

**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova  
Universitatea Tehnică a Moldovei  
Facultatea Electronică și Telecomunicații  
Departamentul Telecomunicații și Sisteme Electronice**

**Admis la susținere  
Șef departament:  
Tîrșu Valentina, conf.univ., dr.**

„\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2025

**ANALIZA SISTEMELOR CRM ÎN  
SECTORUL TELECOMUNICAȚIILOR ȘI  
DEZVOLTAREA UNUI SISTEM CRM  
ADAPTAT PENTRU COMPANIA  
S.A. MOLDTELECOM**

**Teză de master**

**Studenta:**

**Calaraș Cristina, grupa MMRT-231M**

**Conducător:**

**Sava Lilia, conf.univ., dr.**

**Chișinău 2025**

## ADNOTARE

**Autor:** Calaraș Cristina

**Tema lucrării:** ANALIZA SISTEMELOR CRM ÎN SECTORUL TELECOMUNICAȚII ȘI DEZVOLTAREA UNUI SISTEM CRM ADAPTAT PENTRU COMPANIA S.A. MOLDTELECOM..

**Structura lucrării:** Introducere, 3 Capitle, Concluzii, Literatura, 27 Imagini.

**Cuvinte cheie:** Sisteme CRM, Automatizarea proceselor, Gestionare clienți, Managementul Datelor.

**Scopul lucrării:** Optimizarea proceselor și îmbunătățirea relațiilor cu clienții în companiile de telecomunicații din Republica Moldova prin implementarea unui sistem CRM personalizat.

**Rezultatele obținute:** În această lucrare a fost realizată o analiză a sistemelor CRM existente și a impactului acestora asupra eficienței proceselor din companiile de telecomunicații. De asemenea, este demonstrat procesul de implementare a unui CRM personalizat pentru Moldtelecom, evidențiindu-se beneficiile utilizării acestuia, precum fidelizarea clienților și creșterea competitivității.

Lucrarea începe cu o introducere, care descrie provocările din industria telecomunicațiilor și importanța adoptării sistemelor CRM pentru a răspunde cerințelor pieței și nevoilor clienților.

Primul capitol descrie conceptul de CRM, funcționalitățile acestuia și beneficiile oferite, prezentând și o analiză a soluțiilor existente pe piață, inclusiv exemple precum Microsoft Dynamics CRM și SAP CRM.

Al doilea capitol include o analiză detaliată a implementării unui sistem CRM în companiile de telecomunicații din Republica Moldova. Este prezentat un studiu de caz privind Moldtelecom, incluzând pașii necesari pentru integrarea soluției CRM și metodele utilizate pentru optimizarea relațiilor cu clienții.

În al treilea capitol sunt propuse măsuri pentru implementarea sistemului CRM, inclusiv adaptarea la specificul local al Moldtelecom, instruirea personalului și evaluarea impactului asupra performanței companiei.

## ANNOTATION

**Author:** Calaraş Cristina

**Theme:** ANALYSIS OF CRM SYSTEMS IN THE TELECOMMUNICATION SECTOR AND DEVELOPMENT OF A CRM SYSTEM ADAPTED FOR THE COMPANY S.A. MOLDTELECOM

**Structure of the work:** Introduction, 3 Chapters, Conclusions, Literature, 27 Figures.

**Keywords:** CRM Systems, Process Automation, Customer Management, Data Management.

**Purpose of the work:** Optimizing processes and improving customer relationships in telecommunications companies in the Republic of Moldova through the implementation of a customized CRM system.

**Results of the work:** This thesis provides an analysis of existing CRM systems and their impact on process efficiency in telecommunications companies. It also demonstrates the process of implementing a customized CRM for Moldtelecom, highlighting its benefits, such as customer loyalty and increased competitiveness.

The thesis begins with an introduction describing the challenges faced by the telecommunications industry and the importance of adopting CRM systems to meet market demands and customer needs.

The first chapter explains the CRM concept, its functionalities, and the benefits offered, along with an analysis of existing solutions on the market, including examples such as Microsoft Dynamics CRM and SAP CRM.

The second chapter presents a detailed analysis of CRM system implementation in telecommunications companies in the Republic of Moldova. A case study on Moldtelecom illustrates the steps required for integrating the CRM solution and the methods used to optimize customer relationships.

The third chapter proposes measures for CRM system implementation, including adaptation to Moldtelecom's local specifics, staff training, and evaluation of the impact on the company's performance.

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE .....</b>	<b>8</b>
<b>1. CONCEPTUL DE CRM ȘI IMPORTANȚA ACESTUIA .....</b>	<b>10</b>
1.1 Caracteristicile și beneficiile CRM .....	11
1.2 Tipurile de CRM .....	14
1.3 Sisteme CRM utilizate în companiile de telecomunicații .....	19
1.4 Analiza comparativă a sistemelor CRM (Visma CRM, AmoCRM, Amdocs Clarify CRM, SAP CRM, Microsoft Dynamics CRM) .....	25
<b>2. PROIECTAREA ȘI DEZVOLTAREA UNUI SISTEM CRM PENTRU COMPANIA S.A. MOLDTELECOM .....</b>	<b>29</b>
2.1 Proiectarea cerințelor tehnice pentru dezvoltarea sistemului CRM.....	32
2.2 Implementarea sistemului CRM pentru SA Moldtelecom.....	37
2.3 Proiectarea și implementarea paginii de autentificare și a meniului principal al sistemului CRM .....	37
2.4 Proiectarea și implementarea modulelor pentru departamentele cheie din sistemul CRM.....	39
2.4.1 Proiectarea și implementarea modulului pentru gestionarea clienților în cadrul sistemului CRM.....	40
2.4.2 Proiectarea și implementarea modulului pentru Departamentul de Vânzări .....	41
2.4.3 Proiectarea și implementarea modulului pentru Departamentul Financiar .....	42
2.4.4 Proiectarea și implementarea modulului pentru Departamentul de Marketing .....	51
2.4.5 Proiectarea și implementarea modulului pentru Departamentul Analitic.....	56
2.4.6 Proiectarea și implementarea modulului pentru Departamentul de Suport Tehnic.....	61
<b>3. EVALUAREA ȘI TESTAREA SISTEMULUI CRM IMPLEMENTAT PENTRU S.A. MOLDTELECOM .....</b>	<b>67</b>
3.1 Strategia de integrare și optimizare a sistemului CRM în S.A. Moldtelecom.....	67
3.2 Securitatea și protecția datelor în sistemul CRM.....	68
3.3 Impactul sistemului CRM asupra proceselor de afaceri ale SA Moldtelecom .....	69
3.4 Recomandări pentru îmbunătățiri ulterioare ale sistemului CRM.....	70
<b>CONCLUZIE .....</b>	<b>71</b>
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>73</b>

## Introducere

Sistemele de gestionare a relațiilor cu clienții (CRM) au devenit un element important în strategiile de creștere și dezvoltare a companiilor de telecomunicații, în special într-un mediu competitiv precum cel din Republica Moldova. Aceste sisteme oferă o soluție integrată pentru gestionarea și analiza interacțiunilor cu clienții, facilitând optimizarea proceselor de vânzări, marketing și servicii post-vânzare. În contextul actual, unde tehnologia digitală influențează comportamentul consumatorilor și așteptările acestora, companiile din sectorul telecomunicațiilor trebuie să răspundă prompt și eficient nevoilor în continuă schimbare ale pieței. În acest sens, un sistem CRM eficient nu doar că sprijină companiile în oferirea de servicii personalizate, ci contribuie și la consolidarea loialității clienților și la reducerea ratei de reziliere.

Industria telecomunicațiilor din Moldova este caracterizată de o dinamică accelerată și de o concurență puternică între principalii operatori, precum Moldtelecom, Orange și alte companii mai mici. În acest mediu competitiv, adoptarea tehnologiilor avansate devine esențială pentru a rămâne relevant pe piață. Sistemele CRM facilitează colectarea și analiza datelor despre comportamentul și preferințele clienților, oferind companiilor capacitatea de a anticipa nevoile acestora și de a oferi soluții proactive. Astfel, CRM-ul nu se rezumă doar la gestionarea relațiilor existente, ci contribuie și la extinderea bazei de clienți prin campanii de marketing bine direcționate și prin strategii de retenție eficiente.

**Actualitatea temei** rezultă din contextul unui mediu competitiv dinamic și în continuă schimbare, cum este cel al industriei telecomunicațiilor din Republica Moldova, implementarea sistemelor de gestionare a relațiilor cu clienții (CRM) este esențială. Având în vedere digitalizarea rapidă și creșterea așteptărilor clienților, companiile trebuie să răspundă prompt și eficient nevoilor acestora pentru a rămâne relevante. Concurența puternică între principalii operatori, precum Moldtelecom și Orange, evidențiază importanța unor soluții tehnologice avansate care să sprijine gestionarea relațiilor cu clienții, fidelizarea acestora și optimizarea proceselor de business.

**Scopul** principal al temei este de a explora implementarea și eficiența sistemelor CRM la principalii operatori de telecomunicații din Republica Moldova. Se urmărește evidențierea modului în care aceste sisteme contribuie la îmbunătățirea experienței clienților, la retenția acestora, precum și la optimizarea proceselor interne. În plus, se dorește identificarea oportunităților de inovare, utilizând tehnologii emergente, cum ar fi inteligența artificială și analiza predictivă, pentru a spori performanța acestor sisteme.

### Obiectivele lucrării

1. Analizarea conceptului de CRM și a importanței sale în gestionarea relațiilor cu clienții în industria telecomunicațiilor.

2. Identificarea principalelor beneficii pe care sistemele CRM le aduc companiilor de telecomunicații, inclusiv optimizarea proceselor de vânzări, marketing și suport post-vânzare.
3. Examinarea provocărilor în implementarea CRM: integrarea cu infrastructura existentă, gestionarea datelor și adaptarea culturii organizaționale.
4. Evaluarea impactului CRM asupra fidelizării clienților și a reducerii ratei de reziliere prin strategii proactive și personalizate.
5. Explorarea aplicabilității noilor tehnologii (AI, analiză predictivă) în modernizarea sistemelor CRM, cu accent pe îmbunătățirea experienței clienților și creșterea competitivității.
6. Prezentarea studiilor de caz și a statisticilor din Republica Moldova pentru a ilustra eficiența utilizării CRM în contextul local.
7. Identificarea strategiilor de retenție și atragere a clienților, inclusiv personalizarea campaniilor de marketing și automatizarea proceselor de vânzare.

Această lucrare va contribui la o mai bună înțelegere a rolului crucial pe care CRM îl are în dezvoltarea sectorului telecomunicațiilor și la evidențierea direcțiilor de dezvoltare strategică pentru companiile din domeniu.

## Bibliografie:

1. DELERS, Antoine. *CRM: Managementul relațiilor cu clienții (Romanian Edition)*. 50MINUTES.com, 2023. 38p. ISBN 978-2808673631.
2. DYCHE, Jill. *The Crm Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management, Paperback*. Addison-Wesley Professional, 2001. 336p. ISBN 9780201730623.
3. CIOBANU, M., GHEORGHITĂ, M., BUGAIAN, L., MAMALIGA, V., UȘANLÎ, D., COJUHARI, A., GOROBIEVSCHI, S., ȚURCAN, Iu., BUZU, O., MANOLE, T., CRUCERESCU, C., GUMENIUC, I., ALCAZ, T., ȚURCANU, D., BUMBU, I., BUMBU, Ia., GRUNZU, T., ȚURCANU, N., VASCAN, G., CUCOȘ, S., ȚURCANU, N., CHILDESCU, V. *Management industrial (manual universitar)*. UTM. – Chișinău: Tehnica-Info, 2019 (PIM, Iași). – 578 p. ISBN 978-9975-63-446-5. <http://repository.utm.md/handle/5014/22510>
4. ȚURCAN, R., ȚURCANU, D., CIUBUC, A. *The Impact of Internet Access on Economic Development*. In: *Conference Proceedings, The 5 th Economic International Conference „Competitiveness and Sustainable Development”, 2-3 November 2023*, pp. 160-165. <https://doi.org/10.52326/csd2023.24>
5. ȚURCANU, Tatiana. *Sectorul TIC – între producere și servicii, Meridian Ingineresc, nr.1*, 2018. p. 72-76.
6. *Politica de securitate privind prelucrarea datelor cu caracter personal în cadrul S.A. “MOLDTELECOM“*.
7. BALAN, M. *Sisteme CRM pentru optimizarea relațiilor cu clienții*. Chișinău: Tipografia Universității, 2020.
8. CHIRILĂ, G. *Managementul relațiilor cu clienții în sectorul telecomunicațiilor*. București: Editura Universitară, 2018.
9. CIOBANU, A. *Inovații tehnologice în sectorul IT din Republica Moldova*. Chișinău: Editura Tehnica, 2021.
10. GAVRILOVICI, C. *CRM-ul ca instrument esențial pentru companiile de servicii*. București: Editura All, 2018.
11. IONESCU, R. *Transformarea digitală a companiilor telecom prin CRM*. București: Editura C.H. Beck, 2021.
12. LUCA, D. *Ghid practic pentru implementarea sistemelor CRM în Moldova*. Chișinău: Editura Universitară, 2019.
13. MUNTEANU, E. *Integrarea soluțiilor CRM cu alte sisteme interne*. Iași: Junimea, 2020.

14. PETRESCU, V. *Impactul tehnologiilor de tip CRM asupra eficienței organizaționale*. București: Editura Humanitas, 2021.
15. RADU, M. *Securitatea datelor în soluțiile CRM*. București: Editura Academiei Române, 2020.
16. LITVIN, A., CILOCI, R., ȚURCANU, T. *Managementul general: Note de curs*. Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Inginerie Economică și Business, Departamentul Economie și Management, Chișinău: Tehnica-UTM, 2024. ISBN 978-9975-64-397-9. – 117 p. [https://utm.md/wp-content/uploads/2024/02/isbn\\_managem\\_general.pdf](https://utm.md/wp-content/uploads/2024/02/isbn_managem_general.pdf)
17. SAVA, L., ȚURCANU, T., RĂULEȚ, D. *Statistica în domeniu. Note de curs*. Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Electronică și Telecomunicații, Departamentul Telecomunicații și Sisteme Electronice, Chișinău: Tehnica-UTM, 2024. ISBN 978-9975-64-394-8. – 124 p. <https://utm.md/wp-content/uploads/2024/02/statistica-in-domeniu.pdf>
18. SAVA, L., VORTOLOMEI, D. *Organizarea și analiza activității economice în domeniul telecomunicațiilor. Note de curs*, Chișinău: Editura UTM, 2022, ISBN: 978-9975-45-805-4.
19. TÎRȘU, V., CRISTEA, E., *Baze de date. Ghid metodic pentru lucrări de laborator*. Chișinău: Ed. “Tehnica-UTM”, 2024, 112pag. ISBN 978-9975-64-392-4.
20. SCRIPCĂ, O., *CRM pentru companiile din sectorul telecomunicațiilor din Moldova*. Chișinău: Tipografia Universității, 2019.
21. STOICA, L. *Managementul datelor clienților prin soluții CRM*. București: Editura Tritonic, 2020.
22. UNGUREANU, F. *Utilizarea soluțiilor CRM pentru creșterea satisfacției clienților*. Chișinău: Editura Litera, 2019.
23. *Senior Software: CRM software – ce este și ce înseamnă CRM – Customer Relationship Management?*, Senior Software Agency, © 2024. Disponibil: <https://www.seniorsoftware.ro>
24. *Mefi: Ce este un CRM?*, S.C. Likeweb S.R.L., © 2015-2025. Disponibil: <https://mefi.ro/ce-este-un-crm/>
25. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Microsoft\\_Dynamics\\_CRM](https://ru.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Dynamics_CRM)
26. [https://en.wikipedia.org/wiki/SAP\\_CRM](https://en.wikipedia.org/wiki/SAP_CRM)