COMBO DECK, GRADE A/B CONTRACT NO. LOT/DT0317			
GESU6684918 SEAL F4649899		1 x 40HC 12 PACKAGE(S)		22100.000 3830 44.448	
		REDWOOD, 18% KD, S4S COMBO DECK, GRADE A/B CONTRACT NO. LOT/DT0317			
APHU6360593 SEAL F4649896		1 x 40HC 12 PACKAGE(S)		22100.000 3870 44.448	
		REDWOOD, 18% KD, S4S COMBO DECK, GRADE A/B CONTRACT NO. LOT/DT0317			
FREIGHT PREPAID Shipped on Board CONMAR AVENUE 10-APR-2017 CMA CGM Estonia As agents for the Carrier 					
Weight in Kgs Total: 3 CONTAINER(S)		Sheet 1 of 1		67050.000 11540 134.816	
ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER. CARRIER NOT RESPONSIBLE.					
ADDITIONAL CLAUSES					
4. Cargo at port is at merchant risk, expenses and responsibility 5. FCL 77. THC at destination payable by consignees as per line/port tariff 194. For the purpose of the present carriage, clause 14(2) shall exclude the application of the York/Antwerp rules, 2004. 202. Demurrage and detention shall be calculated and paid as per general tariff available on the web site www.cma-cgm.com, or in any of CMA CGM agency. However if special free time conditions are granted, then rules applicable as per general tariff grid shall start from the day following the last free day. 216. Mis-declaration of cargo weight endangers crew, port workers and vessels' safety. Your cargo may be weighed at any place and time of carriage and any mis-declaration will expose you to claims for all losses, expenses or damages whatsoever resulting thereof and be subject to freight surcharge. 225. The shipper acknowledges that the Carrier may carry the goods identified in this bill of lading on the deck of any vessel and in taking remittance of this bill of lading the Merchant (including the shipper, the consignee and the holder of the bill of lading, as the case may be) confirms his express acceptance of all the terms and conditions of this bill of lading and expressly confirms his unconditional and irrevocable consent to the possible carriage of the goods on the deck of any vessel. 274. The Merchant is responsible for returning any empty container, with interior clean, free of any dangerous goods placards, labels or markings, at the designated place, and within 60 days following to the date of release, failing which the container shall be construed as lost. The Merchant shall be liable to indemnify the Carrier for any loss or expense whatsoever arising out of the foregoing, including but not limited to liquidated damages equivalent to the sound market value - or the depreciated value due by the Carrier to a container lessor. The Carrier is entitled to collect a deposit from the Merchant at the time of release of the container which shall be remitted as security for payment of any sums due to the Carrier, in particular for payment of all detention and demurrage and/or container indemnity as referred above.					
RECEIVED by the carrier from the shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated above stated by the shipper to comprise the cargo specified above for transportation subject to all the terms hereof (including the terms on page one) from the place of receipt or the port of loading, whichever is applicable, to the port of discharge or the place of delivery, whichever is applicable. Delivery of the Goods will only be made on payment of all Freight and charges. On presentation of this document (duly endorsed) to the Carrier, by or on behalf of the holder, the rights and liabilities arising in accordance with the terms hereof shall (without prejudice to any rule of common law or statutes rendering them binding upon the shipper, holder and carrier) become binding in all respects between the Carrier and Holder as though the contract contained herein or evidenced hereby had been made between them. All claims and actions arising between the Carrier and the Merchant in relation with the contract of Carriage evidenced by this Bill of Lading shall exclusively be brought before the Tribunal de Commerce de Marseille and no other Court shall have jurisdiction with regards to any such claim or action. Notwithstanding the above, the Carrier is also entitled to bring the claim or action before the Court of the place where the defendant has his registered office. In witness whereof three (3) original Bills of Lading, unless otherwise stated above, have been issued, one of which being accomplished, the others to be void. (OTHER TERMS AND CONDITIONS OF THE CONTRACT ON PAGE ONE)					
PLACE AND DATE OF ISSUE		TALLINN 10 APR 2017		SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. BY CMA CGM Estonia as agents for the carrier CMA CGM S.A. 	
SIGNED FOR THE SHIPPER *APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING					

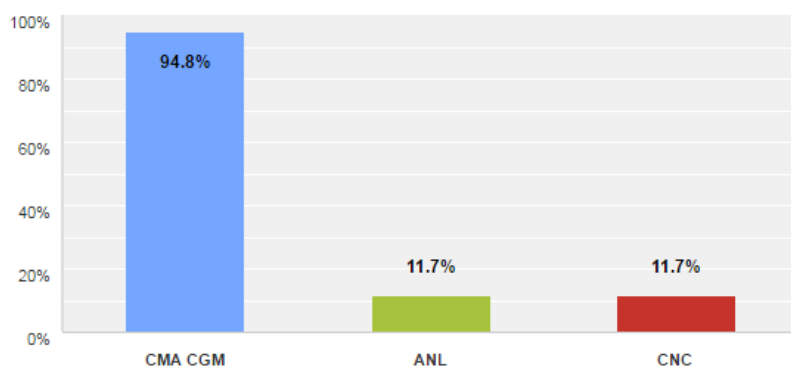
Allikas: (Autori koostatud, skaneeritud koopia)

Lisa 5. Uuringu küsimustik LISA CRM kasutajatele

1. Do you work in ... ?



2. Which organizational unit/carrier are you working for?

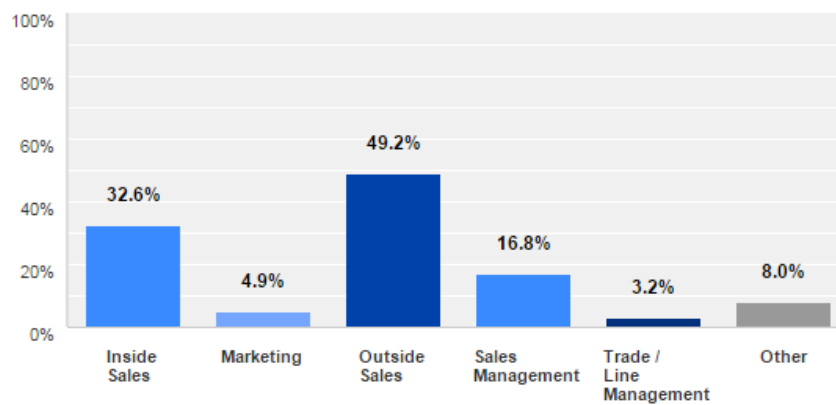


Lisa 5 järg

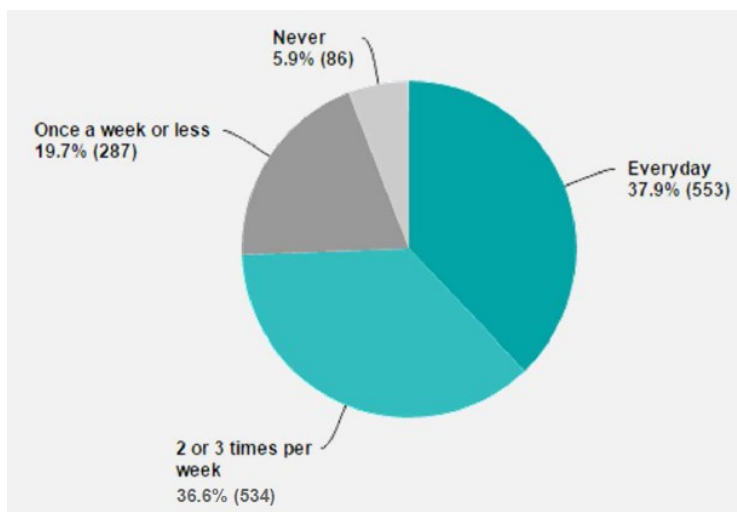
3. In what country do you work?

Country	Response Count
China	264
India	74
Germany	64
France	52
Taiwan	41
Italy	37
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	36
Mexico	32
Spain	32
Malaysia	29
Thailand	28
Hong Kong SAR	26
Republic of Korea	26
Algeria	25
United Arab Emirates	23

4. What department do you work in?

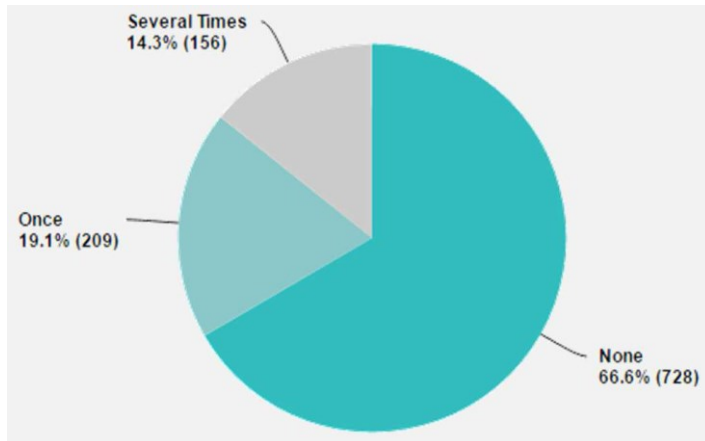


5. Do you use LISA CRM?

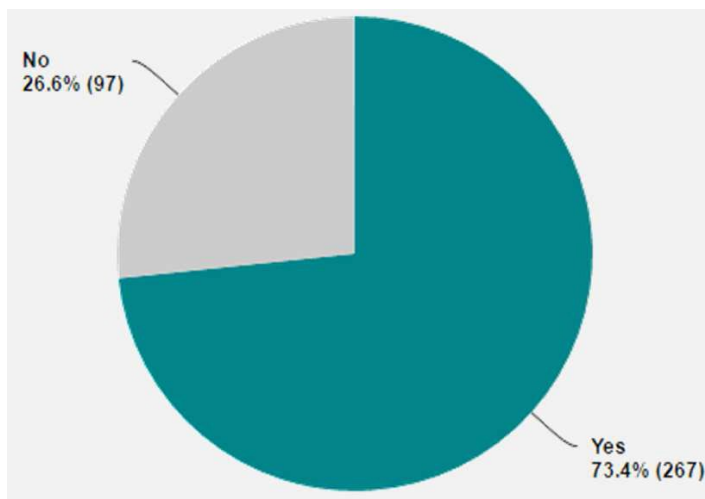


Lisa 5 järg

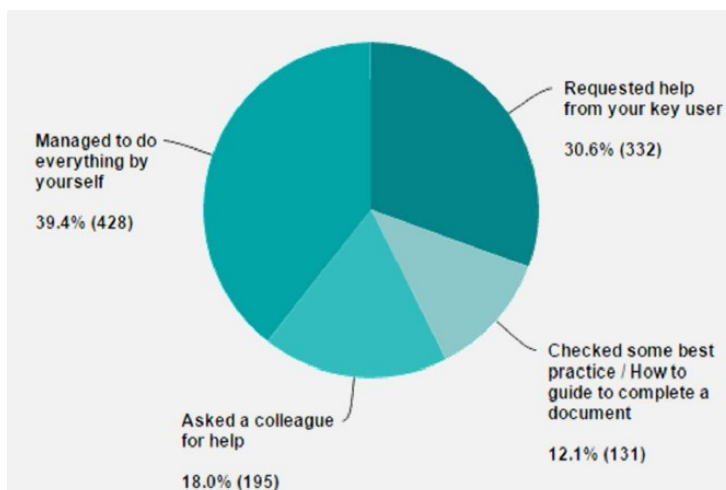
6. In the past 2 weeks, did you encounter any technical or access issues?



7. If any, was your issue solved quickly?

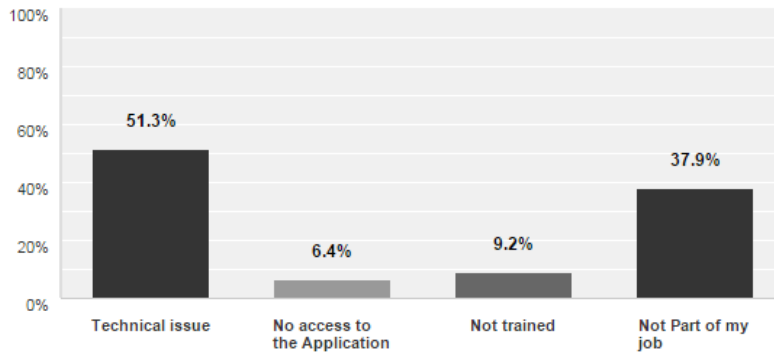


8. In the past 2 weeks, while doing your job with LISA CRM, have you...

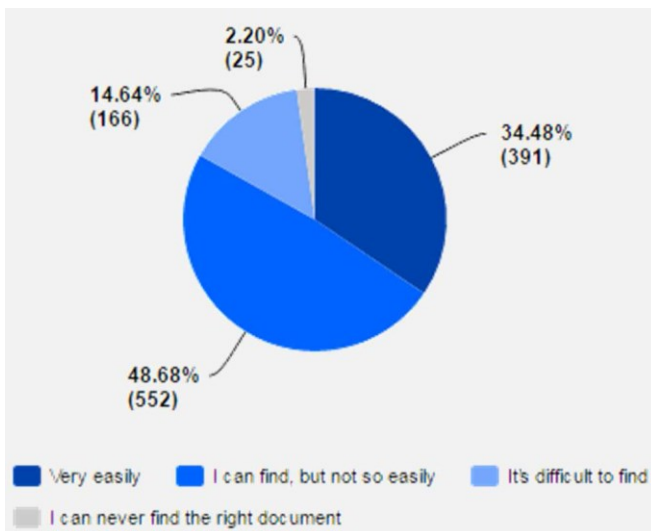


Lisa 5 järg

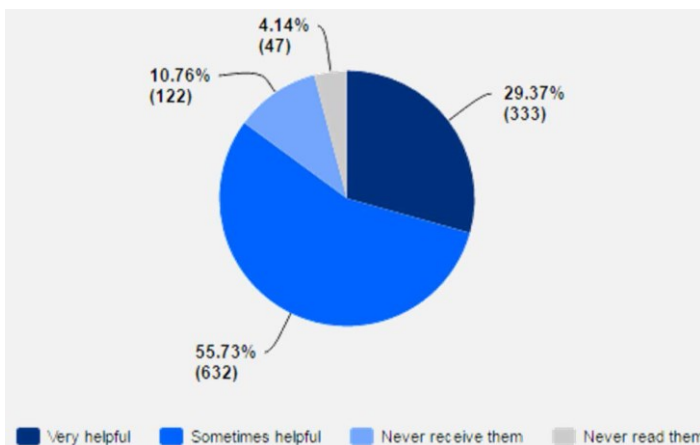
9. If you don't connect to LISA CRM on regular basis, please specify the reason



10. Do you easily find the support documentation, to carry out your job in LISA CRM, when you have a question?



11. Do you find the weekly LISA CRM communication helpful in your daily life? Example Journey, Best Practices, Quick Guides, How To Guides?



Lisa 5 järg

12. For Market ID, select ONLY the true sentences

Answer Choices	Responses	Acceptable level of knowledge*
Market IDs should have only one item line	11.9% 135	✓
Unless my Market ID is completed, I can add more POL/POD item lines to it	48.9% 514	✗
I should create One Market ID per traffic per customer	53.8% 565	✗
I should input the potential of a customer at a line item level	50.6% 532	✗
I can skip the creation of Market ID for new traffics	7.4% 78	✓
The first step of a new quotation is a market ID in CRM	67.1% 705	✗
CRM automatically assign segments to customers traffics	40.4% 425	✗
Total Respondents: 1,051		2 Acceptable

13. For activities & tasks, select ONLY the true sentences

Answer Choices	Responses	Acceptable level of knowledge*
When I assign a task to a colleague, and he/she completes it, I'm automatically notified	49.12% 557	✗
I used CRM to schedule my visit to the dentist	8.20% 93	✓
I plan my visits to the customers in advance in CRM	79.28% 899	✓
I document & share my visit reports with the CMA CGM community (within my carrier) from LISA CRM	70.11% 795	✓
I enter personal information of my customers contacts health or marital status	6.88% 76	✓
Total Respondents: 1,134		4 Acceptable

14. For account, select ONLY the true sentences

Answer Choices	Responses	Acceptable level of knowledge*
I can use LISA CRM to identify the sales responsible for an account through the territory assignment	81.92% 929	✓
For Global accounts, I can create all types of transactions at BP level and make it applicable to the whole account hierarchy	12.96% 147	✗
To create a Market ID, I need to have the account on my territory, and this can be done in a few clicks (if not automatically)	72.05% 817	✓
Total Respondents: 1,134		2 acceptable

Lisa 5 järg

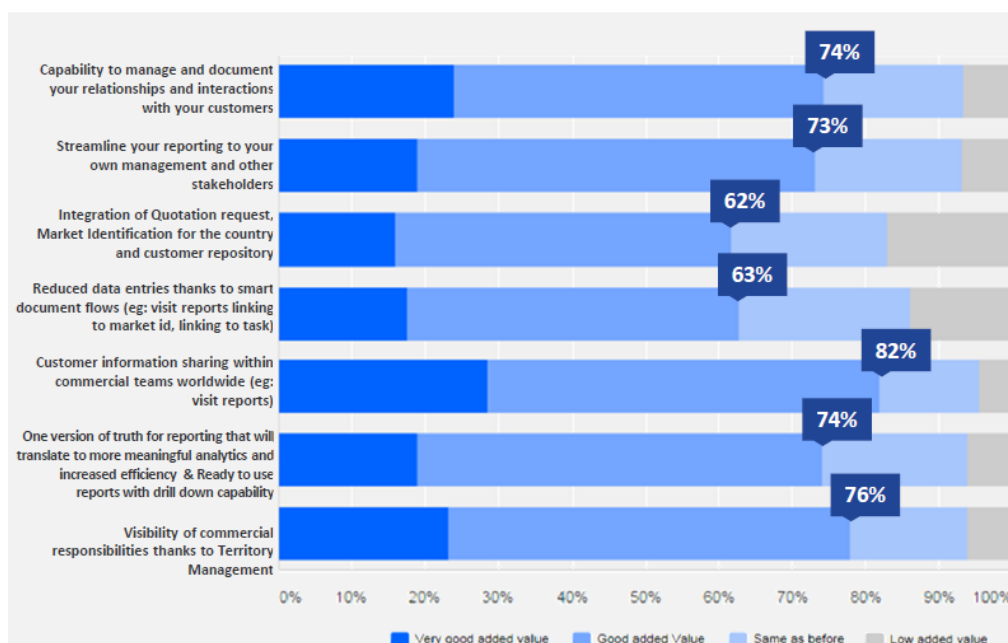
15. For complaint, select ONLY the true sentences

Answer Choices	Responses	Acceptable level of knowledge*
A complaint in CRM is always a legal Claim	6.79% 77	✓
Any LISA CRM user can log a complaint	78.75% 893	✓
Compensation requests are forbidden for USA accounts / or USA bound traffics	18.25% 207	✗
There is a specific report covering both claims & complaints	50.79% 576	✗
Total Respondents: 1,134		2 Acceptable

16. For activities reporting, select ONLY the true sentences

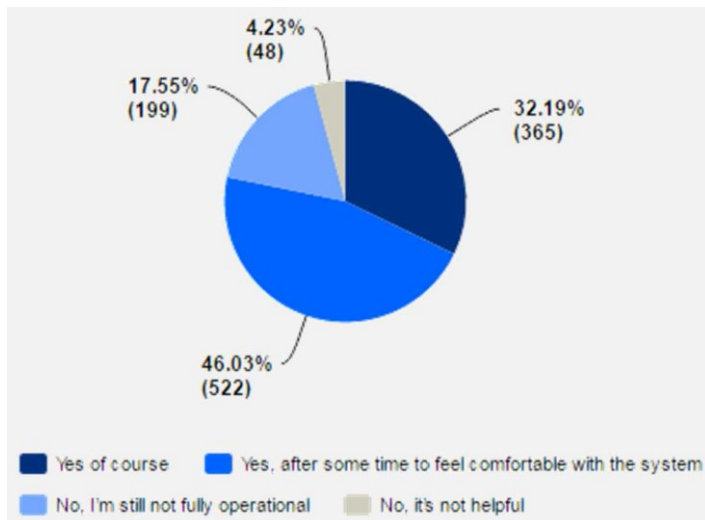
Answer Choices	Responses	Acceptable level of knowledge*
I can find external market information in the report "market Volume"	27.16% 308	✗
A manager can drive the sales activities by using the searches in LISA CRM	73.10% 829	✓
I can have the overall view of a customer or its hierarchy by pulling the 360° report	61.20% 694	✗
BI reports only display CRM data and no data related to LARA bookings	12.17% 138	✗
As a sales person, I can assess the potential volumes of my customers portfolio	64.20% 728	✗
In BI, I can pull standard reports that are available for the whole community, and which provide to all ONE version of the truth.	31.75% 360	✗
Total Respondents: 1,134		1 Acceptable

17. From your personal experience, where do you find the most value with LISA CRM?

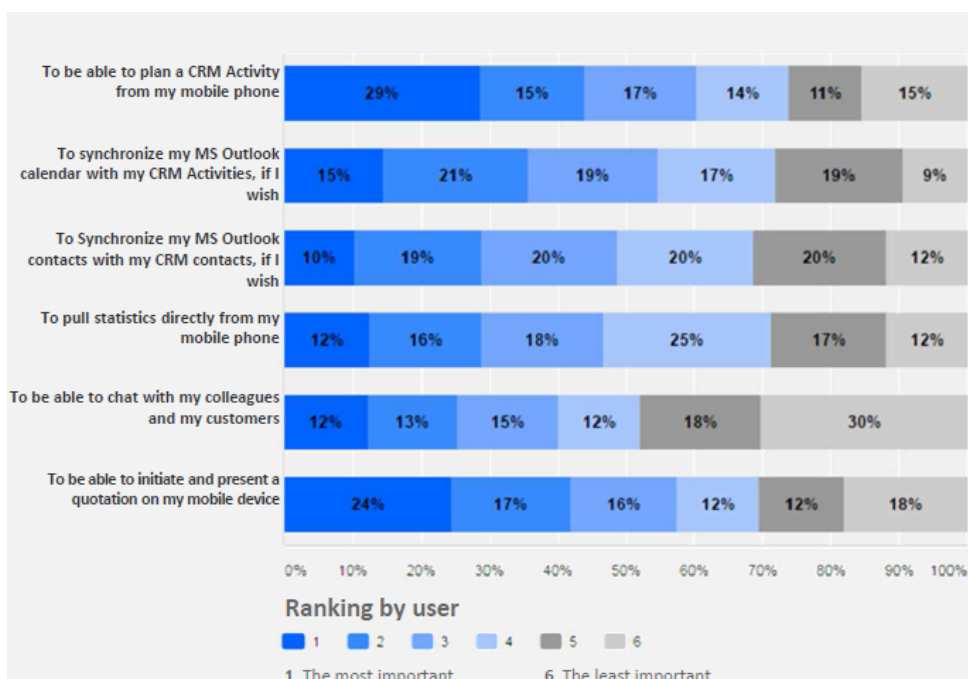


Lisa 5 järg

18. Would you tell a new comer that LISA is helpful for a sales person?

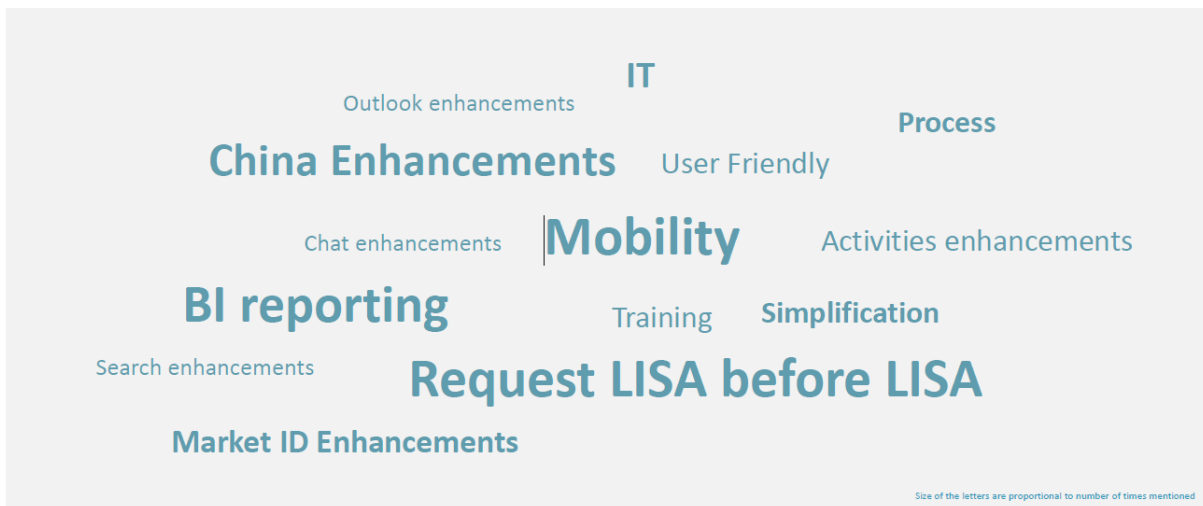


19. Please rank from 1 being the most important, and 6 being the least important, regarding the possible future features in LISA CRM.



Lisa 5 järg

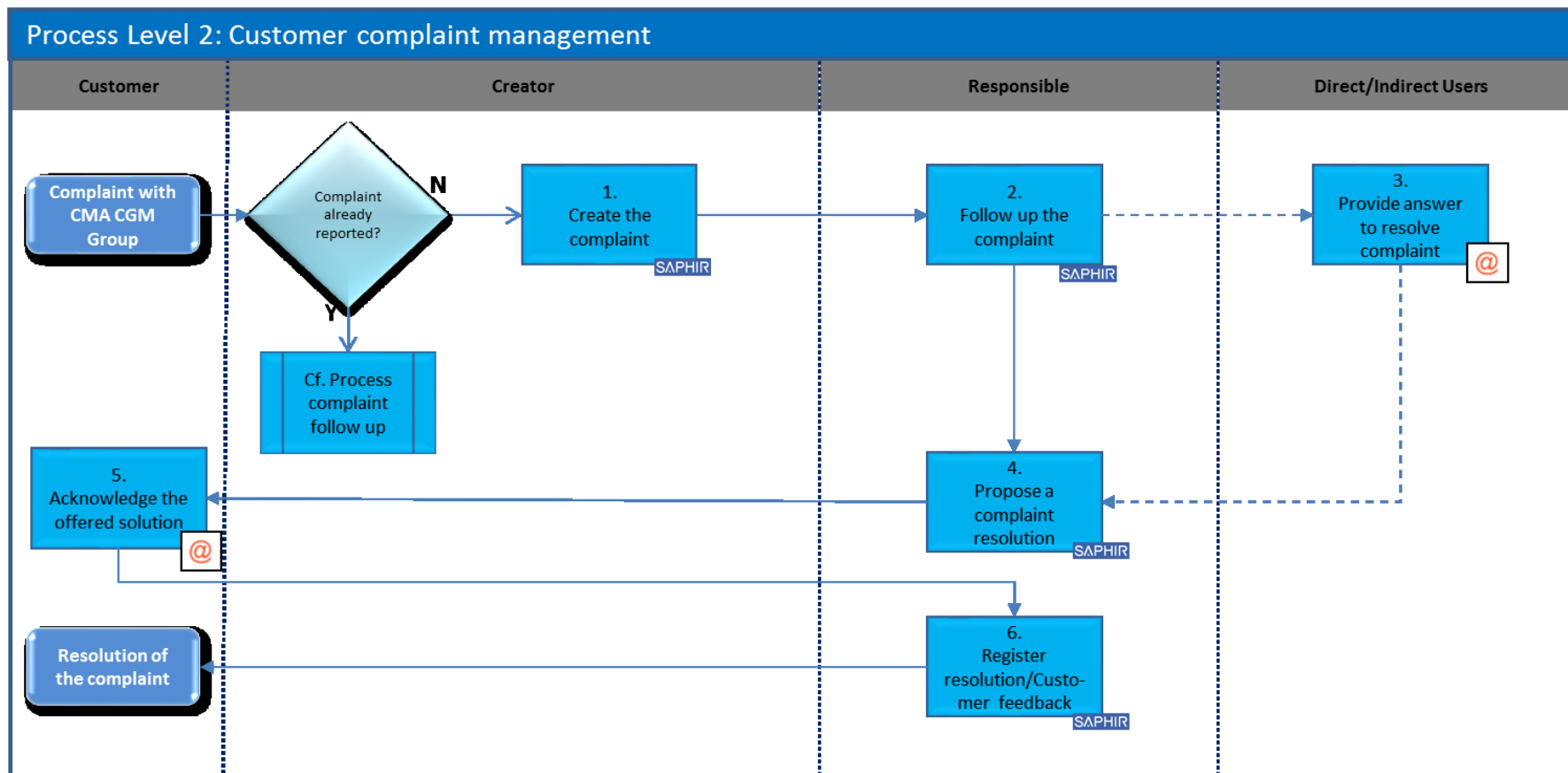
20. What additional functionality would you request / need to carry out your job even better?



21. Do you have any other comments, questions, or concerns?



Lisa 6. Kliendi kaebuse haldamisskeem



Allikas: (autori koostatud, ekraanitõmmis infosüsteemist)