



ISOF[®]

CRM - możliwości

kwiecień 2009

Copyright 2006 by HEUTHES®.

Wszelkie Prawa Zastrzeżone. All rights reserved.

Przedsiębiorstwo HEUTHES® dokłada wszelkich starań aby informacje zawarte w tej instrukcji były aktualne i poprawne. Nie może być jednak odpowiedzialne za ewentualne pomyłki, błędy czy informacje, które mogły stać się nieaktualne.

Przedsiębiorstwo HEUTHES® zastrzega sobie prawo do dokonywania poprawek i zmian w treści niniejszego opracowania, bez obowiązku zawiadamiania osób lub instytucji o dokonanych zmianach.

Opis ten nie jest częścią żadnego kontraktu ani licencji, o ile nie będzie to specjalnie uzgodnione.

Znaki towarowe: GRYFBANK®, INFOSTRADA BANKOWA®, CLIENT-WEB-SERVER®, CLIENT-WAP-SERVER®, BASET®, ISOF® należą do przedsiębiorstwa HEUTHES®.

6.04.2009 r.



HEUTHES Sp. z o.o.

Siedziba

ul. Koński Jar 8/30
02-785 Warszawa
Tel./fax: 091 460 89 74
NIP: 852-040-54-92
KRS: 0000184163
REGON: 008188990
Kapitał zakładowy: 130 000 PLN

www.isof.pl
www.heuthes.pl

Biuro Techniczno-Handlowe

ul. Metalowa 6
70-744 Szczecin
Tel./fax: 091 460 89 74

marketing@heuthes.pl

CRM

Charakterystyka ogólna

CRM (Customer Relationship Management) jest pojęciem ogólnym szeroko definiującym metody zarządzania kontaktami z klientami.

Przez system CRM firma HEUTHES rozumie oprogramowanie wspierające rejestrację i gromadzenie danych, oraz planowanie różnego rodzaju zdarzeń z klientami oraz analizowanie zarejestrowanych danych w różnych przekrojach. Dlatego też w systemie ISOF wprowadzono pewien podział różnych typów działań oraz zdarzeń w ramach CRM.

The screenshot shows the 'CRM-Aktywności' web application interface. At the top, there are navigation tabs: 1. Aktywność, 2. DMS, 3. Narzędzia, 4. Okazje, 5. Tablica wyników. Below the tabs is a search and filter section with various checkboxes and dropdown menus. A table below shows a 'dzienny raport' (daily report) with columns for different activity types and a grid of data for dates from 2007-01-22 to 2007-02-04.

Czas	Suma aktywności	Cykliczne dzwonenie	Dzwonenie	mailing	Nowe demo	poczta przychodząca	poczta wychodząca	podpis doc	reklamacja2	Skanowanie dokumentów do DMS	Spacerowanie	Spotkanie
2007-01-22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-23	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-30	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-01-31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-02-01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-02-02	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-02-03	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2007-02-04	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

- **CRM operacyjny** Umożliwia rejestrację, planowanie oraz raportowanie różnego rodzaju zdarzeń z klientami pomaga w codziennej pracy handlowcom, telemarketerom i innym osobom pracującym bezpośrednio z klientami, jak i w sensie strategicznym wytycza pewne kierunki działań.
- **CRM analityczny** Pozwala na szeroką analizę wyników działań prowadzonych z klientami.
- **CRM marketingowy** Definiowanie i planowanie różnych akcji i działań wpływających na pracę z klientami zarówno w sensie operacyjnym.
- **CRM serwisowy** Usprawnia i organizuje usługi serwisowe, gwarancyjne i pozagwarancyjne dla klientów.
- **CRM zadaniowy** Obejmuje rozwiązania klasy Project Management.
- **CRM prognozowanie sprzedaży** Pozwala na zaplanowanie przyszłej sprzedaży, określenie sposobu osiągnięcia założonych celów oraz bieżące śledzenie ich realizacji.

Największy CRM w Polsce

System CRM firmy HEUTHES jest obecnie największym rozwiązaniem tej klasy dostępnym na polskim rynku. Składa się z kilku niezależnych modułów obejmujących pełny proces obsługi klienta od działań reklamowych, poprzez pierwszy kontakt, wysyłkę oferty, planowanie i zarządzanie sprzedażą, realizację zamówienia i obsługi serwisowej.

- *Rozszerz lub zmniejsz CRM w dowolnej chwili*

Modułowa budowa CRM gwarantuje, że klient wybiera i korzysta tylko z tych funkcji, które naprawdę są mu potrzebne w bieżącej pracy. W każdej chwili istnieje jednak możliwość błyskawicznego zwiększenia lub zmniejszenia posiadanego zakresu funkcjonalności.

- *SaaS – mobilny dostęp do systemu*

CRM możesz aktywować w trybie SaaS (Software as a Service). Dzięki niemu oraz pracy przez Internet wszyscy Twoi handlowcy mają dostęp do systemu w dowolnej chwili i z dowolnego miejsca również na urządzeniach przenośnych, np. netbook. SaaS oznacza, że wynajmujesz od nas system, pracujesz poprzez przeglądarkę internetową i płacisz niski miesięczny abonament. Nie musisz kupować serwerów, baz danych, martwić się o konfigurowanie sprzętu i aktualizowanie systemu. Możesz zacząć pracę od zaraz. Nie musisz też martwić się o archiwizowanie swoich danych. Otrzymasz na nośniku optycznym specjalną wersję swojego systemu umożliwiającą odczyt, wydruk i eksport danych.

- *Czy praca przez Internet jest bezpieczna*

W trybie SaaS systemu CRM stosujemy te same mechanizmy bezpieczeństwa, które wdrażamy w rozwiązaniach dla największych banków w Polsce od wielu lat. W tym roku obchodzimy jubileusz 20-lecia, a sam CRM jest rozwijany już od blisko 10-lat.

Specjalna oferta dla posiadaczy innych systemów

Oferowany CRM uzupełnia ofertę i umożliwia jednocześnie współpracę z innymi wiodącymi systemami komputerowymi do obsługi firmy. Jeżeli już posiadasz:

- CDN Optima,
- SAGE SYMFONIA,
- Subiekt GT,
- RAKSSQL,
- SENTE eSystem,
- Epicor 9,
- Impuls 5,
- TETA Constellation,
- WF-MAG,
- Xpertis,
- inne systemy,

nasz CRM będzie doskonałym rozszerzeniem funkcjonalności oferowanych przez powyższe produkty.

Klientom, którzy w dniu podpisania umowy będą posiadali inny system komputerowy klasy ERP oferujemy specjalny pakiet promocyjny obejmujący bezpłatny dostęp do wszystkich kursów e-learningowych.

Łatwy import i eksport danych

CRM gwarantuje synchronizację bogatego zakresu danych z innych systemów ERP. Dzięki temu informacje będą dostępne z poziomu CRM. Obecnie w łatwy sposób można z większości systemów zaimportować dane operacyjne do CRM:

- Kontrahenci,
- Faktury sprzedażowe,

- Towary,
- Zamówienia od klientów,
- Dokumenty elektroniczne DMS,
- Rozrachunki.

Możliwy jest również import wielu innych danych: dokumentów magazynowych, środków trwałych, bilansu otwarcia stanów magazynowych, spisu z natury dla inwentaryzacji, bilansu otwarcia FK, planu kont, adresów do emailingu, zgłoszeń serwisowych czy urządzeń do Portalu serwisowego.

CRM zapewnia również eksport danych do zewnętrznych rozwiązań. W tym celu zapewniono w systemie możliwość zapisania wielu informacji w formatach popularnych arkuszy kalkulacyjnych, formatach CSV i HTML. W wielu miejscach systemu sposób wyświetlania danych umożliwia również stosowanie metody "kopiuj i wklej". Dla szeregu zewnętrznych aplikacji jest przykładowo możliwe przygotowanie dekretów księgowych lub faktur sprzedażowych.

Integracja CRM jest możliwa z większością systemów funkcjonujących obecnie na rynku. Bogactwo tej oferty oraz elastyczność naszej firmy powoduje, że jesteśmy w stanie zaoferować indywidualne podejście do każdej firmy, specyfiki jej branży i posiadanych rozwiązań. Do specyficznych wymagań naszych klientów możemy stworzyć specjalne moduły importu i eksportu danych.

Zaawansowana analiza

Dane przechowywane w CRM umożliwiają przygotowywanie złożonych, wielokryterialnych raportów prezentowanych w formie tabelarycznej lub graficznej. Raporty wspierane nowoczesnymi metodami z zakresu Balanced Scorecard mogą być istotną pomocą w procesie wyznaczania strategii i kierunków rozwoju firmy czy kontroli bieżących efektów.

Jak kupić?

Nie zwlekaj, po prostu zadzwoń (91 4608974), wyślij emaila (marketing@heuthes.pl) lub wypełnij formularz na stronie internetowej, aby umówić się na prezentację. Jeżeli już jesteś zdecydowany na nasz ISOF-CRM po prostu złóż zamówienie elektroniczne.

CRM operacyjny

Charakterystyka ogólna

Moduł CRM wyraża obecną tendencję w zarządzaniu, zgodnie z którą sukces przedsiębiorstwa zależy od dobrych relacji z klientami, oraz lojalności klienta wobec firmy. Dzięki specjalnie opracowanej funkcjonalności moduł znacznie wspomaga rejestrację, organizację i analizę różnego rodzaju danych dotyczących utrzymywania aktywnych kontaktów i szeroko pojętej współpracy z klientami.

CRM operacyjny jest rodzajem CRM zorientowanym na zdobywanie i gromadzenie informacji o aktywności klientów na wszystkich płaszczyznach współpracy, oraz planowanie zdarzeń z klientami. Dotyczy to zarówno podstawowych kontaktów z przedstawicielami handlowymi, wizyt w firmowych sklepach i salonach, rozmów telefonicznych, wizyt na stronach internetowych, jak zapytań ofertowych czy kontaktów wynikających z negocjacji handlowych. Moduł CRM integruje w sobie funkcje marketingu i obsługi klienta zapewniając indywidualne podejście do każdego z nich i pełną wiedzę o jego potrzebach.

The screenshot shows the 'CRM Aktywności' interface. At the top, there are filters for 'Pracownik', 'Grupa', 'Klient', 'Typ aktywn.', 'Autor', 'Status', and 'Kampania'. Below these are several calendar views for different months (e.g., grudzień 2004, styczeń 2005, luty 2005). The main part of the screen displays a table titled 'Lista aktywności za okres od 1.01.2005 do 28.03.2005.' with columns: Lp. (Lp.), Id., Autor, Pracownik, Klient, Osoba, Typ, Notatki, Zasoby, Data, Czas, Status, Protok., Dot., Dok., and Obieg. The table contains 17 rows of activity records.

Lp.	Id.	Autor	Pracownik	Klient	Osoba	Typ	Notatki	Zasoby	Data	Czas	Status	Protok.	Dot.	Dok.	Obieg
1	496	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	"A+M" Andrzej Brylak	--	Wizyta u klienta	brak	brak	14.03.2005, 09:00	2g	wykon	--	--	--	--
2	498	Kowalik T.	Szoka Piotr	"S.mel" Sp. z o.o.	Kowalik Jan	prezentacja	1.Licencj...	brak	14.03.2005, 10:00	2g	wprow	--	--	--	--
3	493	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	"A PLUS W" Sp. z o.o.	Nowak Maria	telefon	1.Listak...	brak	15.03.2005, 08:20	10m	wykon	--	--	--	--
4	491	Kowalik T.	Maruz Szabolcs	4 WOU - SIGAL Sp. z o.o.	Goldyn-Skórka Katarzyna	Oferta	1.Opracow...	brak	15.03.2005, 09:00	1g	wykon	Nowy ISOF	--	Text	--
5	495	Kowalik T.	Petek Robert	AB Agencja Celna s.c.	--	Aktywnosc-nowa	1.Umowa...	brak	15.03.2005, 09:25	10m	wykon	--	--	--	--
6	492	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	A.K.O. Sp. z o.o.	--	spotkanie	1.Umowa...	brak	15.03.2005, 15:15	1g	wykon	--	--	POBET - opis	--
7	490	Kowalik T.	Petek Robert	A.U.F.K.	--	prezentacja	brak	brak	16.03.2005, 10:15	2g	potwi	Nowy ISOF	--	--	--
8	494	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	A.R. im. Augusta Cieszkowskiego	--	telefon	1.Sprawoz...	brak	16.03.2005, 11:30	--	wykon	--	--	dokumentacja reklamowa	--
9	497	Kowalik T.	Witkowski Adam	2 SUNS Biuro Doradzo-Handlowe	Niedzwiedk Krzysztof	Przejazd do wystawia	brak	brak	16.03.2005, 11:25	--	wykon	--	--	--	--
10	499	Kowalik T.	Petek Robert	ABEL S.C. AKAMIENTYK & WYSTOJA	--	telefon	1.Listak...	brak	17.03.2005, 10:00	10m	wprow	--	--	--	--
11	500	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	ABB Industrial Components Sp. z o.o.	Strawins Krzysztof	spotkanie	brak	brak	17.03.2005, 10:30	1g	wprow	--	--	--	--
12	506	Kowalik T.	Szoka Piotr	2 SUNS Biuro Doradzo-Handlowe	--	telefon	brak	brak	17.03.2005, 11:35	15m	wprow	--	--	--	--
13	503	Kowalik T.	Witkowski Adam	ACT Polska Sp. z o.o.	--	Oferta	brak	brak	18.03.2005, 07:30	5g	wprow	--	--	--	--
14	502	Kowalik T.	Sosnowski Marcin	ACME Sp. z o.o.	--	spotkanie	brak	brak	18.03.2005, 08:30	14 3g	potwi	--	--	--	--
15	504	Kowalik T.	Petek Robert	Abrys Sp. z o.o.	Paszenicha Dorota	telefon	brak	brak	18.03.2005, 10:30	10m	wprow	--	--	--	--
16	501	Kowalik T.	Maruz Szabolcs	ABRA-MARME Polska Sp. z o.o.	--	telefon	brak	brak	18.03.2005, 11:30	--	wprow	--	--	--	--
17	505	Kowalik T.	Szoka Piotr	"A PLUS W" Sp. z o.o.	Nowak Maria	Wizyta u klienta	brak	brak	18.03.2005, 15:35	1g	potwi	--	--	--	--

CRM operacyjny umożliwia rejestrację i analizę wszystkich zdarzeń z klientami. Dzięki temu zapewnić można odpowiednią organizację procesów obsługi klientów, a także pełny zapis historii w zdarzeń od początkowych działań marketingowych do zawarcia kontraktu. Zapewnia także możliwość świadomego planowania późniejszej obsługi posprzedażnej klientów z uwzględnieniem dalszego rozwoju współpracy.

Funkcjonalność

CRM operacyjny obejmuje następujące funkcje:

- zarządzanie kontaktami z klientami i obsługa towarzyszącej tym zdarzeniom dokumentacji,
- gromadzenie, analizę i raportowanie wynikających ze zdarzeń z klientami danych w różnych przekrojach,
- planowanie i egzekwowanie procesów obsługi klientów zgodnie ze strategią firmy określoną w CRM marketingowym i DMS (w oparciu o przepływ pracy),
- planowanie działań i prac pracowników w postaci wygodnych i czytelnych zestawień:

listy, kalendarze dzienne, tygodniowe, miesięczne,

- zarządzanie kampaniami, na które składają się przedsięwzięcia i projekty w firmie, oraz analizy ich efektywności w oparciu o powiązania z zarejestrowanymi zdarzeniami,
- ścisła współpraca z modułem DMS, wykorzystanie zaawansowanych narzędzi pracy z różnego rodzaju dokumentami oraz wspomagających organizację pracy zgodnie z ustalonymi w firmie procedurami,
- obsługa Call Center wraz z nawiązywaniem i odbieraniem połączeń telefonicznych,
- wspieranie pracy telemarketera poprzez automatyczne dostarczanie mu szerokiego zakresu informacji przed i podczas rozmowy z klientem,
- gromadzenie danych o kontrahentach, wraz z odpowiednią organizacją tych danych w różnych przekrojach tematycznych: raporty poprawności i kompletności danych kontrahentów, grupowanie i segmentacja kontrahentów, podgląd danych w podziale na dane teleadresowe, finansowe, dane CRM, dane DMS (historia klienta),
- tworzenie bazy wiedzy zawierającej sprecyzowaną historię działań, w tym korespondencja pocztowa, delegacje, telefony, wysyłka folderów, ofert,
- zarządzanie projektami prowadzonymi z danym klientem w ramach odpowiednich działów firmy,
- informowanie o bieżącym etapie obsługi klienta,

- **Aktywności, kampanie, kalendarze**

Najważniejszym zadaniem CRM operacyjnego jest gromadzenie a następnie analiza różnego rodzaju zdarzeń z klientami, które w systemie ISOF nazwane zostały aktywnościami. Aktywności dotyczą zarówno kontaktów z klientami, jak również szeroko pojętych działań handlowych jak i marketingowych. Rozbudowany zakres różnego rodzaju danych, które można zarejestrować umożliwia zapis wielu nieformalnych informacji, a powiązania z innymi modułami przyspieszają i usprawniają pracę różnym działom firmy.

The screenshot displays the CRM system interface in a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar shows the URL: http://www.nauka.demo.isof.pl/isof/isof_top.hdb. The interface includes a navigation menu, a search bar, and various filters for data selection. Below the filters, there are three calendar views for July 2005, March 2005, and December 2005. The main part of the screen shows a 'Tygodniowy raport aktywności od: 2005-03-16 do: 2005-03-22' (Weekly activity report from 2005-03-16 to 2005-03-22). This report is presented as a grid with columns for days of the week (środa, czwartek, piątek, sobota, niedziela, poniedziałek, wtorek) and rows for hours (00:00 to 23:00). The grid contains various activity entries such as 'Oferta', 'spotkanie', 'telefon', 'prezentacja', and '3 aktywności...'. On the right side of the interface, there is a sidebar with buttons for 'Nowa', 'Edycja', 'Dodaj dokument', 'Odłącz dokument', 'Utwórz w DMS', 'Do obiegu klienta', 'Usuń', 'Podgląd', 'Wstaw Log HeuPim', 'DMS', 'Zasoby', 'Dane formularzy', 'Eksport vCard', and '< Powrót'.

Działania wykonywane w ramach kampanii rejestrowane są w systemie jako

aktywności klienta prowadzone przez pracowników firmy. Skojarzenie aktywności zarejestrowanej w module Aktywności z kampanią zarejestrowaną w module CRM, wskaże kierunek i zakres pracy wykonywanych w firmie. W module Aktywności można zarejestrować dowolne zdarzenie z klientem, np. spotkanie, rozmowa telefoniczna, prezentacja itd. Dzięki określeniu osoby kontaktowej, pracownika, wskazaniu statusu, krótkiej notatce tekstowej, powiązanych aktywności tworzących konsekwentny ciąg zdarzeń, dysponujemy pełną wiedzą dotyczącą tych zdarzeń. Bardzo rozbudowany filtr umożliwi proste i szybkie wyświetlenie aktywności wg żądanego kryterium: pracownika, klienta, typu aktywności, autora, statusu, kampanii, regionu. Raporty mogą być prezentowane w różnych formach: lista zdarzeń, plan działań, kalendarz dzienny, tygodniowy, miesięczny.

- *Zarządzanie zasobami*

Możliwe jest również zarządzanie tzw. zasobami przy planowaniu działań. Zasoby stanowią urządzenia lub pomieszczenia wykorzystywane wspólnie przez grupę pracowników podczas pracy. Dla każdej aktywności możliwe jest określenie potrzebnych zasobów do jej wykonania, oraz zarezerwowanie ich na określoną datę i godzinę. Pozwala to na uniknięcie zbędnych nieporozumień wynikających często z natłoku zdarzeń.

- *Współpraca z modulem DMS*

Do każdej aktywności można dołączyć dowolny dokument zarejestrowany w DMS, lub dokument z dysku z jednoczesnym zarejestrowaniem w DMS. Wszystkie dokumenty mogą być czytane z poziomu aktywności dając pełny obraz zdarzenia. Ponadto zdarzenia mogą być konsekwencją pewnego ściśle określonego scenariusza działań, oraz w zależności od zaistniałej sytuacji wpływać na zmianę procesu obsługi klienta. W systemie ISOF znajdują się przykładowe, typowe scenariusze działań (cykle sprzedaży), ale w prosty sposób można je modyfikować lub tworzyć własne, dostosowane do specyfiki firmy.

- *Kontrahenci*

Moduł CRM wyposażony jest w funkcję zarządzania informacjami o kontrahentach. Funkcja umożliwia wprowadzanie danych, ich modyfikację, zaawansowane wyszukiwanie danych, przeglądanie informacji.

W systemie ISOF przechowywane są bardzo różnorodne dane o kontrahentach, podstawowe dane teleadresowe, dane o osobach kontaktowych, profil, branża, kategoria firmy, rodzaj klienta, limity płatności, limity kredytowe, dokumenty powiązane z klientem, rachunki bankowe i wiele innych. Można przechowywać również różnego rodzaju notatki, określić poziom zadowolenia, a także informacje związane z limitami logistycznymi czy warunkami dostaw. Liczne słowniki wykorzystywane w danych kontrahentów mogą być definiowane przez użytkowników systemu i dostosowane do specyfiki firmy.

Moduł zawiera liczne narzędzia umożliwiające zarządzanie bazą kontrahentów. Dostępne są funkcje pozwalające na segmentację klientów wg różnych kryteriów opisujących ich specyfikę czy profil. Ponadto możliwe jest również tworzenie grup osób kontaktowych kontrahentów, które mogą być następnie wykorzystywane w różnego rodzaju akcjach reklamowych, korespondencji, mailingach. Pomocna może być również funkcja do drukowania naklejek adresowych.

Lp	Nazwa	Kod	NIP	NIP UE	Adres	Położenie geograficzne	Status	Branża	Typ	Rodzaj	Obrót w roku 2005	Obr.
1	1ST Grzegorz Sp. z o.o.	000001915	532-2835127		Poznań, Herbowa 31		obcy		DK	dekalny	0,00	
2	SUNIS Biuro Doradztwa-Handlowe	972049339	972-040-93-28		61-424 Poznań, os. Kosmonautów 4/150		obcy		K	dekalny	0,00	
3	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	777257737	777-25-77-737		62-081 Proszkowo, Rzemielnicza 87 Baranowo		obcy		K	dekalny	0,00	
4	"S.net" Sp. z o.o.	5.NET	526-24-56-726		00-560 Warszawa, Mokotowska 35		obcy	Aluminium - konstrukcje	DK	dekalny	0,00	1
5	AB	2			Poznań, Kościelna		obcy		D	dekalny	0,00	1 0
6	AB Agencja Celna s.c.	7821017465	782-10-17-465		61-059 Poznań, Leśna 10		obcy	Aluminium - konstrukcje	DK	dekalny	0,00	
7	AB Architektura Budownictwo s.c.	7790017196	779-00-17-196		60-143 Poznań, Podchorążych 11b		obcy		K	dekalny	0,00	
8	AB Architektura Budownictwo Sp. z o.o.	7792096395	779-20-96-395		60-143 Poznań, Podchorążych 11b		obcy		K	dekalny	0,00	
9	ABB Industrial Components Sp. z o.o.	5260394789	526-030-44-78		03-238 Warszawa, Marywilska 22		obcy		K	dekalny	0,00	
10	ABC Agencja Reklamowo-Wydawnicza	333333	779-15-21-873		Poznań, test		obcy		K	dekalny	0,00	
11	abc Formy Siedzenia Sp. z o.o.	7770013835	777-00-13-835		62-020 Swarzędz, Słowackiego 47		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
12	ABC S.C.	0000002274			Lublin, Al. Spółdzielczości Pracy 47		obcy		K	dekalny	0,00	
13	"ABE" Biuro Rachunkowe S.C.	7792112591	779-21-12-591		60-254 Poznań, Szymborska 9/11 m.13		obcy		K	dekalny	0,00	
14	ABEL S.C. A. KAMIENIK B. WYSOTA	8270007105	827-000-71-05		98-277 Brzegówiec, Brzegowiec 93		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
15	ABE S.C. BIURO RACHUNKOWE	0000002547			60-122 Poznań, Starogda 36 A		obcy	Aluminium - konstrukcje	DK	dekalny	0,00	
16	ABI Sp. z o.o.	7791999296	779-19-99-296		60-254 Poznań, Szymborska 9/11A		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
17	ABK MARKETING	7822016686	782-201-66-86		61-064 Poznań, os. Przemysłowa 128/8		obcy		K	dekalny	0,00	
18	ABM Usług Biurowe Agnieszka Gacki	7811192416	781-11-92-416		60-447 Poznań, Czechowska 8		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
19	ABRA-MARMI Polska Sp.z o.o.	7811399439	783-13-99-439		61-415 Poznań, Sempolowskiej 18		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
20	Abrys Sp. z o.o.	7810026289	781-00-23-628		60-808 Poznań, Zeylanda 6		obcy		K	dekalny	0,00	
21	AB S.A.	8951628481	895-16-28-481		51-415 Wrocław, Koszaryska 32		obcy		D	dekalny	0,00	
22	ABSOLUT S.C. oddział Poznań	5270168016	527-016-08-16		61-463 Poznań, Żwanka 3/0		obcy	Aluminium - konstrukcje	DK	dekalny	0,00	
23	abs				Poznań		potencjalny			dekalny	0,00	
24	ACCO POLSKA Sp.z o.o./BP	ACCO	521-26-94-665		05-090 Raszyn, Róży 11 Falenty Nowe		obcy	Aluminium - konstrukcje	K	dekalny	0,00	
25	ACCO POLSKA Sp.z o.o./BP	ACCO	521-26-94-665		05-090 Raszyn, Róży 11 Falenty Nowe		obcy		K	dekalny	0,00	

Dostępna jest również funkcjonalność importowania danych o klientach, pozwalająca pobierać dane z zewnętrznych źródeł danych, takich jak baza danych programu MS Outlook lub MS Outlook Express. Dane mogą być również importowane z plików o ustalonym formacie CSV.

● Oferty

Funkcja zarządzania ofertami pozwala na przygotowywanie ofert a następnie generowanie zamówień na ich podstawie. Obejmuje funkcje tworzenia ofert, ich edycji, akceptacji ofert oraz generowania zamówień.

Tworzenie i edycja ofert odbywają się przy użyciu odpowiednio zaprojektowanego formularza, którego pola, dzięki mechanizmowi podpowiedzi, mogą być szybko i bezbłędnie wypełniane odpowiednimi wartościami.

Mechanizm akceptacji oferty pozwala oznaczyć te z ofert, które zostały sprawdzone i zaakceptowane przez osoby odpowiedzialne oraz zablokowanie takich ofert dla edycji.

Zintegrowana funkcja generowania zamówień pozwala wykorzystać przygotowane wcześniej oferty do automatycznego wygenerowania odpowiednich zamówień.

W skład oferty mogą wchodzić również dodatkowe dokumenty zapisane w DMS. Całość stanowi komplet dokumentów powiązanych. Możliwe jest również wysyłanie tych dokumentów pocztą elektroniczną wprost z aplikacji.

Zalety

CRM operacyjny wykazuje zalety, dzięki którym firma jest w stanie lepiej zarządzać napływającymi informacjami o kontrahentach przyczyniając się do usprawnienia kontaktów z nimi.

● Bogata funkcjonalność

Dostarcza wiele funkcji pozwalających na zarządzanie relacjami z klientami, przechowywanie, analizę i raportowanie różnego rodzaju zdarzeń z klientami, realizację działań usprawniających proces zarządzania pracą z klientami, planowanie i weryfikację działań pracowników odpowiedzialnych za współpracę z klientami.

● Integracja z DMS

Jest zintegrowana z modulem DMS dzięki czemu możliwa jest obsługa aktywności w ramach zdefiniowanych obiegów DMS (zmiany stanu obiegów) oraz zapis, odczyt dokumentów podczas pracy z Aktywnościami.

- **Gromadzenie danych o klientach**
Przygotowuje bazę danych, która może zostać wykorzystana następnie przez funkcje analitycznego CRM do analiz dostarczających w rezultacie informacji mogących przyczynić się do poprawienia i usprawnienia kontaktów z klientami.
- **Wspomaganie pracy procesowej**
Posiada wiele możliwości pozwalających na zorganizowanie pracy w postaci procesów zgodnych z polityką firmy oraz różnego rodzaju możliwości weryfikacji efektów tej pracy. Łatwy mechanizm tworzenia procesów pozwala na dostosowanie się do potrzeb każdej firmy.
- **Call Center i telemarketing**
Zawiera mechanizmy Call Center wraz z podstawową obsługą w zakresie odbierania i nawiązywania połączeń telefonicznych, z wykorzystaniem danych zgromadzonych w systemie ISOF. Oferuje usprawnienia takie, jak automatyczne nawiązywanie rozmowy, wyświetlanie informacji o kontrahencie przed podniesieniem słuchawki oraz szybki dostęp do najważniejszych danych o kontrahentach podczas bezpośredniej rozmowy.

Korzyści

- Lepsza obsługa klienta.
- Szybsza reakcja na potrzeby klienta.
- Szybkie przygotowanie odpowiedzi dla klienta.
- Łatwy dostęp do pełnej historii wszystkich działań oraz zmian w obsłudze klienta.
- Sprawne i kompleksowe organizowanie pracy dla personelu zajmującego się obsługą klienta.
- Ukierunkowanie obsługi klienta dzięki integracji z modułem DMS i obiegiem.
- Łatwa ocena pracy osób zajmujących się obsługą klientów.
- Ocena skuteczności działów obsługi klienta.
- Łatwy dostęp do dokumentów dzięki integracji z DMS.
- Bogate możliwości sprawozdawcze.

CRM analityczny

Charakterystyka ogólna

CRM analityczny jest rodzajem CRM zorientowanym na analizę danych zgromadzonych przez inne systemy funkcjonujące w przedsiębiorstwie (systemy sprzedaży, zakupów, logistyki). Pozwala identyfikować preferencje i zachowania klientów, tendencje kształtowania się sprzedaży w różnych okresach czasowych, grupach kontrahentów, towarów, czy dla poszczególnych pracowników, na bieżąco analizować najlepiej sprzedające się towary, najlepszych klientów, pracowników. Umożliwia zatem odpowiednie kształtowanie oferty, badanie dobrych i słabych elementów w celu zwiększenia zysków oraz minimalizacji kosztów.

Funkcjonalność

CRM analityczny realizuje następujące funkcje:

- przeglądanie bazy marketingowej klientów,
- analizy skuteczności działań marketingowo-handlowych oraz sprzedaży,
- analizy efektywności stron WWW,
- analizy pozycjonowania stron WWW,
- pozyskiwanie informacji o wizytach na stronach WWW.

- **Przeglądanie bazy klientów**
CRM analityczny będący częścią ISOF, zawiera specjalizowaną funkcję przeznaczoną do dostarczania informacji na podstawie zgromadzonych wcześniej danych. Po wybraniu odpowiedniego klienta oraz zakresu dat osoba korzystająca z funkcji uzyskuje pełen zestaw informacji o danym kliencie w różnych przekrojach: danych teleadresowych,

finansowych, danych CRM (aktywności) oraz DMS (dokumenty i obiegi kontrahenta).

Baza marketingowa.Historia klienta [Użytkownik: Kowalik Tatiana1] - Microsoft Internet Explorer

Adres: http://www.nauka.demo.isof.pl/isof/isof_top.hdb

Dane ekonomiczno-finansowe kontrahenta: A-H Alicja Snuszka
 Data wygenerowania: 2005-03-17 12:36:25
 Użytkownik: Kowalik Tatiana1 [admin]

Faktury: Brak Faktur kontrahenta za okres od 2005-03-01 do 2005-03-31.

Obroty za okres od 2005-03-01 do 2005-03-31

Całkowity obrót z klientem	831 029.78 zł	1 009 824.40 zł
-----------------------------------	----------------------	------------------------

Sprzedaż

Lp.	Typ faktury	Obroty netto	Obroty brutto
1.	Faktura sprzedaży [FS]	0.00 zł	0.00 zł
2.	Korekta faktury sprzedaży [KF]	0.00 zł	0.00 zł
3.	Paragon [P]	0.00 zł	0.00 zł
4.	Faktura eksportowa UE [FEU]	0.00 zł	0.00 zł
5.	Faktura eksportowa poza UE [FE]	0.00 zł	0.00 zł
6.	Faktura sprzedaży zaliczkowa [FSZ]	0.00 zł	0.00 zł
Razem		0.00 zł	0.00 zł

Zakup

Lp.	Typ faktury	Obroty netto	Obroty brutto
1.	Faktura zakupowa [FZ]	0.00 zł	0.00 zł
2.	Faktura zakupowa importowa [FZI]	0.00 zł	0.00 zł
3.	Faktura kosztowa [FZK]	0.00 zł	0.00 zł
4.	Faktura zakupowa PRO FORMA [FZ-PF]	0.00 zł	0.00 zł
5.	Faktura kosztowa punktu [FZPKT]	0.00 zł	0.00 zł
6.	Faktura zakupowa (test pku) [FZPKLU]	0.00 zł	0.00 zł

Baza marketingowa

Firma: **A-H Alicja Snuszka**

Okres: od: 2005-03-01 do: 2005-03-31

Kontakt | Finanse | CRM | DMS

Dane finansowo-ekonomiczne

- Faktury
- Obroty
- Obsługa transakcji
- Rozrachunki
- Wznowiana do zapłaty

Wszystko | Wyczyść | Pokaż | Drukuj | Powrót

Możliwość wykorzystania funkcji w innych modułach zwłaszcza podczas sprzedaży, czy w ramach Call Center, w szybki sposób pokazuje z jakim klientem współpracuje firma i pozwala dostosować się do jego potrzeb.

- **Analizy dla zarządu**

Zaawansowana funkcja analizowania sprzedaży dostarcza informacji w wielu przekrojach z dowolnego okresu czasu, dla dowolnych kontrahentów i ich grup.

CRM - Analizy sprzedaży [Użytkownik: Kowalik Tatiana1] - Microsoft Internet Explorer

Adres: http://www.nauka.demo.isof.pl/isof/isof_top.hdb

Typ raportu: obroty towarami
 Zakres dat: Data od: 2005-02-15 Data do: 2005-03-17
 Klient: Wszystkie
 Grupa towarowa: nie wybrano
 Pracownik handlowy: wszystkie
 Jednostka organizacyjna: wszystkie
 Liczba okresów: []
 Szybki wybór: ostatnie 30 dni
 korekty wg daty wyst. Cena zakupowa Adres dla Excel Wykonaj Pomoc Powrót

Analiza sprzedaży wybranych towarów w okresie od: 2005-02-15 do 2005-03-17

Przedstawiciel handlowy: wszyscy

Lp.	Kod towaru	Nazwa towaru	Obrót netto	Koszt	Zysk	Marża %	Narzut %
1	ACC-NEW	ACCO NEW	138,64	96,00	42,64	30,76	44,42
2	AK-TEST-X2	Aktówka testowa X2	88,00	0,00	88,00	100,00	100,00
3	3613.201;N	Aktówka BANTEK Casual A4 brąz	-85,00	0,00	-85,00	100,00	100,00
4	3617.201;N	Aktówka BANTEK NOBLE 6442 czarna	1 170,00	0,00	1 170,00	100,00	100,00
5	3617.201;N	Aktówka BANTEK NOBLE 6442 czarna	3 079,80	239,80	2 840,00	92,21	1 184,32
6	9147	Akumulator GP T107	18 480,00	7 380,00	11 100,00	60,06	150,41
7	9147	Akumulator GP T107	1 056,00	960,00	96,00	9,09	10,00
8	1126.099	Album DURALOOK 10 kieszeni 2421	216,90	216,90	0,00	0,00	0,00
9	1127.099	Album DURALOOK 20 kieszeni 2422	135,60	180,00	-44,40	-32,74	-24,67
10	8604	Antyrama A4+(280X350)	737,40	510,00	227,40	30,84	44,59
11	4374.052	Aparat fotograficzny Quasar BF-2K srebrn	1 051,56	0,00	1 051,56	100,00	100,00
12	4373.052	Aparat fotograficzny Quasar BF-2K szary	525,78	0,00	525,78	100,00	100,00
13	1637.120	Archiwizator Boxy 2 ESSELTE 49322	148,50	102,30	46,20	31,11	45,16
14	1444.104;N	Archiwum domowe Resta	2 887,80	121,00	2 766,80	95,81	2 286,61
15	666	Atrament APPLE M 8041 GC	7 200,00	0,00	7 200,00	100,00	100,00
16	0005.008	Atrament CANON BC-01/B3 10E	3 582,00	2 735,28	846,72	23,64	30,96
17	4027.008	Atrament CANON BC-01 BP	1 385,79	0,00	1 385,79	100,00	100,00
18	4045.008	Atrament CANON BC-01 PELIKAN	885,00	0,00	885,00	100,00	100,00
19	0006.008	Atrament CANON BC-02 B3-2000	7 264,00	4 774,62	2 489,38	34,27	52,14
20	0007.008	Atrament CANON BC-05 kolor	7 295,40	3 617,17	3 678,23	50,42	101,69
21	4046.008	Atrament CANON BC-05 KOLOR PELIKAN	1 320,00	0,00	1 320,00	100,00	100,00
Razem			58 563,17	20 933,07	37 630,10	64,26	179,76

Nie poprzestaje przy tym tylko na gromadzeniu i udostępnianiu danych o klientach, ale zapewnia także analizę kosztów i wyników kampanii zarówno w ramach utrzymania stałych klientów jak i pozyskiwania nowych.

Zakres przygotowanych zestawień, oraz możliwość wyszukiwania danych wg różnych kryteriów pozwala na wnikliwą analizę danych. Dostępne są m.in. zestawienia sprzedaży i zakupów, zestawienia dotyczące obrotów grup i przedstawicieli handlowych, obroty towarami, obroty dla usług, asortyment zakupiony przez klientów, zestawienie zamówionych towarów, uzyskiwane marże.

Zaawansowany filtr umożliwia wyszukiwanie i filtrowanie danych, oraz grupowanie tych danych w zdefiniowanych przez użytkownika okresach, wg grup kontrahentów, grup towarów, czy jednostek organizacyjnych firmy. Dane można również eksportować do arkusza kalkulacyjnego.

- **Centrum dowodzenia**

CRM analityczny stanowi centrum informowania i analiz dla kadry kierowniczej, oraz wszystkich uprawnionych do pozyskiwania takich informacji pracowników i umożliwia analizę bieżącej sytuacji firmy w różnych przekrojach, oraz podejmowanie decyzji co do dalszych kierunków pracy i rozwoju.

Ponadto wszystkie najważniejsze zestawienia i raporty z całego systemu są zebrane w postaci jednej funkcji, tzw. Centrum Dowodzenia. Znaleźć tam można m.in. zestawienia sprzedaży i zakupów, raporty magazynowe, najważniejsze raporty FK oraz kadrowo-płacowe, a także analizy rotacji, należności i zobowiązania.

Statystyki stron WWW

- **Śledzenie odwiedzin**

System ISOF posiada możliwości analizy i badania efektywności istniejących stron internetowych firmy. Mechanizmy te pozwalają przede wszystkim śledzić sposób wykorzystania zawartości witryny, co pozwala na prowadzenie analiz na podstawie których można optymalizować treść przedstawianą na stronach internetowych.

ISOF gromadzi szczegółowe informacje o sposobie przeglądania firmowych witryn przez gości, zachowując czas pobrania strony, nazwę pobieranej strony a także adres wizytującego gościa. Ilość obserwowanych witryn własnych jest dowolna - można dowolnie dodawać serwery czy też grupy śledzonych plików HTML. Integracja z modułem CRM operacyjnym pozwala na sprawdzanie dotychczasowych działań z klientem i zaplanowanie nowych.

IP	Strona	Opis	URL	M1	M2	M3	M4	M5	M6
25 80.55.111.51	th51.internetdsl.tpnet.pl	TECHNICZNO EKONOMICZNYCH Myslenice		1	3	0	0	1	1
26 80.55.245.158	yt158.internetdsl.tpnet.pl	ZEC Infoservice sp. z o.o.	www.zec-service.com.pl	1	5	1	35	2	3
27 213.76.162.252	glwicksi.necik.pl	Zarząd Budynków Mieszkaniach II Towarzystwo Budownictwa Społecznego Sp. z o.o. w Gliwicach	http://www.necik.pl	1	3	2	12	8	3
28 212.160.133.35	mail.zchpolice.com	Zakłady Chemiczne Police S.A.	http://www.zchpolice.com	1	1	3	10	13	9
29 195.205.166.66	3285034562	Zakład Energetyczny S.A., Olstyn	www.zeo.olszyn.pl	1	3	0	0	2	1
30 213.25.164.203		Zakład Energetyczny Opole S.A., Jileń		1	1	2	6	3	1
31 217.153.51.99		Wavin Metalplast-Buk Sp. z o.o.		1	2	0	0	0	0
32 217.79.151.130		WaveNet sp. z o.o.	www.w-n.pl	1	5	0	0	0	0
33 217.76.112.5	w3cache.vline.pl	Virtual Line Network	http://www.vline.pl	1	28	3	15	6	2
34 213.146.48.195	varico.bydgd.pdi.net	PD(customer >)/30 Networks; POLAND	www.varico.com	7	0	2	3	10	21
35 195.136.109.130		Urząd m. st. Warszawy dla Dzielnicy Wesoła	http://www.wesoła.waw.pl	1	3	0	0	0	0

Moduł posiada możliwość śledzenia zainteresowania klientów poszczególnymi witrynami czy danymi w nich zawartymi, co stanowić może wydajne źródło pozyskiwania informacji o klientach, ich preferencjach oraz zainteresowaniach.

Ponadto moduł pozwala na analizę jakości stron internetowych, dając możliwość jej późniejszego wykorzystania przy planowaniu akcji reklamowych i promocyjnych. Pozwala na odpowiednie kreowanie wizerunku firmy w internecie.

- **Analiza statystyk**

ISOF pozwala przygotować różnorodne raporty będące szczegółową charakterystyką odwiedzin. Statystyki mogą być wykonywane w przekroju dziennym lub godzinnym i przedstawiać mogą adresy gości odwiedzających witrynę lub nazwy pobieranych plików.

Specjalna funkcja obserwowania wybranego adresu odwiedzającego witrynę firmy, pozwala przygotować szczegółową charakterystykę odwiedzin dokonanych przez wybranego gościa. Dzięki temu Firma uzyskuje cenną informację o zainteresowaniu, jakie wykazuje: kontrahent, potencjalny klient lub konkurent.

- **Integracja z CRM i DMS**

Statystyki WWW są zintegrowane z modulem CRM, co pozwala na automatyczne rozpoznawanie firm już zarejestrowanych w bazie ISOF, sprawdzanie dotychczasowych działań prowadzonych z firmą oraz planowanie nowych. Obsługa klientów możliwa jest w ramach obiegu DMS.

Lp	Adres IP	Adres DNS	Rozpoznanie Whois::RIPE	Kontrahent	Adres WWW	Aktualny okres					
						Ilość wyciwy	Ilość wyciwy	Ilość wyciwy	Ilość wyciwy	Ilość wyciwy	Ilość wyciwy
1		*toya.net.pl				5	36	0	0	0	1
2		*.acn.waw.pl				8	67	2	13	7	10
3		*.ineta.pl				9	10	1	0	1	1
4		*.e-wro.net.pl				1	6	1	2	1	1
5		*.mm.pl				11	40	14	59	22	9
6		*.euronet.net.pl				1	3	0	0	0	1
7		*.googlebot.com				1	0	20	26	51	6
8		*.telia.com				1	2	0	0	0	1
9		66.249.64.*				3	2	44	44	114	11
10		*.telpol.net.pl				2	18	18	78	60	28
11		*.dialog.net.pl				9	94	2	230	3	23
12		*.tkb.net.pl				1	3	0	0	1	1
13		*.inktomisearch.com				61	41	71	69	179	18
14		*.tke.pl				1	2	1	3	4	1
15		*.aster.pl				6	27	9	30	27	11
16		*.cvx.ppp.tpnet.pl				21	99	0	0	1	1

Zalety

CRM analityczny wykazuje zalety, dzięki którym firma jest w stanie efektywniej wykorzystywać zgromadzone informacje o swoich klientach. W ten sposób CRM przyczynić się może do zwiększenia sprzedaży i osiągania większych zysków przy niższych kosztach.

- **Wykorzystanie danych**

CRM analityczny umożliwia efektywne wykorzystanie danych o klientach znajdujących się w posiadaniu firmy.

- **Dostarczanie raportów analitycznych**

CRM analityczny na podstawie posiadanych danych jest w stanie wygenerować raporty, ukazując zgromadzone dane w różnych przekrojach i usprawniając proces zarządzania.

Funkcje zarządzania zawartością witryny WWW wykazują zalety, dzięki którym osoby zarządzające witryną oraz administratorzy uzyskują cenny zestaw informacji

- Duży zakres danych dostarczanych przez strony WWW
- Obszerne raporty

pozwalających optymalizować zawartość tych witryn. Funkcja śledzenia odwiedzin gromadzi bardzo szczegółowe dane charakteryzujące sposób wykorzystania zawartości witryny przez gości. Gromadzone są informacje nie tylko o czasie i nazwie pobieranej strony ale również o odwiedzających.

ISOF jest w stanie przygotować obszerne i szczegółowe raporty dostarczające osobom zarządzającym witryną oraz kierownictwu cennych informacji na temat wykorzystania zawartości własnych witryn internetowych.

Korzyści

- Dokładne informacje dotyczące sprzedaży, w tym wielkość, obrotów, zysków, marży.
- Możliwość szybkiego analizowania zmian wynikających z wielkości sprzedaży w różnych okresach.
- Możliwość dokładnego sprawdzenia, które towary przynoszą największe i najmniejsze obroty,.
- Możliwość sprawdzenia, jacy kontrahenci generują największe i najmniejsze obroty.
- Możliwość sprawdzenia, jaki udział w obrotach mają poszczególni pracownicy.
- Śledzenie zainteresowania klientów oraz konkurencji stronami WWW czyli oferowanymi produktami i usługami.
- Tanie źródło pozyskania nowych klientów odwiedzających strony WWW.
- Łatwy sposób obsługi pozyskanego klienta dzięki integracji statystyk stron WWW z modułem CRM.

CRM marketingowy

Charakterystyka ogólna

CRM marketingowy jest rodzajem CRM zorientowanym na budowanie różnego rodzaju mechanizmów opisujących charakter działań oraz kierunki rozwoju firmy. Dzięki definicji promocji wspomagana jest praca w dziale sprzedaży oraz telemarketingu, produkty oferowane są zgodnie z polityką firmy, a sprzedawcy są bardziej efektywni.

Możliwość definiowania kampanii pozwala na dokładne określenie podejmowanych w firmie nowych przedsięwzięć oraz skuteczną analizę ich efektywności. Dlatego też moduł ten ma ogromne znaczenie dla firm, które chcą kontrolować kierunki swoich działań oraz przyspieszyć i usprawnić pracę w działach, które przynoszą bezpośrednie dochody, czyli w działach związanych z oferowaniem i sprzedażą produktów.

Funkcjonalność

CRM marketingowy realizuje następujące funkcje:

- definiowanie struktury handlowej firmy wykorzystywanej następnie w CRM analitycznym,
- definiowanie i zarządzanie promocjami i bonusami, mającymi szerokie zastosowanie w sprzedaży i logistyce,
- definiowanie listy tzw. towarów skojarzonych w celu wspomaganie pracy telemarketerów,
- definiowanie kampanii, czyli różnego rodzaju projektów i przedsięwzięć w firmie, w celu zaplanowania odpowiednich działań i późniejszej weryfikacji ich skuteczności,
- obsługa mailingu elektronicznego,
- definiowanie i raportowanie formularzy, czyli ustandaryzowanych dokumentów wewnętrznych, formularze są obsługiwane w różnych modułach systemu ISOF.

- **Struktura handlowa firmy**

Funkcjonalność umożliwia zdefiniowanie struktury handlowej firmy w celu analizowania zakresu działalności oraz efektywności pracowników handlowych. Możliwe jest dokładne określenie grup pracowników, roli jaką pracownik odgrywa w grupie (przedstawiciel handlowy, telemarketer), oraz listy obsługiwanych przez pracowników a tym samym grupy klientów. Następnie w oparciu o zarejestrowane dokumenty sprzedaży sporządzane są dokładne analizy sprzedaży, które pokazują wielość dochodów generowanych przez poszczególnych pracowników czy zespołów. Pozwala to dokładnie śledzić osiągnięcia pracowników, oraz rozliczać ich z wykonanej pracy.

- **Promocje, bonusy, towary skojarzone**

System ISOF posiada narzędzia wspomagania pracy w dziale sprzedaży, logistyki i dla telemarketingu. Możliwość systemowego określenia promocji i bonusów pozwala na racjonalne budowanie różnego rodzaju programów promocyjnych i lojalnościowych, umożliwiających zwiększenie sprzedaży oraz przywiązanie klienta do firmy.

Kolejnym narzędziem bardzo potrzebnym w sprzedaży jest możliwość zdefiniowania tzw. towarów skojarzonych. Pracownicy oferując produkty klientom podczas bezpośredniego kontaktu mogą przedstawić pełniejszą ofertę, a znając klienta i jego potrzeby odpowiednio pokierować rozmowę. Dzięki temu produkty oferowane są zgodnie z polityką firmy, sprzedawcy są bardziej efektywni, a klienci są lepiej i szybciej obsłużeni. Firma jest postrzegana jako rzetelna posiadająca wykwalifikowanych i znających potrzeby klientów pracowników. Budowane w ten sposób relacje sprzyjają dalszej współpracy.

- **Kampanie**

Jako kampanię można zdefiniować dowolne przedsięwzięcie, projekt w firmie, w ramach którego wykonywane są pewne czynności. Określenie w kampanii produktów, usług, towarów a także terminu realizacji i adresatów (klientów), do których skierowana jest kampania, pozwalają na ścisłe zdefiniowanie głównych przedsięwzięć każdej firmy. Definicje kampanii mają charakter ogólny, dlatego mogą być nieocenionym narzędziem dla każdej firmy, niezależnie od branży. Dodatkowo możliwość wykorzystania kampanii w CRM operacyjnym, a także w sprzedaży i zakupach pozwala na dokładne zbadanie jakimi kosztami bezpośrednimi oraz operacyjnymi osiągane są dochody wynikające z projektu. Tak sprecyzowana wiedza pozwala na wyznaczanie właściwych kierunków działania i rozwoju firmy przy ciągle zmieniających się potrzebach klientów.

The screenshot displays the 'Podgląd kampanii PR/2004/0002' (Campaign Overview) in the ISOF CRM system. The interface is divided into several sections:

- Header:** 'Projekty [Użytkownik: Kowalik, Tatiana1] - Microsoft Internet Explorer' and the URL 'http://www.nauka.demo.isof.pl/isof/isof_top.htm'.
- Main Content Area:**
 - Podgląd kampanii PR/2004/0002:** A table with fields: Nazwa (Nowe wnętrza), Pełna nazwa (Wnętrze kuchenne), Umowa (UM/NW/2004), Data rozpoczęcia (2004-09-01), and Data zakończenia (nie zakończone).
 - Klienci w kampanii:** A list of 9 clients, including 'I-ST Grzegorzka Sp. z o.o.', '2 SUND Buro Doradczwo-Handlowe', '4 YOU - SIGAL Sp. z o.o.', 'S.net Sp. z o.o.', 'A & G/BP', 'A-H Akcja Spruzka', 'A.K.O. Sp. z o.o.', 'A.M.P. Andrzej Brylak', and 'A PLUS W Sp. z o.o.'.
 - Dokumenty kampanii:** 'brak podłączonych dokumentów'.
 - Formularze kampanii:** 'brak podłączonych formularzy'.
 - Produkty w kampanii:** 'brak zdefiniowanych produktów'.
 - Usługi w kampanii:** A table with columns: Lp., Nazwa, Symbol, Typ, and Cena. It lists one service: 'projekt wnętrza pokoju' with symbol 'PWP', type 'P', and price '230.00'.
- Right Sidebar (Kampanie):**
 - Filter: '2005'.
 - Date range: 'Data początku' (2005-01-01) to 'Data końca' (2005-12-31).
 - Status: 'dowolna'.
 - Contract: 'Kontrahent' and 'Usługa' fields.
 - Buttons: 'Nowa', 'Edycja', 'Klienci', 'Zakończenie', and '< Powrót'.

● Mailing

CRM zawiera funkcję automatycznego, seryjnego wysyłania wiadomości dla wielu klientów - tzw. mailing. Funkcja pozwala przygotowywać listy wiadomości, definiować treść wiadomości, edytować treść wiadomości, definiować grupy adresatów, w tym definiować adresatów tymczasowych. Listy adresatów mogą być budowane w oparciu o dane zebrane w module Kontrahenci. Tam definiować można grupy kontrahentów, oraz grupy osób kontaktowych zdefiniowanych dla kontrahentów, a następnie korzystać z tych grup w mailingu stosując je jako listy adresatów. Zaawansowane narzędzia pozwalają ponadto na weryfikację i uzupełnianie adresów mailowych oraz dodatkowy wybór pozycji z wcześniej przygotowanych list.

● Formularze

W systemie ISOF możliwe jest zdefiniowanie dokumentu o strukturze formularza oraz tabeli. Użytkownicy systemu mogą samodzielnie takie dokumenty utworzyć, określić zakres występujących w nim danych oraz ich formę. Pola umieszczane na dokumencie mogą być różnego typu (data, liczba, kwota, tekst, ale również kontrahent czy użytkownik systemu). Dokumenty te mogą być wykorzystywane w różnych modułach systemu ISOF. Pozwalają one na formalny zapis danych i informacji ważnych z punktu widzenia firmy. Formularze mogą być podłączane do różnych dokumentów lub obiektów w systemie, np. do kontrahentów, aktywności, faktur zakupu, sprzedaży.

http://www.nauka.demo.isof.pl - Raport danych rozszerzonych - Microsoft Internet Explorer

Pola obiektu: Data od 2005-04-20 do 2005-04-20, Użytkownik: dowolny, Kontrahent: dowolny, Typ: dowolny, Nazwa produktu: dowolny, cena produktu: dowolny, Ilość: dowolny, Planowana data zakupu od 2005-04-20 do 2005-04-20

Opcje: Moduł: CRM Aktywności, Formularz: Oferta

Pokaż Drukuj Zamknij

Raport danych rozszerzonych
formularz: Oferta, moduł: CRM Aktywności
data utworzenia: 2005-04-20, użytkownik: Kowalik Tatiana1

Lp	Data	Kontrahent	Użytkownik	Nazwa produktu	cena produktu	Ilość	Planowana data zakupu
1	2004-12-16	A.Kayser Automative Systems	Tatiana1 Kowalik	Zeszyty	2.50	100	2004-12-20
2	2004-12-16	A.Kayser Automative Systems	Tatiana1 Kowalik	torby paierowe	1.25	1200	2004-12-18
3	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Zeszyty A4 kratka	5.50	12	2005-04-15
4	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Blok techniczny A4	3.80	150	2005-04-15
5	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Blok techniczny A3	4.20	150	2005-04-15
6	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Długopis 234	2.20	250	2005-04-15
7	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Długopis 454	1.50	150	2005-04-15
8	2005-03-16	4 YOU - SIGAL Sp.z o.o.	Szadkowski Mariusz	Formularz zaświadczenia 100	0.60	500	2005-04-15
					21.55	2512	

Gotowe Internet

Integracja z FK

- Nr kampanii
- Fakturowanie
- CRM
- Kontrahenci

Zalety

CRM marketingowy wykazuje zalety dzięki którym firma jest może zwiększyć efektywność pracy z klientami, zwłaszcza w dziale sprzedaży i logistyki. W ten sposób CRM przyczynić się może do zwiększenia sprzedaży, poprawienia jakości pracy i osiągnięcia zadowolenia klientów z dobrej współpracy.

● System promocji

CRM marketingowy umożliwia definicję i efektywne wykorzystanie różnego rodzaju działań promocyjnych zwiększając konkurencyjność firmy w zakresie oferowanych produktów, oraz bezpośrednio wspomaganie pracy pracowników poprzez podpowiadanie odpowiednich informacji w trakcie pracy z klientami.

● Zarządzanie kampaniami

Wyznaczanie kierunków rozwoju firmy oraz badanie efektywności tych działań poprzez definiowanie podejmowanych projektów, które pozwalają na zebranie i usystematyzowanie wszelkich działań wpływających na rozwój i promocję firmy, oraz

badanie efektywności i kosztów.

- *Mailing elektroniczny*

Sprawne komunikowanie się z klientami i partnerami poprzez wbudowaną obsługę poczty elektronicznej, oraz mechanizmy umożliwiające przygotowanie i obsługę korespondencji seryjnej wykorzystywanej szeroko do informowania klientów o nowych promocjach, czy zdarzeniach mających wpływ na podniesienie prestiżu i konkurencyjności firmy.

Korzyści

- Lepsza organizacja pracy.
- Możliwość zdefiniowania i kierowania działaniami pracowników zgodnie ze strategią firmy.
- Podniesienie konkurencyjności firmy.
- Lepsze wykorzystanie akcji promocyjnych i marketingowych.
- Analizy wyników akcji marketingowych.
- Powiązanie z systemem FK – analiza kosztów.

CRM serwisowy

Charakterystyka ogólna

CRM serwisowy jest rodzajem CRM zorientowanym na obsługę posprzedażną klientów. Funkcjonalność pozwala na gromadzenie i obsługę zgłoszeń klientów, odpowiednią ich kwalifikację oraz dostosowanie późniejszych działań do ich charakteru. Dzięki temu proces obsługi klientów nie kończy się z chwilą sprzedaży, klienci mogą liczyć na dalszą sprawną i fachową obsługę, a firma ma możliwość dalszej współpracy z klientami i podnoszenia jakości oferowanych usług i produktów.

Funkcjonalność

CRM serwisowy realizuje następujące funkcje:

- rejestrację i obsługę zgłoszeń serwisowych lub nowych zleceń,
- definiowanie kalkulacji kosztów zarówno planowanych jak i rzeczywistych realizacji zgłoszenia,
- współpracę z portalem serwisowym umożliwiającym dostęp do wybranych danych i operacji klientom z Internetu.

- *System obsługi zgłoszeń klientów*

Celem modułu obsługi serwisu jest wspomaganie zarządzania danymi związanymi z procesem przyjmowania i obsługi zgłoszeń serwisowych.

Moduł obsługi serwisu udostępnia użytkownikom szereg funkcji za pomocą których może on gromadzić napływające zgłoszenia serwisowe, a następnie obsługiwać je, przechodząc przez kolejne fazy realizacji zgłoszenia. W szczególności moduł obsługi serwisu umożliwia realizację następujących funkcji: rejestrowanie zgłoszeń serwisowych, wyszukiwanie zgłoszeń serwisowych, obsługę zgłoszenia (rejestracja kolejnych etapów obsługi zgłoszenia), definiowanie opcji (definiowanie parametrów działania funkcji przyjmowania zgłoszenia). Ponadto możliwość kształtowania przez użytkownika formularza zgłoszenia jak i procesu dalszej obsługi, czyni moduł bardzo elastycznym, pozwalając na dostosowanie go do specyfiki firmy.

Numer	Data zgłoszenia	Nazwa	Klient	Zgłaszający	Stan zgłoszenia	Typ	Dokumenty
000001/2002	2002-11-15	"APAGA"	"ARMAKO" Ryszard Królikowski	Tatiana1 Kowalk	przyjęte	inne	
000002/2002	2002-11-27	ACCO NEW	Darek darek	Tatiana1 Kowalk	zgłoszone	towar	
000003/2002	2002-11-29	ACCO NEW	"Autostrada Wielkopolska" S.A.	Darek A	zgłoszone	towar	
000004/2002	2002-12-02	Mały ISOFEK	DAN-ROLL	Tatiana1 Kowalk	zgłoszone	produkt	
000005/2002	2002-12-02		A.Kayser Automotive Systems	Uzytkownik Testowy	zgłoszone	sprzęt	
000006/2003	2003-04-04	Album DURALOOK 10 kieszeni 2421	A.Kayser Automotive Systems	Tatiana1 Kowalk	zgłoszone	towar	
000007/2003	2003-04-04	Prezentacja wersji demo	A.Kayser Automotive Systems	Tatiana1 Kowalk	oczekuje	usługa	
000008/2003	2003-04-04	test produktu	A.Kayser Automotive Systems	Tatiana1 Kowalk	wykonane	produkt	
000009/2003	2003-04-04		A.K.O. Sp. z o.o.	Tatiana1 Kowalk	zgłoszone	inne	
000010/2003	2003-04-04		A.Kayser Automotive Systems	Tatiana1 Kowalk	anulowane	inne	
000011/2003	2003-04-29		A-H Alicja Snuska	Tatiana1 Kowalk	akceptacja	inne	
000012/2004	2004-04-27	wiertarka nr 1	A-H Alicja Snuska	Tatiana1 Kowalk	przyjęte	sprzęt	
000013/2004	2004-04-27	PC1	A-H Alicja Snuska	Tatiana1 Kowalk	wykonane	sprzęt	
000014/2004	2004-04-27	PC	A-H Alicja Snuska	Uzytkownik Szkoleniowy 1	przyjęte	sprzęt	
000015/2004	2004-04-27	wiertarka nr234	A-H Alicja Snuska	Tatiana1 Kowalk	oczekuje	sprzęt	
000016/2004	2004-04-29	PC	A-H Alicja Snuska	u u	przyjęte	sprzęt	
000017/2004	2004-04-29	PC	A-H Alicja Snuska	u u	przyjęte	sprzęt	
000018/2005	2005-03-03	Mały ISOFEK	1-ST Grzegórska Sp. z o.o.	Tatiana1 Kowalk	zgłoszone	produkt	

Z poziomu obsługi zgłoszeń istnieje również możliwość automatycznego wygenerowania zadania w module CRM zadaniowy, aktywności CRM oraz poczty elektronicznej.

- **Wyszukiwanie zgłoszeń**

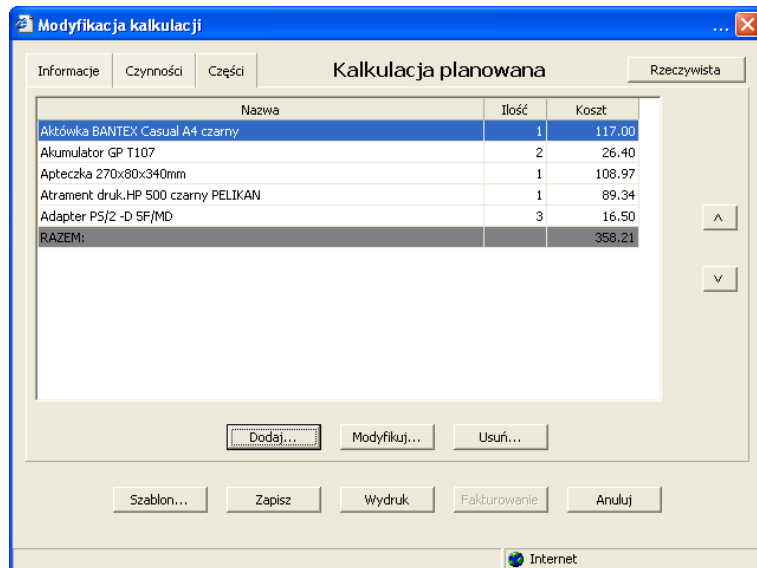
Moduł obsługi serwisu udostępnia rozbudowaną funkcję wyszukiwania zgłoszeń serwisowych. Mechanizm ten stanowi istotną pomoc w sytuacji dużej liczby obsługiwanych zgłoszeń, pozwala bowiem na precyzyjne wyszukiwanie konkretnych danych spośród masy informacji przechowywanych w bazie.

- **Definiowalne opcje**

Moduł obsługi serwisu umożliwia gromadzenie informacji związanych z obsługą zgłoszenia, począwszy od zarejestrowania faktu przyjęcia zgłoszenia, poprzez rejestrację kolejnych etapów realizacji aż do zakończenia naprawy. Ostatni etap umożliwia powiązanie danego zgłoszenia z fakturą, przygotowaną wcześniej lub wystawioną na bieżąco, gdyż moduł obsługujący fakturowanie może być uruchomiony z poziomu modułu obsługi serwisu.

- **Kalkulacje**

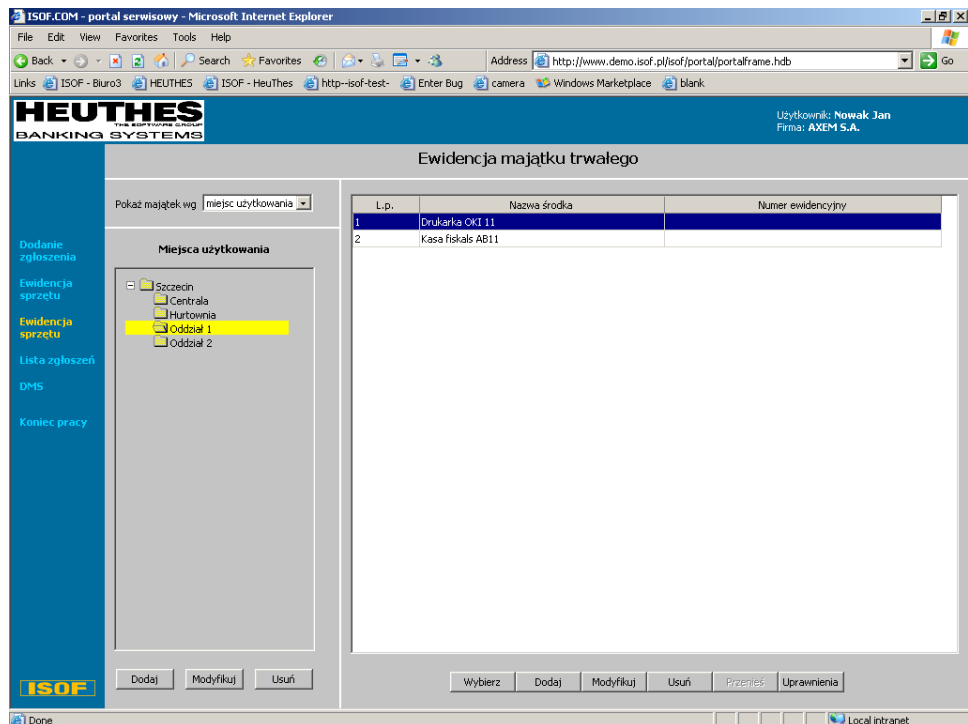
Moduł Kalkulacje umożliwia zdefiniowanie uproszczonego kosztorysu realizacji zlecenia w oparciu o dane zawarte w systemie. Funkcjonalność pozwala na określenie informacji o planowanych kosztach realizacji zgłoszenia w podziale na potrzebne towary (części) lub usługi (czynności). Możliwe jest również zapisanie rzeczywistych kosztów realizacji zgłoszenia i porównanie tych danych w celu uzyskania informacji o zyskach lub ewentualnych stratach. Klient ma możliwość uzyskania szybkiej informacji o planowanych kosztach, a pracownicy dokładne i konkretne wymagania ustalone z klientem. W oparciu o kalkulację możliwe jest rozliczenie zgłoszenia, czyli automatyczne wystawienie odpowiednich dokumentów sprzedaży i magazynowych. Kalkulacja może być powiązana ze zgłoszeniem lub występować jako oddzielny dokument. Istnieje również możliwość automatycznego wystawienia faktury w oparciu o przygotowaną wcześniej kalkulację. Przygotowane są również odpowiednie zestawienia i wydruki, a także szablony kalkulacji pozwalające na zapis najczęściej powtarzających się kalkulacji i ich wielokrotne wykorzystanie, a tym samym na uniknięcie niepotrzebnego, wielokrotnego wprowadzania podobnych danych.



Moduł CRM serwisowy dostępny może być również w specjalnej formie kontrahentom obsługiwany w systemie ISOF. Jest to platforma umożliwiająca dostęp do pewnych, wybranych danych systemu ISOF przez klientów za pośrednictwem Internetu z zachowaniem systemu uprawnień. Dzięki temu klienci mogą sami rejestrować zgłoszenia przy pomocy tzw. portalu serwisowego, a wszystkie dane trafiają bezpośrednio do modułu obsługi serwisu. Możliwe jest również śledzenie przez klientów stanu zgłoszenia, bez konieczności bezpośredniego kontaktu.

- **Internetowy portal serwisowy**

Portal internetowy jest zintegrowany z CRM zadaniowym. Umożliwia to szybką reakcję



na zgłoszenia klientów zarejestrowane z poziomu portalu. Z kolei wszelkie zmiany związane z obsługą zgłoszenia z poziomu CRM pojawiają się automatycznie w portalu.

Zalety

CRM serwisowy zapewnia możliwość utrwalenia i pogłębienia współpracy z klientami, poprzez zapewnienie im dalszej sprawnej i fachowej obsługi. Dzięki temu relacje z

klientami są rozwijane, klienci są zadowoleni z szerokiej możliwości współpracy, zachowana jest pełna historia dotycząca obsługiwanych klientów oraz jakości oferowanych im produktów i usług.

- **Obsługa zgłoszenia**

CRM serwisowy umożliwia zarządzanie informacjami związanymi ze zgłoszeniami serwisowymi. Do zalet tych należą łatwa rejestracja zgłoszenia, szybkie wyszukiwanie zgłoszeń oraz możliwość konfiguracji funkcji przyjmowania zgłoszeń.

- **Łatwa rejestracja**

Dzięki przejrzystemu formularzowi za pomocą którego użytkownik porozumiewa się z systemem, rejestracja zgłoszeń przebiega w sposób łatwy i szybki.

- **Szybkie wyszukiwanie**

Mechanizm wyszukiwania znacznie przyspiesza wyszukanie konkretnego zgłoszenia spośród masy zgłoszeń zarejestrowanych, pozwalając zaoszczędzić czas pracy.

- **Możliwość konfiguracji**

Możliwość konfiguracji oferowana przez moduł obsługi serwisu pozwala na łatwe kształtowanie zakresu danych gromadzonych przy rejestracji zgłoszenia.

Korzyści

- Lepsza obsługa zgłoszeń serwisowych klientów.
- Przyspieszenie i usprawnienie pracy ze zgłoszeniami klientów.
- Zwiększenie jakości oferowanych towarów, produktów i usług.
- Lepsze zorientowanie na nowe potrzeby i wymagania klientów.
- Krótki czas obsługi zdarzeń serwisowych.

CRM zadaniowy

Funkcjonalność

Podstawowym narzędziem przeznaczonym do zarządzania zadaniami w systemie ISOF jest moduł CRM zadaniowy. Ponadto ISOF oferuje funkcje kontroli wykorzystania czasu pracy.

- **Zadania**

Podstawowym celem modułu jest wspomaganie zarządzania pracami realizowanymi przez firmę oraz zadaniami poszczególnych pracowników. Dzięki możliwości generowania indywidualnych raportów, ułatwia on również organizowanie własnych prac przez samych pracowników.

Lp.	Nazwa	Godz. plan.
Brak zaplanowanych zadań.		

Lp.	Nazwa	Data dodania	Akcja
1	(serwis)/Jakies zadanie (prac:5%)(adm:5%)(znajdź)	2006-11-22	(usuń)

Lp.	Nazwa	Data dodania	Akcja
1	(rozwój)/zadanko/Wykonaj serwis 2 (znajdź)	2006-11-22	(usuń)
2	Harmonogramy serwisowe/nazwa (prac:100%)(adm:100%)(znajdź)	2005-10-05	(usuń)
3	inne prace/W środku jest zadanie archiwalne (prac:50%)(adm:14%)(znajdź)	2002-06-27	(usuń)

Zadania wykonywane przez firmę mogą być dowolnie grupowane i organizowane w strukturę drzewiastą. Mogą być przydzielane indywidualnie lub grupom pracowników, którzy piszą sprawozdania z postępów prac. Dane zgromadzone przez program można następnie analizować na wiele sposobów.

ISOF-Zadania jest aplikacją przeznaczoną przede wszystkim dla firm potrzebujących możliwości zarządzania zadaniami wykonywanymi przez pracowników oraz lepszej kontroli wykonania tych zadań.

- **Raportowanie i kontrola wykonania zadań**

Moduł Zadania posiada szerokie możliwości raportowania zadań oraz stopnia ich realizacji w różnych przekrojach. Dostępne są różne zestawienia:

- zestawienie zadań wykonywanych przez pracowników w zadanym okresie czasu w postaci szczegółowej i ogólnej, wraz z podsumowaniami,
- zestawienie szczegółów prac wykazanych dla konkretnego zadania: pracownik, poświęcony czas, daty wykonywania zadania wraz z podsumowaniami,
- zestawienie zadań mówiące o udziale procentowym i godzinowym zadania w ramach całej firmy,
- zestawienie szefa pozwalające raportować wykonywanie zadań w różnych przekrojach: w zadanym okresie sprawozdawczym, dla poszczególnych pracowników, dla poszczególnych klientów (grup), według typu, kategorii, stopnia zaawansowania, cechy zadania.

- **Planowanie zadań, kontrola planu**

Moduł zarządzania zadaniami posiada dodatkowo narzędzia wspomagające proces planowania prac w czasie, wraz z możliwością weryfikacji planów. Podczas definiowania zadania określić należy planowany termin wykonania zadania. W ten sposób powstaje plan pracy zarówno dla pracownika jak i zadania. Globalne pokazanie planu pokaże wszystkie zaplanowane prace w podziale na tygodnie, wraz z godzinami. Dzięki temu można planować wykorzystanie dostępnych zasobów w odniesieniu do planowanych oraz wykonywanych prac. Można również zaplanować prace do wykonania w przyszłości. W określonym terminie zadanie pojawi się w terminarzu prac pracownika.

The screenshot shows the Heupim CRM application in a Microsoft Internet Explorer browser. The address bar shows the URL: http://isof-test.heuthes/test/isof/isof_top.hdb. The main interface is divided into several sections:

- Navigation Menu (Left):** Heupim, Biuro, Handel, inne prace (rozwój), (serwis).
- Top Menu:** 1.Zadanie, 2.Moje, 3.Właściwości, 4.Projekty, 5.Szukanie, 6.Raporty.
- Filters and Controls:**
 - Data: Zad. od: 2006-01-01, Zad. do: 2007-01-17.
 - Osoby: Pracownik: wszyscy, Zadaniodawca: wszyscy, Kontrahent: Filtr fakt., Grupa kontr.: [dropdown].
 - Cechy zadania: Nazwa i opis: w nazwie, Typ: Wszystkie, Kateg.: Wszystkie, Inne: [checkbox] Arch., Pokaż: razem, tylko zbiorcze, ID zad.: [input], [checkbox] Zastosuj, [checkbox] Podzadania.
 - Typ raportu: Zestawienie zadań, Prez. danych: Tabela, Wykonaj, Szablon: [dropdown], Zapisz, Usuń.
- Table: Zestawienie zagadnień, stan na dzień 17.01.2007**

Lp	Id	Nazwa	Opis	Kategoria	Zgłosił	Data zgł.	Termin	Wykonano	Priorytet
1	124	Handel/Akcja promocyjna - Wedel/hgdf		aaa	Bolesław Stefanowski	1.01.2006	1.02.2006	0 (prac: 0)	nie podano
2	134	Handel/Akcja promocyjna - Wedel/test	dgfdgdfg	Asysta.	Adam Kowalski	1.01.2006	1.01.2006	0 (prac: 0)	nie podano
3	312	OKAZJE	zadanie do testowania okazji	aaa	Firma HEUTHES sp. z o.o.	1.01.2006	13.12.2006	0 (prac: 35)	Normalny
4	18	Handel/Działania marketingowe		Rozwój	Administrator	3.01.2006	31.12.2009	0 (prac: 0)	Normalny
5	270	inne prace/Serwis: dddd		aaa	Administrator	3.01.2006	3.01.2006	0 (prac: 0)	nie podano
6	271	Produkcja/(nowe zadanie)/zadanie do okazji 1		aaa	Administrator	3.01.2006	3.01.2006	0 (prac: 0)	nie podano
7	272	Produkcja/(nowe zadanie)				3.01.2006	3.01.2006	0 (prac: 0)	nie podano
8	273	Produkcja/(nowe zadanie)/(nowe zadanie)				3.01.2006	3.01.2006	0 (prac: 0)	nie podano
9	20	Handel/Akcja promocyjna - Wedel	opis do zadania test 1234	Rozwój	Adam Kowalski	10.01.2006	10.01.2007	20 (prac: 10)	Niezłoczny

Weryfikacja planu polega na uwzględnieniu w raporcie rzeczywistych godzin przeznaczonych na wykonanie zaplanowanych zadań wraz z zaawansowaniem prac.

Funkcjonalność ta pozwala na zaplanowanie prac poszczególnych pracowników, grup, całego zespołu, również w ujęciu strategicznym, a więc kontrolując zasoby przeznaczone na poszczególne zagadnienia posiadające różne priorytety w firmie.

ISOF oferuje takie funkcje zarządzania czasem pracy, jak log czasu, status użytkowników, raporty.

Log czasu jest funkcją umożliwiającą użytkownikowi włączenie i wyłączenie mierzenia czasu spędzonego w pracy oraz wskazywanie sposobu wykorzystania czasu pracy. Log czasu widoczny jest na ekranie komputera w postaci niewielkiego okna.

Funkcja informowania o statusie użytkowników przedstawia raport dotyczący frekwencji pracowników.

Funkcja generowania raportów pozwala utworzyć raporty ukazujące w różnych przekrojach sposób wykorzystania czasu pracy przez pracowników.

● *Integracja z DMS*

Moduł jest zintegrowany z modułem DMS. Umożliwia to zarządzanie zadaniami również z poziomu DMS oraz wykorzystanie obiegów do pracy z zadaniami. Możliwe jest również przyłączanie różnych dokumentów do zadań.

Zalety

Mechanizm zarządzania zadaniami zastosowany w ISOF posiada wiele zalet, wśród których najważniejszymi wydają się być łatwość obsługi funkcji oraz usprawnienie zarządzania.

● *Łatwość obsługi*

Oferowane przez ISOF funkcje wspomagające zarządzanie są łatwe w obsłudze a zatem ich przyswojenie nie zabiera dużych ilości czasu, nie absorbują także uwagi pracownika podczas korzystania z nich.

● *Usprawnienie zarządzania*

Funkcje oferowane przez ISOF pozwalają usprawnić zarządzanie zadaniami pracowników i sposobem wykorzystania czasu.

Korzyści

- Łatwe i sprawne planowanie prac pracowników w różnych działach.
- Pełna kontrola wykorzystania dostępnych zasobów do wykonania strategicznych zagadnień.
- Analiza kosztów prac poniesionych na wykonanie poszczególnych zadań lub grup zadań.
- Dokładna kontrola wykorzystania czasu pracy przez pracowników.
- Integracja z DMS zapewnia obsługę zadań wg zdefiniowanego obiegu.

CRM prognozowanie sprzedaży (Forecast)

Wstęp

Moduł prognozowania dostarcza funkcji pozwalających na zaplanowanie przyszłej sprzedaży, określenie sposobu osiągnięcia założonych celów oraz bieżące śledzenie ich realizacji.

Prognoza sprzedaży jest ściśle zintegrowana z modułami Sprzedaż, CRM, DMS, Zarządzanie zadaniami, Kadry i płace oraz z systemem Finansowo-Księgowym i składa się z 3 części: planu strategicznego, planu operacyjnego i raportów.

Planowanie

Podstawowym działaniem wykonywanym w procesie prognozowania sprzedaży jest planowanie. ISOF oferuje funkcje wspierające realizację planowania strategicznego i planowania operacyjnego.

ISOF udostępnia możliwość definiowania ról przypisywanych osobom pracującym w różnych działach i związanych z poszczególnymi okazjami w kampaniach (np. handlowiec, wdrożeniowiec, serwisant, itp.). Osoba może występować w kilku rolach w danej okazji (np. osoba w okazji może mieć rolę zarówno sprzedawcy jak i prowadzącego szkolenia).

- Planowanie strategiczne

W ramach planowania strategicznego określa się założone przychody w poszczególnych kampaniach prowadzonych przez firmę.

Proces prognozowania rozpoczyna się od przygotowania całorocznego planu - planu strategicznego. Tworzony jest on w oparciu o kampanię oraz dla jej wszystkich elementów składowych: klientów, sprzedawców, grup sprzedawców, produktów, usług, towarów z podziałem na kwartały i miesiące. Kampanie definiuje się w module CRM marketingowy. Formularz do wprowadzania danych jest zarazem raportem, co ułatwia bieżącą kontrolę wartości i ich łatwą korektę.

Plan strategiczny - Planowana sprzedaż													
Wykonano dnia	2006-04-04	Układ	kwartalny	Przedział	Pierwszy kwartał	Czwarty kwartał	Element						
Użytkownik	admin admin	Rok	2006	Kampania	-- dowolna --								
Kampanie	Rocznie	Kwartał pierwszy	Styczeń	Luty	Marzec	Kwartał drugi	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Kwartał trzeci	Lipiec	Sierpień	Wrz
czy_moduly	12 500,00	0,00	500,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
fore_test2	21 000,00	1 000,00	4 500,00	2 000,00	2 500,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	0,00
ISOF	14 000,00	0,00	4 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	0,00
JK kamp	100 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
kampania_delegacji	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
kampania_rc1	42 000,00	10,00	1 200,00	0,00	3 500,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	0,00
kamp_mag	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
kamp_now	1 300,00	0,00	500,00	0,00	0,00	8 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
kampP801	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kartki 2004	50 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RAZEM	241 800,00	1 010,00	11 200,00	2 000,00	6 000,00	14 000,00	0,00	0,00	0,00	16 000,00	0,00	800,00	0,00

W module prognoz sprzedaży użytkownik ma do dyspozycji formularz umożliwiający filtrowanie informacji i szybką edycję wartości związanych z poszczególnymi kampaniami.

- Planowanie operacyjne

Planowanie operacyjne polega na zarządzaniu okazjami (ang. opportunity) umożliwiającymi realizację założeń dokonanych na etapie planowania strategicznego. Istnieją dwie ścieżki tworzenia okazji: pierwsza - z poziomu modułu DMS, w części dotyczącej obiegów (automatycznie przy zmianie stanu dokumentu także w systemie CRM), druga - z poziomu modułu planowania operacyjnego. Poza rejestracją okazji, korzystając z funkcji modułu planowania operacyjnego, użytkownik może zmieniać stan, w którym znajduje się okazja, dokonywać korekty okazji, nawet po jej zamknięciu, oraz tworzyć szablony okazji, które ułatwiają ich definiowanie.

Do dyspozycji jest również filtr umożliwiający sprawne przygotowywanie zestawień wg zadanych parametrów. Zestawienie takie dostarcza następujących, szczegółowych danych: informacja o kampanii, prawdopodobieństwo realizacji, informacja o obiegu DMS, osoby odpowiedzialne, elementy okazji, czyli to, co sprzedawane jest klientowi, harmonogram zadań realizowanych w ramach okazji, informacja o konkurencji.

Ponadto moduł planowania operacyjnego udostępnia następujące możliwości:

- Ocena produktywności poszczególnych pracowników firmy mierzona generowanymi przez nich kosztami i przychodami.
- Powiązanie każdej z osób występujących w okazjach z przynajmniej jedną pozycją harmonogramu okazji i ustanowienia procentowego udziału osób w poszczególnych pozycjach okazji.
- Ustalanie wzajemnych relacji czasowych pomiędzy pozycjami w harmonogramie okazji, jak w systemach typu Project Management, przy czym zdefiniowano cztery typy relacji: koniec-początek, początek-początek, koniec-koniec, początek-koniec. Przykładowo, koniec-początek można zobrazować następującym ciągiem zdarzeń: zakończenie delegacji powoduje wystawienie faktury, natomiast początek-początek to jednoczesne wysłanie dwóch zamówień do różnych dostawców.
- Ilustracja graficzna harmonogramu okazji w postaci wykresu Gantt'a.
- Pobieranie przychodów do zestawień na podstawie faktur sprzedażowych, natomiast kosztów na podstawie delegacji, rozliczenia godzinowego zadań modułu „CRM zadaniowy” oraz faktur zakupowych.
- Przeliczanie i rozdział kwot pomiędzy kwotą roczną a kwartałami i miesiącami w planie strategicznym.

Raportowanie

ISOF oferuje funkcjonalność przeznaczoną do tworzenia raportów o zapadalności okazji oraz raportów OWS (otwarte-wygrane-stracone) a także bilansu okazji.

Raporty służą handlowcom do oceny swojej pracy lub szefowi do oceny pracy handlowców. Idea raportu pozwala na bezpośredni dostęp do okazji i jej modyfikacji, informacji o kliencie, dokumentach wystawionych do okazji.

Dodatkowo, kryteria tworzenia raportu można zachować zapisując je jako raport off-line w module "Wydruki off-line", który pozwala na powtarzalne generowanie czasochłonnych raportów w czasie mniejszego obciążenia systemu (np. w nocy).

● Zapadalność okazji

Raport o zapadalności okazji pozwala ocenić stopień wykorzystania okazji a zatem stopień realizacji planów i skuteczność działania działu handlowego firmy. Funkcja tworzenia takich raportów w ISOF dostarcza udogodnień gwarantujących szybkie ich przygotowanie a także analizę. Formularz funkcji pozwala precyzyjnie określić kryteria na podstawie których raport jest tworzony.

Tabela będąca wynikiem tworzenia raportu zawiera elementy interaktywne – komórki kolumn z nazwą okazji, nazwą klienta oraz numerem dokumentu zawierają hiperłącza, które po kliknięciu powodują otwarcie osobnych formularzy dostarczających informacji odpowiednio: o okazji, o kliencie, o dokumencie. Stopka tabeli zawiera syntetyczne podsumowanie finansowych elementów raportu.

Lp	Data sprzedaży	Nazwa okazji	Klient	Data utw.	Status	Poz.	Typ pozycji	Wartość	Prawd.realiz.	Ważona	Dokument	Wartość do
1	2006-03-01	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	21	Faktura	650,00	70,00 %	455,00		
2	2006-03-01	TZ TestFormat...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-20	Zamknięta	3	Faktura	230,00	100,00 %	230,00		
3	2006-03-02	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	1	Faktura	1 229,51	70,00 %	860,66	CEN/2006/68/IES	1 229
4	2006-03-03	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	11	Faktura	55,00	70,00 %	38,50		
5	2006-03-09	test okazji PB...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-09	Zamknięta	4	Faktura	1 275,70	100,00 %	1 275,70	CEN/2006/79/IES	1 275
6	2006-03-14	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	9	faktura zaliczkowa	230,00	70,00 %	161,00		
7	2006-03-14	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	24	faktura pro forma	560,00	70,00 %	392,00		
8	2006-03-17	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	10	faktura zaliczkowa	700,00	70,00 %	490,00		
9	2006-03-30	Test poczty DMS2...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-20	Zamknięta	3	faktura	0,00	100,00 %	0,00		
10	2006-04-01	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	22	faktura	650,00	70,00 %	455,00		
11	2006-04-01	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	12	faktura	60,00	70,00 %	42,00		
12	2006-04-30	Test poczty DMS2...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-20	Zamknięta	4	faktura	0,00	100,00 %	0,00		
13	2006-05-01	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	13	Faktura	55,00	70,00 %	38,50		
14	2006-05-01	AAA Testowanie I wer 2.0...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-02	Otwarta	23	faktura	650,00	70,00 %	455,00		
15	2006-05-30	Test poczty DMS2...	AAA Testowanie I wer...	2006-03-20	Zamknięta	5	Faktura	0,00	100,00 %	0,00		
RAZEM								6 345,21		4 893,36		2 505,21
W tym:												
Faktury zapłacone								1 229,51				
Faktury niezapłacone								1 275,70				
Fakturv niezaplac								0,00				

Tabela będąca wynikiem tworzenia raportu zawiera elementy interaktywne – komórki kolumn z nazwą okazji, nazwą klienta oraz numerem dokumentu zawierają hiperłącza, które po kliknięciu powodują otwarcie osobnych formularzy dostarczających informacji odpowiednio: o okazji, o kliencie, o dokumencie. Stopka tabeli zawiera syntetyczne podsumowanie finansowych elementów raportu.

● Bilans okazji

Raport „Bilans okazji” obrazuje przychody i koszty planowane w różnych przekrojach (klientów, osób i ich ról, okresów czasu).

Lp.	Nazwa okazji	Klient	Przych. plan.	Przych. realiz.	Koszty plan.	Koszty realiz.	Wynik plan.	Wynik realiz.
1.	WANDSBODEN Sp.z o.o.	WANDSBODEN Sp.z o.o.	1 320,00	0,00	61 468,00	148,00	-60 148,00	-148,00
2.	SAMPO - przenoszenie...	SAMPO	31 475,41	31 475,41	126,00	126,00	31 349,41	31 349,41
3.	Labiak s.c. - test...	Labiak s.c.	240,00	0,00	148,00	148,00	92,00	-148,00
4.	do indeks	108 Szpital Wojskowy...	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Adam Witkowski	Adam Witkowski	0,00	0,00	0,00	833,33	0,00	-833,33
6.	ADAC OIL	ADAC OIL	1 820,00	0,00	20 000,00	0,00	-18 180,00	0,00
RAZEM			34 855,41	31 475,41	81 742,00	1 255,33	-46 886,59	30 220,08

● OWS

Raport OWS stanowi podsumowanie okazji w podziale na okazje otwarte, wygrane, stracone oraz zamknięte. Użytkownik decyduje o tym, czy raport ma mieć formę tabelaryczną, w którym okazje otwarte, wygrane, stracone i zamknięte przedstawiane są w oddzielnych tabelach, czy też formę graficzną (wykres kołowy).

Wybór daty
 Data od/do: 2006-09-01
 Szybki wybór: 2006-09-30

Kampania - Elementy
 Kampania: .. dowolna kampania ..
 Element: Rola
 Rola: .. dowolna ..
 grupa towarowa

Typ raportu
 Nazwa raportu: tabela
 Nazwa okazji: [pole tekstowe]
 Zapisz szablon
 Usuń szablon

Szablon
 Pokaż/Wyjście
 Pomoc
 Powrót

Tytuł raportu
 Otwarte - Wygrane - Stracone - Zamknięte

Wykonano dnia: 2007-01-29 18:42:22
 Użytkownik: admin admin
 Data od/do: 2006-09-01 2006-09-30
 Element: Rola

Okazje otwarte

Lp.	Nazwa okazji	Klient	Symbol okazji	Data utw.	Prawd. okazji	Umowa	Umowa serw.	Wart.prawd.okazji	Wart. waż. okazji	Obieg i
1.	GAME TRAFFIC...	GAME TRAFFIC...	fore_test2/2006/174	2006-09-28	1%	500,00	0,00	1 884,00	18,00	:
RAZEM						500,00	0,00	1 884,00	18,00	:

Okazje wygrane

Lp.	Nazwa okazji	Klient	Symbol okazji	Data wyg.	Prawd. okazji	Umowa	Umowa serw.	Wart.prawd.okazji	Wart. waż. okazji	Obieg i
1.	AGAT - testowanie przenoszeni...	AGAT Hurtownia S.C....	fore_test2/2006/149	2006-09-26	100%	0,00	0,00	2 498,22	2 498,00	:
2.	AGAT - przenoszenie danych mie...	AGAT Hurtownia S.C....	fore_test2/2006/150	2006-09-27	100%	0,00	0,00	560,00	560,00	:
RAZEM						0,00	0,00	3 058,22	3 058,00	:

Okazje stracone

Lp.	Nazwa okazji	Klient	Symbol okazji	Data str.	Prawd. okazji	Umowa	Umowa serw.	Wart.prawd.okazji	Wart. waż. okazji	Obieg i
1.	F.H.U. Grafon...	F.H.U. Grafon...	fore_test2/2006/157	2006-09-27	1%	0,00	0,00	1 884,00	18,00	:
RAZEM						0,00	0,00	1 884,00	18,00	:

Zalety

- *Integracja z innymi modułami*
- *Wygoda obsługi*
- *Szybkość definiowania raportów*

Moduł prognoz sprzedaży posiada zalety, dzięki którym jest narzędziem niezwykle przydatnym dla kierownictwa firmy. Umożliwia on określenie spodziewanych przychodów z przyszłej sprzedaży a także stopnia wykorzystania okazji osiągnięcia przychodów jak również skuteczności działania działu handlowego firmy.

Moduł prognoz sprzedaży zintegrowany jest z wieloma innymi modułami systemu ISO.F. Do modułów tych należą *DMS/CRM, Zadania, Faktury sprzedażowe, Faktury zakupowe, Delegacje, FK.*

Wszystkie funkcje modułu prognoz sprzedaży wyposażone są w wygodny, przejrzysty interfejs użytkownika. Prezentacja zestawów wyszukanych informacji pozwala na sprawną pracę z nimi.

Wygodne i przejrzyste formularze funkcji raportowania umożliwiają szybkie i sprawne tworzenie raportów zapadalności okazji oraz OWS (otwarte-wygrane-stracone). Dzięki temu skraca się czas, który upływa od chwili powstania potrzeby uzyskania nowych przekrojów informacyjnych do opracowania odpowiednich raportów zaspokajających te potrzeby.

**Pełna
dokumentacja
systemu ISOF**

Inne moduły systemu ISOF to:

- DMS,
- Sprzedaż,
- Gospodarka magazynowa,
- Logistyka,
- Rachunkowość,
- Sekretariat,
- Sprzedaż zdalna.

Aby uzyskać pełną dokumentację możliwości systemu ISOF prosimy o wypełnienie formularza na stronie <http://www.isof.pl/dokumentacja/> lub kontakt pod adresem marketing@heuthes.pl.