



misoft systems
Business Solutions

CRMWeb



MISOFT SYSTEMS – SOLUȚII INFORMATICE PENTRU AFACERI

CRMWeb înglobează departamentele de marketing, vânzări și asistență ale unei companii într-o soluție informatică integrată pentru managementul relațiilor cu clienții. Unul dintre cele mai importante avantaje oferite de CRMWeb este stocarea centralizată a tuturor informațiilor relevante legate de clienți, prospecti, parteneri, competitori, produse, activitățile membrilor echipei precum și de documentele cu relevanță în activitatea de marketing sau vânzare. Stocarea centralizată a datelor implică în principiu existența unui profil complet al clientului sau prospectului, unic în companie și accesibil tuturor membrilor echipei deopotrivă.

DORINȚA NOASTRĂ:

a fost să dezvoltăm un sistem CRM modular, bazat în întregime pe tehnologie web, care să poată fi adaptat ușor și eficient la nevoile individuale ale întreprinderilor mici și mijlocii indiferent de sectorul de activitate al acestora.

REZULTATUL:

CRMWeb integrează o serie de module (vânzări, marketing, servicii și asistență pentru clienți, raportare) într-o soluție CRM flexibilă și ușor de utilizat, care permite optimizarea proceselor de afaceri, furnizarea de servicii de înaltă calitate și nu în ultimul rând obținerea de rezultate maxime cu efort minim.

Gestiunea unitară a informațiilor presupune sincronizarea datelor în timp real astfel încât orice informație introdusă în sistem și orice modificare efectuată într-un punct al sistemului atrage după sine imediată actualizare respectiv adaptare a tuturor datelor aflate în interdependență în toate componentele afectate ale sistemului. În acest fel fiecare utilizator are o privire de ansamblu în permanență actualizată asupra activității companiei, în funcție de drepturile sale de utilizator.

În combinație cu o strategie adecvată de management al relațiilor cu clienții, sistemul nostru informatic oferă unei companii o multitudine de avantaje cum ar fi:

- îmbunătățirea semnificativă a serviciului cu clienții
- automatizarea și simplificarea proceselor de marketing și vânzări
- identificarea și calificarea rapidă a clienților potențiali
- gestionarea eficientă a produselor și a datelor despre clienți, parteneri, competitori
- automatizarea și eficientizarea activității în call-centers
- segmentarea realistă a pieței

AUTOMATIZAREA VÂNZĂRILOR (SALES FORCE AUTOMATION)

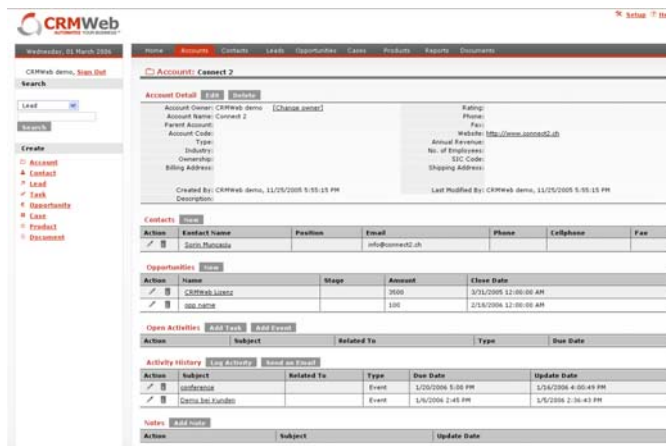
Prin automatizarea unei serii de activități specifice departamentului de vânzări, CRMWeb contribuie la scurtarea ciclului de vânzare, eliberează membrii echipei de activități de rutină consumatoare de timp și resurse și permite monitorizarea și optimizarea constantă a procesului de vânzare. Un avantaj important oferit de CRMWeb constă în integrarea facilităților de automatizare a activităților specifice de vânzare cu cele de marketing și de suport clienți generând astfel o imagine globală a relațiilor cu clienții.

Funcționalitățile de automatizare a vânzării au fost implementate pornind de la ideea că relațiile personalizate cu clienții sunt cheia succesului unei organizații. În acest sens, CRMWeb oferă utilizatorilor posibilitatea de a viziona toate interacțiunile companiei cu fiecare client în parte (primul contact, activități, convorbiri telefonice, corespondență, poștă electronică, tranzacții, probleme și soluții oferite, etc.), începând cu momentul captării informațiilor despre acesta în baza de date până în prezent.

MARKETING:

Funcționalitățile complexe de marketing reprezintă un sprijin efectiv în procesul de atragere de noi clienți și de asistență. Profitați de avantajele pe care vi le oferă CRMWeb pentru a vă păstra clienții existenți și pentru a câștiga noi segmente de piață.

Avantajul acestei capabilități constă în primul rând în posibilitatea de a intuit comportamentul de cumpărare al clienților, de a-l analiza, de a sesiza modificările intervenite în timp în comportamentul acestora și de a reacționa rapid cu decizii fondate în vederea furnizării de servicii de cea mai bună calitate, lucru care duce în cele din urmă la fidelizarea și retenția clienților.



Gestionarea produselor, a portofoliului de clienți, a contactelor, a oportunităților de vânzare, a sarcinilor de lucru, a evenimentelor, a incidentelor survenite în cadrul activităților de vânzare, a documentelor vehiculate în cadrul departamentelor care utilizează aplicația, importul de date din surse externe, precum și generarea de rapoarte predefinite sunt câteva dintre facilitățile cele mai importante specifice modului de automatizare a activităților de vânzare.

AUTOMATIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE MARKETING

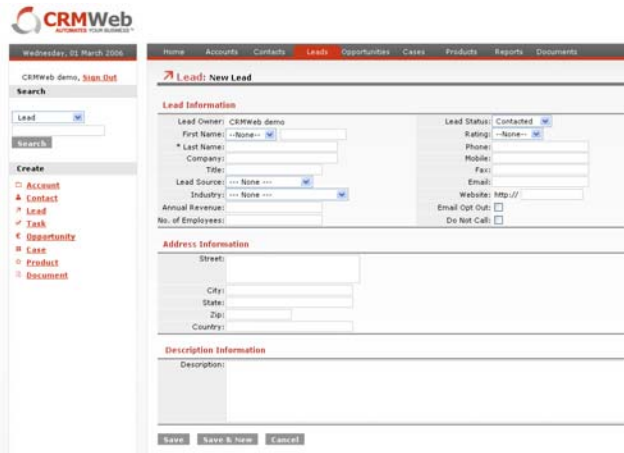
CRMWeb pune la dispoziția utilizatorilor suportul tehnic necesar pentru derularea cât mai eficientă și cât mai orientată spre rezultate a campaniilor de marketing. Automatizarea procesului de marketing vizează în primul rând proiectarea strategiilor de marketing, punerea în aplicare și interpretarea rezultatelor acestora, pe baza unor instrumente specifice care permit selectarea și calificarea prospekților și a portofoliului de clienți, monitorizarea interacțiunilor cu aceștia și nu în ultimul rând stabilirea unor segmente țintă.

Segmentarea prospekților și clienților pe baza informațiilor culese despre aceștia permite definirea unor grupuri țintă spre care se vor îndrepta campaniile de marketing viitoare, adaptate în funcție de caracteristicile fiecărui grup. Scopul conceperii unor campanii de marketing personalizate este în primul rând identificarea de prospekți noi, câștigarea de noi clienți, încheierea de noi tranzacții, dar și acela de a fideliza clienții existenți.

În vederea facilitării și eficientizării procesului de comunicare cu prospekții și clienții, aspect esențial în marketing, a fost implementată funcționalitatea de email în masă. Aceasta permite expedierea de mesaje electronice la un număr nelimitat de adrese simultan, economisind în acest fel timp și efort. În acest fel lansarea unui produs nou, diverse acțiuni de marketing etc. pot fi aduse la cunoștința clienților sau prospekților în timp util și cu un efort minim, lucru ce reprezintă un avantaj important în fața concurenței.

ASISTENȚĂ:

Furnizarea de servicii de cea mai înaltă calitate este o condiție esențială pentru păstrarea clienților existenți și pentru atragerea de noi clienți. Funcționalitatea de asistență vă oferă sprijinul tehnic necesar pentru îmbunătățirea serviciilor furnizate și a relațiilor cu clienții.



Este de asemenea posibilă crearea de șabloane pentru emailuri și salvarea acestora în sistem pentru accesarea și utilizarea ulterioară. Datorită sincronizării automate a datelor se poate evita trimiterea aceleiași informații de mai multe ori (de exemplu, un email informativ trimis de la mai multe departamente) sau contactarea unui client pentru aceeași problemă de către mai mulți membri ai echipei pe canale diferite (poștă, telefon, email).

AUTOMATIZAREA SERVICIILOR CU CLIENȚII ȘI DE ASISTENȚĂ

Funcționalitatea de automatizare a serviciilor de suport și de asistență tehnică oferă un sprijin tehnic deosebit acelor membri ai echipei care sunt implicați direct în deservirea clienților care doresc informații și servicii de consultanță specializate. Această facilitate simplifică și eficientizează munca în centrele de apel (așa numitele call-centers) prin scurtarea timpului de răspuns la solicitările clienților și prin îmbunătățirea vizibilă a serviciilor post-vânzare.



Departamentul de suport clienți și de asistență se află în centrul interacțiunilor dintre o companie și clienți, deoarece aceștia se adresează acestui departament pe diverse canale (apel telefonic, fax, scrisoare, email etc.), solicitând informații referitoare la produsele achiziționate sau serviciile de care beneficiază sau pentru a semnala diverse probleme (referitoare la produse, la plata unor facturi, livrări etc.).

Mass-email:

Funcționalitatea de email în masă eliberează personalul de activități consumatoare de timp, permițând trimiterea unui număr nelimitat de mesaje electronice cu sau fără atașament cu doar câteva click-uri. Oferte speciale, noutăți, cataloage, scoaterea de produse sau servicii noi pe piață și alte tipuri de informații pot fi aduse la cunoștința clienților în timp real și cu un efort minim.

Utilizatorul are posibilitatea să acceseze imediat profilul clientului sau să creeze unul nou dacă este cazul, să ofere informațiile solicitate prin consultarea catalogului de produse, diverselor documente stocate în sistem etc. și nu în ultimul rând să înregistreze incidentul raportat în scopul unei procesări ulterioare. În funcție de natura incidentului și de complexitatea problemei semnalate, utilizatorul poate de asemenea să interogheze baza de date și să ofere o soluție pe baza experiențelor din trecut. Dacă utilizatorul nu este în măsură să ofere o soluție, incidentul va fi salvat în baza de date unde va fi procesat de către persoanele sau departamentele calificate.

FUNCȚIONALITĂȚI INTERDEPARTAMENT

Pe lângă funcționalitățile principale descrise mai sus, sistemul pune la dispoziția utilizatorilor o serie de capacități care interconectează modulele individuale și sunt specifice celor trei departamente (vânzări, marketing și asistență) deopotrivă. Se urmărește în acest fel conectarea activităților de marketing, vânzări, serviciu cu clienții și asistență într-un proces care permite unei organizații să reacționeze mai rapid și mai eficient la nevoile clienților.

Managementul contactelor

Contactele pot fi gestionate individual sau pot fi grupate pe baza mai multor criterii. Fiecare persoană de contact (prospect, client, partener, competitor etc.) are o pagină proprie care cuprinde informații standard cum ar fi: adresă, număr de telefon și fax, adresă de email, modul de adresare, poziția în companie etc. precum și întregul istoric al activităților sale, lista activităților planificate și nu în ultimul rând observațiile utilizatorului referitoare la fiecare contact.

De asemenea, sistemul oferă utilizatorilor posibilitatea de a grupa și de a filtra contactele prin intermediul modurilor de afișare configurabile. Această facilitate este deosebit de utilă, deoarece ușurează considerabil efortul în procesul de comunicare. Comunicarea dintre contacte și personal se poate face direct din sistem prin intermediul poștei electronice sau a facilității de email în masă care permite expedierea unui email cu sau fără atașament la un număr nelimitat de adrese simultan cu doar câteva click-uri.

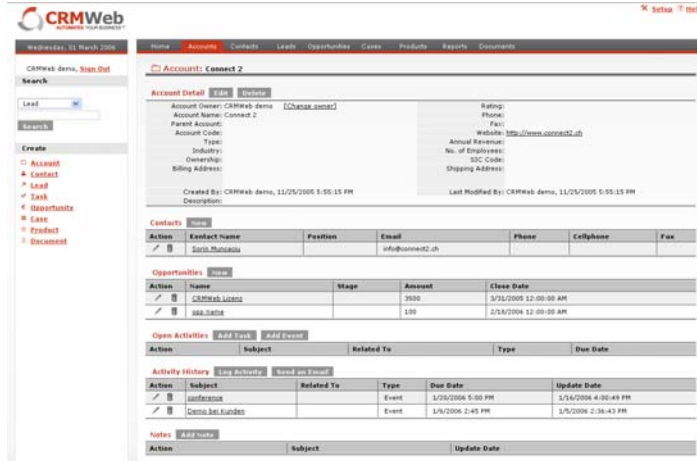
În istoricul interacțiunilor cu clienții datele sunt înregistrate pe două căi: introducere manuală folosind butonul corespunzător și completarea câmpurilor afișate sau generare automată de date. Spre exemplificare, trimiterea unui email va genera în sistem activitatea corespunzătoare, care va fi imediat vizibilă în istoricul contactului respectiv, eliminând astfel necesitatea introducerii manuale a acestei informații. Urmând același principiu, o activitate care a avut loc deja, va fi înregistrată în istoricul contactului în momentul în care utilizatorul îi modifică statusul.

Managementul clienților

Facilitățile de management al clienților asigură evidența și administrarea conturilor clienților. Ca și în cazul contactelor este posibilă gestionarea individuală a clienților și gruparea acestora pe baza mai multor criterii. În plus, clienții pot fi calificați în funcție de importanța pe care o prezintă pentru companie.

CALENDAR:

Funcționalitatea de gestionare a activităților zilnice și a evenimentelor planificate este un sprijin efectiv în organizarea eficientă a timpului. Această capacitate contribuie într-o mare măsură la respectarea termenelor de livrare sau a celor pentru prezentări, permițând stabilirea de priorități și notificarea prin intermediul poștei electronice. Șefii de echipă pot atribui diverse sarcini membrilor echipei.



Fiecărui client i se atribuie o fișă în care sunt centralizate o serie de date standard: denumire, adresă, date de contact, tipul de industrie, tipul de proprietate, număr de angajați, venitul anual pe de o parte; și toate datele referitoare la contacte, oportunități de vânzare, activități planificate, istoricul activităților trecute precum și observațiile notate de membrii echipei care au interacționat cu respectivul client și nu în ultimul rând toate modificările de informație efectuate, pe de altă parte.

Modurile configurabile de afișare permit filtrarea clienților în funcție de locație, data creării profilului, numărul de angajați, cifra de afaceri, tipul de capital și multe alte criterii oferind astfel posibilitatea de a afișa numai informațiile care prezintă interes la un moment dat.

Managementul sarcinilor zilnice și a evenimentelor

Această opțiune asigură o bună organizare a activităților zilnice, facilitează utilizatorilor planificarea individuală a muncii și permite atribuirea de sarcini membrilor echipei de către șefii de echipă. Membrii cărora li s-au desemnat sarcini pot fi notificați prin intermediul poștei electronice. Aplicația permite, de asemenea, stabilirea unui grad de prioritate pentru fiecare sarcină și monitorizarea evoluției fiecărei sarcini din momentul inițierii acesteia până când aceasta este închisă.



O serie de activități specifice activității de marketing și vânzări (convorbiri telefonice, email, procesarea comenzilor, campanii de marketing etc.) și evenimente (întâlniri de afaceri, participări la târguri, evenimente de natură personală etc.) pot fi coordonate cu ajutorul acestei funcții.

OPORTUNITĂȚI:

O rată cât mai ridicată de conversie a oportunităților de vânzare în contracte este țelul oricărui departament de vânzări. Prin intermediul funcționalității de management al oportunităților sefii departamentelor de vânzare beneficiază de o privire de ansamblu asupra tuturor oportunităților și pot să urmărească evoluția acestora și să intervină cu decizii fondate în orice moment al procesului de vânzare.

Pentru fiecare eveniment sau sarcină se va ține o evidență a contactelor, clienților, incidentelor, oportunităților de vânzare sau prospectilor de care sunt legate. Pe de altă parte, sarcinile pot fi filtrate pe baza unor criterii predefinite în vederea unei mai bune organizări.

Catalogul de produse

Această opțiune permite adăugarea de produse, editarea produselor existente în catalog sau ștergerea lor precum și vizionarea tuturor informațiilor despre un produs, chiar dacă acesta nu mai există pe stoc. Fiecare produs are o fișă proprie care cuprinde o serie de informații standard, printre altele: denumirea produsului, codul acestuia, numele utilizatorului care l-a introdus în catalog, o descriere, istoricul modificărilor și autorul acestora.

Și această funcționalitate permite navigarea după diverse categorii de produse, filtrarea și afișarea produselor pe baza unor criterii sau combinații de criterii cum ar fi: codul produsului, starea, data creării, autor, ultima modificare, data modificării etc. Avantajul acestor opțiuni constă în administrarea deosebit de facilă și rapidă a portofoliului de produse.

Managementul oportunităților de vânzare

Opțiunea de gestionare a oportunităților de vânzare este un sprijin real pentru toate departamentele implicate în mod direct în deservirea clienților și poate influența în mod pozitiv succesul afacerii, deoarece permite atât prelucrarea individuală a fiecărei oportunități de vânzare din momentul identificării acesteia până la transformarea ei într-un contract, cât și monitorizarea constantă a evoluției acesteia în scopul de a nu neglija nici o cerere și de a nu pierde nici o tranzacție.



Oportunitățile de vânzare și toate informațiile care au legătură cu acestea pot fi accesate și prelucrate în orice moment al ciclului lor de viață. Autorul oportunității, stadiul în care aceasta se află, tipul, date privind clientul cu care aceasta este relaționată, gradul de probabilitate al unei oportunități de a se transforma într-o tranzacție, rezultatul cărei campanii de marketing îl reprezintă, istoricul activităților conexe, lista activităților planificate, date despre concurentul principal, descrierea oportunității și pașii următori în prelucrarea oportunității sunt câteva dintre categoriile de informații legate de oportunități care pot fi gestionate în fișele individuale.

RAPORTAREA:

Pe baza datelor stocate în sistem se pot genera rapoarte predefinite care constituie un sprijin efectiv pentru procesul decizional din cadrul companiei.

Aplicația permite, de asemenea, clasificarea oportunităților de vânzare și gruparea acestora pe baza mai multor criterii care pot fi configurate de utilizator în funcție de necesitățile sale.

Managementul documentelor

O altă facilitate oferită de CRMWeb este opțiunea de management al documentelor cu ajutorul căreia pot fi gestionate documentele relevante vehiculate în cadrul departamentelor care utilizează aplicația. Acestea pot fi cereri de ofertă primite de la clienți, contracte, prezentări, modele de ofertă, descrieri de produse etc. și pot fi salvate în sistem pentru a fi accesate de către membrii echipei.

Documentele pot fi trimise prin email contactelor și prospecților din baza de date sub formă de atașament prin intermediul facilității de email în masă. Această facilitate crează un avantaj deosebit prin faptul că economisește timp și efort în cadrul campaniilor de marketing.

Pentru a facilita găsirea unui document, a fost implementată opțiunea de căutare după cuvinte cheie care pot fi introduse într-un câmp special la crearea documentului sau ulterior.

Importul de date și raportarea

Pentru a ușura salvarea datelor în sistem și a elimina necesitatea introducerii manuale a informațiilor despre clienți, aplicația pune la dispoziția utilizatorilor opțiunea de import de date care permite introducerea automată de date în doar câțiva pași. Date din surse externe pot fi salvate în sistem urmând instrucțiunile prevăzute la opțiunea respectivă. Se pot importa fișiere de tip .csv.

O serie de rapoarte predefinite permit utilizatorilor să consulte lista clienților activi, lista conturilor care necesită atenție urgentă, lista conturilor recent adăugate, lista activităților proprii, lista prospecților nou introduși în baza de date etc. Avantajul acestei facilități constă în punerea la dispoziția utilizatorilor a unui instrument de analiză a informațiilor acumulate în sistem în scopul eficientizării activităților specifice de marketing, vânzări și post-vânzări.

Managementul utilizatorilor

Funcționalitatea de management al utilizatorilor permite adăugarea de noi conturi și modificarea conturilor existente precum și configurarea rolurilor și în funcție de acestea a drepturilor de acces aferente. Accesul la resurse se face diferențiat în funcție de rolul fiecărui utilizator.

Există trei tipuri de utilizator (roluri): utilizator care nu are drepturi speciale, dar poate să acceseze și să modifice orice date cu excepția informațiilor referitoare la utilizatorii sistemului; administrator de sistem care are posibilitatea să creeze, activeze sau să dezactiveze conturi de utilizatori; șef de echipă, care are dreptul să atribuie sarcini de lucru celorlalți membri ai echipei, să distribuie prospecți, clienți sau contacte celorlalți membri ai echipei.

INTEGRABILITATE:

Încă din faza de proiectare ne-am asigurat că aplicația poate fi ușor extinsă sau integrată cu soluții standard sau specifice clientului și în același timp își păstrează robustețea.

ARHITECTURA APLICAȚIEI

Aplicația beneficiază de o arhitectură orientată servicii care permite soluționarea cu ușurință a problemelor legate de integrare precum și automatizarea proceselor interne și externe cu alte companii sau parteneri în rețea. Una dintre caracteristicile de bază ale arhitecturii este structurarea sistemului pe mai multe nivele bine definite și separarea acestora în funcție de rol, după model MVC (Model-View-Controller), separare ce permite analiștilor și programatorilor să se concentreze asupra dezvoltării soluțiilor pentru probleme specifice.

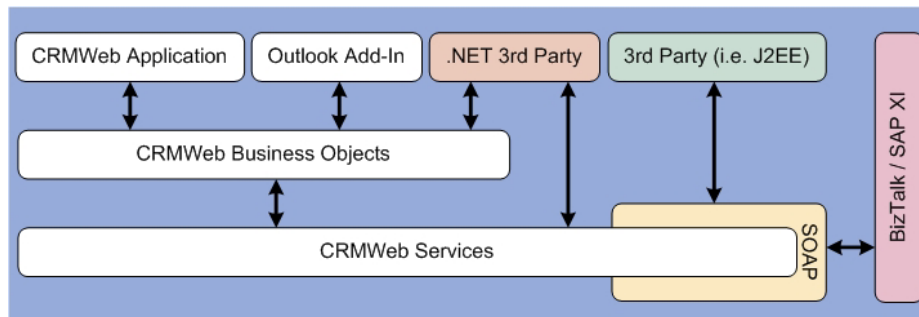


Fig.1 - Arhitectura pe nivele a CRMWeb

Nivelul de prezentare

Nivelul de prezentare include la momentul actual o interfață utilizator web de tip browser. Dezvoltată cu ASP.NET, interfața este intuitivă și deosebit de ușor de utilizat, fiind în același timp capabilă să ofere o gamă foarte largă de servicii, asigurând și un nivel de portabilitate ridicat, fără a fi necesară instalarea de pachete software suplimentare pe computerul client.

Într-o versiune ulterioară a sistemului se va pune la dispoziția utilizatorilor un plug-in pentru Outlook, care va conține funcționalități similare celor din interfața web. Pe lângă aceasta, utilizatorilor de computere portabile de tipul Pocket PC sau PALM li se va oferi o interfață de acces la sistem.

Nivelul Business Logic / Application Services

Acest nivel constă la rândul lui din două elemente, primul fiind o abstracție a obiectelor business (de exemplu: Client, Contact, Prospect, etc.) oferite de către sistem iar al doilea fiind un set de servicii pus la dispoziție în vederea integrării cu alte sisteme. Aceste două segmente ale aplicației sunt suportate integral de .NET Framework și sistemul de operare Windows. Printre serviciile oferite în acest nivel se regăsesc servicii de directoare, securitate, management, comunicare între nivele.

Nivelul de persistență a datelor

Datele care sunt stocate în sistem sunt persistate într-o bază de date. Versiunea actuală permite persistarea informațiilor în baze de date Microsoft SQL sau Microsoft Access. Într-o versiune ulterioară se prevede adăugarea suportului pentru baze de date ORACLE și MySQL. Serviciile de acces date și stocare constau din ADO.NET, care asigură accesul programatic la date, OLE DB, furnizor Microsoft universal de date și XML.

VARIANTE DE IMPLEMENTARE A APLICAȚIEI

Infrastructura aplicației permite două scenarii de bază pentru implementare care însă parcurg o gamă largă de soluții alternative, de complexități și costuri hardware/software diverse. Pentru utilizatorii interesați să folosească aplicația doar în interiorul firmei, asigurând în același timp accesul tuturor departamentelor implicate în procesul de marketing, vânzări și suport la informațiile stocate în sistem, se recomandă scenariul intranet.

Cel de-al doilea scenariu, și anume scenariul internet, se adresează utilizatorilor interesați să acceseze sistemul din afara rețelei locale (LAN) sau beneficiarilor care doresc să pună sistemul la dispoziția partenerilor sau colaboratorilor lor. Acest scenariu permite implementarea partițiilor logice ale aplicației în partiții / niveluri fizice cu zone "trust zone" opționale între niveluri, ceea ce garantează o siguranță maximă a datelor și sistemelor din rețeaua locală.

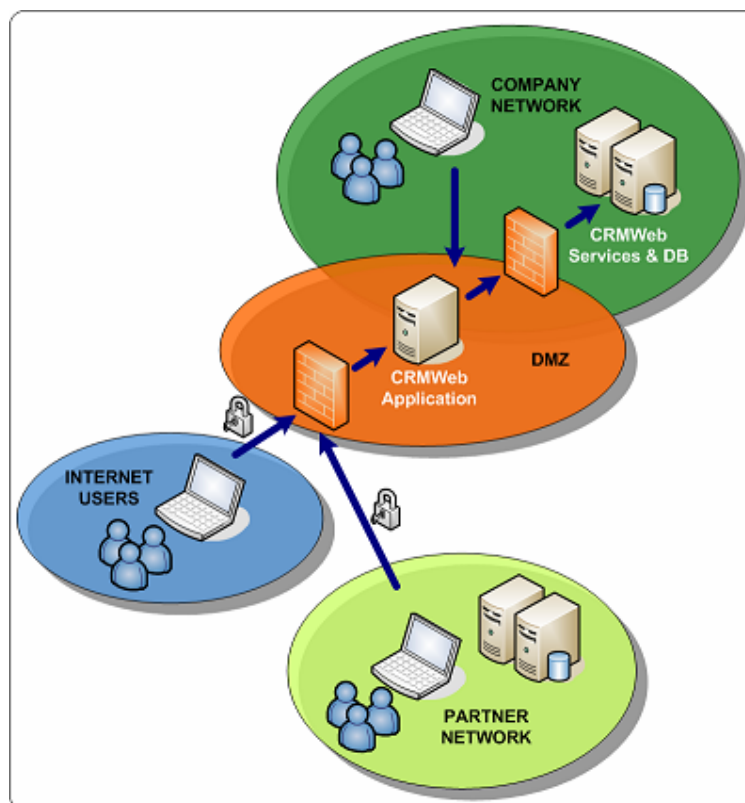


Fig.2 - Scenariul de implementare internet

CERINȚELE HARDWARE DE SISTEM

Cerințe sistem server

Se recomandă instalarea aplicației pe un calculator care are rolul de server (web server) în rețeaua dumneavoastră locală. Unul din următoarele sisteme de operare trebuie să ruleze pe serverul respectiv: Microsoft Windows 2000, Microsoft Windows XP Professional, Microsoft Windows 2003.

Dacă nu aveți un calculator pe post de server, puteți instala aplicația server pe orice calculator conectat la rețea (care rulează unul dintre sistemele de operare: Windows 2000 sau XP).

Pentru instalarea și folosirea aplicației server în condiții de exploatare normale aveți nevoie de un calculator cu procesor de cel puțin 800-MHz și minim 128 MB de memorie RAM (recomandat 256 MB RAM sau mai mult). Adicional sunt necesari între 512 Mb și 1 Gb de spațiu liber pe harddisk-ul computerului. Următoarele aplicații software necesită a fi instalate pe calculator: Microsoft Internet Information Services (IIS) server 5.0 sau 6.0, Microsoft .NET Framework 1.1.

Cerințe sistem client

Pentru folosirea programului aveți nevoie de un calculator cu procesor de cel puțin 233 MHz și minim 32 Mb liberi de memorie RAM pe care rulează unul din următoarele browsere de internet: Internet Explorer 5 sau mai mare, Mozilla 1.1, Netscape 6 sau mai mare, Firefox. O rezoluție de cel puțin 800 x 600 (Super VGA) a monitorului se recomandă pentru o utilizare optimă a aplicației.

Ne-am bucura să vă putem prezenta avantajele acestei aplicații software și să vă convingem de avantajele pe care implementarea ei vi le poate aduce. Nu ezitați să ne contactați în cazul în care aveți nevoie de informații suplimentare referitoare la produsul nostru.

Claudia Iuga

Marketing și Vânzări

Email: claudia.iuga@misoft-systems.net

Tel: +49 (0)2131 6638803

Fax: +49 (0)2131 6638804

Mobile: +49 (0)172 6034638

<http://www.crmweb.biz>

<http://www.misoft-systems.net>