

ERP
Монолит
5.0

**Управление
взаимоотношениями
с клиентами**

**Решение SFA
для мобильных
сотрудников**



СОДЕРЖАНИЕ

Цели	3
Концепция решения задачи	4
Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой	6
Технология работы в системе	6
Конфигурация системы	7
Ключевые возможности системы	8
<i>Управление территорией</i>	8
<i>Мониторинг состояния рынка</i>	10
<i>Прием заказов</i>	11
<i>Расчет показателей эффективности для торговых представителей</i>	12
Преимущества использования SFA-решения от Монолит-Инфо	13

Цели

Решения, предназначенные для автоматизации деятельности сотрудников службы продаж с применением аппаратных и программных средств для организации мобильных рабочих мест традиционно обозначаются термином Sales Force Automation (SFA).

Функциональные возможности SFA-решения должны обеспечивать решение следующих задач:

▣ Управление территорией

- ✓ База данных торговых точек территории
- ✓ Актуальная карточка клиента по каждой точке продаж
- ✓ Информация об оборудовании в аренде
- ✓ Информация о взаиморасчетах с компанией или дистрибьютором
- ✓ Информация о принятых заказах и выполнении заказов компанией или дистрибьютором

▣ Мониторинг состояния рынка

- ✓ Сбор полной информации о состоянии рынка (остатки продукции, цены, размещение POSm, выполнение программ лояльности)
- ✓ Дифференциация по каналам продаж
- ✓ Дифференциация по сегментам (ценовой уровень, потенциал, расположение, и т.д.)

▣ Прием заказов

- ✓ Заказы прямых продаж компании
- ✓ Заказы, выполняемые дистрибьюторами
- ✓ Заказы и отгрузка с борта (выездная торговля)

▣ Расчет показателей эффективности для торговых представителей

- ✓ Постановка задач для торговых представителей
- ✓ Анализ выполнения бонусируемых задач

Концепция решения задачи

Реализованное в рамках в составе CRM-модуля ERP Монолит SFA-решение позволяет автоматизировать работу сотрудников службы продаж, а именно торговых представителей, мерчендайзеров, менеджеров (супервизоров), аналитиков и прочих сотрудников, вовлеченных в процессы сбыта продукции и мониторинга состояния рынка, анализа эффективности работы исполнителей.

Решение позволяет автоматизировать следующие бизнес-процессы:

- ❑ **Прямые продажи** — автоматизация управления работой сотрудников службы продаж (торговых агентов, телеселлеров и др.) по схемам Pre-sale и Van-sale
- ❑ **Мерчендайзинг** — автоматизация управления работой мерчендайзеров и торговых агентов по сбору маркетинговой информации
- ❑ **Работа с дистрибьюторами** — автоматизация управления работой менеджеров по работе с дистрибьюторами, сбору маркетинговой информации, выполнению Pre-sale и Van-sale в интересах дистрибьютора, контролю выполнения заказов
- ❑ **Учет и обслуживание торгового оборудования**, включая следующие возможности:
 - ✓ Просмотр и корректировка характеристик арендного оборудования;
 - ✓ Выполнение операций с арендным оборудованием — установка, демонтаж, перемещение, ремонт
(см. подробнее в брошюре «Управление сервисным обслуживанием»);
 - ✓ Организация взаимодействия между компаниями и сервисными центрами с целью автоматизированного обмена документами.

Предусмотрено два типа рабочих мест:

- ❑ **Мобильное рабочее место** — клиентское ПО устанавливается на КПК сотрудника, а обмен данными между КПК и центральной БД осуществляется по команде пользователя через глобальную сеть Интернет по протоколу HTTP/HTTPS.
- ❑ **Стационарное рабочее место** — клиентское программное обеспечение (ПО) устанавливается на рабочую станцию пользователя и взаимодействует с сервером центральной БД напрямую в рамках локальной сети, либо посредством модуля веб-доступа (обмен данными производится по протоколу HTTP или HTTPS).

Работа в системе организована на следующих принципах:

- ❑ Вся информация хранится в центральной БД;
- ❑ Мобильные сотрудники используют КПК для повседневной работы — прием заказов, сбор маркетинговой информации;
- ❑ Обмен данными между КПК и центральной БД производится в рамках сеанса синхронизации через глобальную сеть Интернет;
- ❑ Менеджеры и аналитики имеют оперативный доступ к информации, собранной исполнителями и хранящейся в центральной БД, на стационарных рабочих местах (дополнительно для менеджеров доступна мобильная версия рабочего места).

Важной особенностью данного SFA-решения является возможность функционирования либо в составе комплекса ERP Монолит, либо во взаимодействии с ERP системами других производителей посредством интеграции. Для интеграции с ERP системами сторонних производителей предназначен модуль обмена данными, который позволяет выполнять обмены в открытом формате XML.

Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ В СИСТЕМЕ



Рисунок 1. Организация работы в системе

Менеджер (супервизор) управляет обслуживанием клиентов, как правило, работая в офисе, хотя существует возможность удаленной работы посредством клиентского ПО через сеть Интернет. На основании планов, заданий сотрудникам и установленных для сбытовых циклов активностей (маркетинговые мероприятия: анкеты, для фиксации собранной информации) в автоматическом режиме с возможностью ручной корректировки он формирует для мобильных сотрудников графики и маршруты. В соответствии с планами маркетинговых мероприятий супервизор может создать новые или использовать стандартные шаблоны для анкетирования при посещении торговых точек. Наряду со стационарным рабочим местом в системе предусмотрено также *мобильное рабочее место менеджера*, которое предназначено для целей аудита, контроля и обучения подчиненных сотрудников (см. подробнее в брошюре «Управление аудитом и обучением»).

Мобильные сотрудники оснащены карманными персональными компьютерами (КПК), на которые оперативно поступают задания по обслуживанию клиентов.

Повседневный цикл работы **торгового представителя** заключается в получении маршрутов и обходе торговых точек, где отгружаются выполненные заказы и принимаются новые. В каждый момент времени сотруднику доступна оперативная

информация о состоянии баланса клиента, товарных запасах в точке и на складе, ценах и скидках. Дополнительно может быть внесена информация о наличии и состоянии арендуемого торгового оборудования в точке.

Мерчендайзер также работает в соответствии с формируемыми в системе маршрутами. Для сбора маркетинговой информации на КПК используется механизм анкет визитов, которые позволяют быстро вносить информацию в соответствии с заданным шаблоном. Характер информации может быть самым различным, например, данные о запасах в точке или ценах на продукцию конкурентов. Мерчендайзер также может оформить заказ на недостающую продукцию и в случае необходимости направить его непосредственно дистрибьютору.

По окончании некоторого периода (например, рабочего дня) информация с КПК мобильных сотрудников поступает в систему. Супервизор может непосредственно увидеть плановые показатели и фактические результаты, анализировать итоги и оперативно реагировать на изменение ситуации

Дистрибьютор, интегрированный в цикл сбыта, получает переводные заказы непосредственно в собственной информационной системе без дополнительных затрат на их передачу и ввод оператором. Возможен также обмен информацией на уровне информационных систем о блокируемых клиентах, их балансе, состоянии товарных запасов, ценах. Дистрибьютор также может самостоятельно оформить заказ в системе поставщика, используя удаленное рабочее место, функционирующее через сеть Интернет.

КОНФИГУРАЦИЯ СИСТЕМЫ

Типовая конфигурация решения, представленная на схеме справа, рассчитана на управление сбытом компании регионального или национального масштаба. Приведенная конфигурация является *централизованной* и требует организации каналов постоянной связи с головным офисом. Для удаленной работы руководителей региональных отделов продаж и привлечения дистрибьюторов к непосредственной работе в системе используется модуль веб-доступа и клиентское ПО, устанавливаемое на стационарное рабочее место.

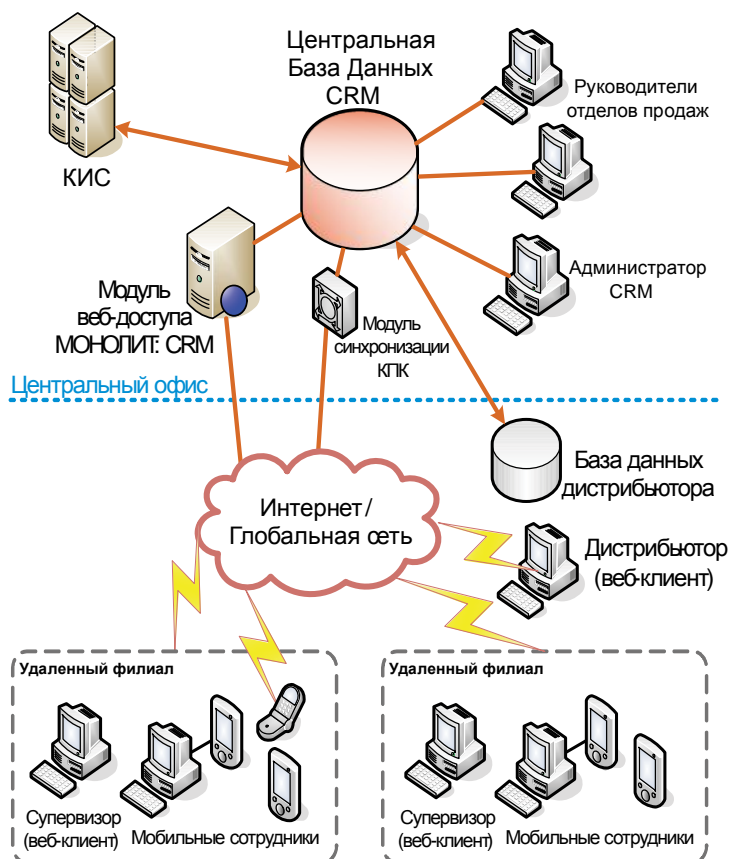


Рисунок 2. Типовая конфигурация системы

КЛЮЧЕВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ

Управление территорией

Решение задачи управления территорией обеспечивается следующими функциональными возможностями мобильного рабочего места:

Ведение и хранение клиентской базы — предоставляет возможность просмотра и отбора клиентов и добавления новых клиентов (*см. подробнее в брошюре «Управление территорией»*);

Хранение, модификация и просмотр актуальной карточки клиента по каждой точке продаж — предоставляет возможность редактирования атрибутов торговой точки

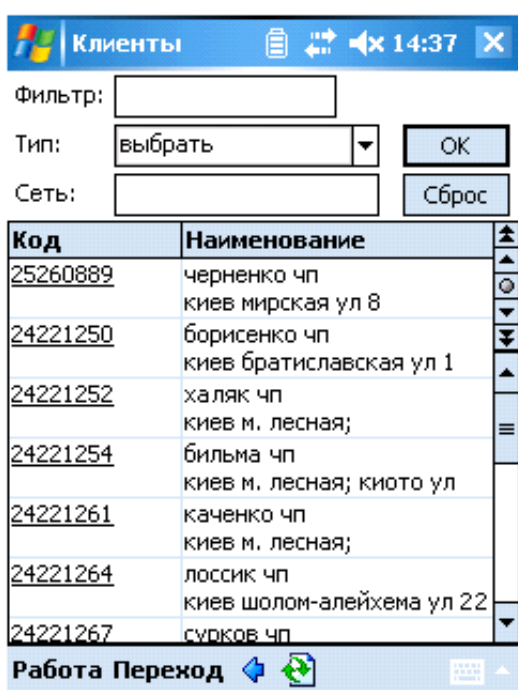


Рисунок 3

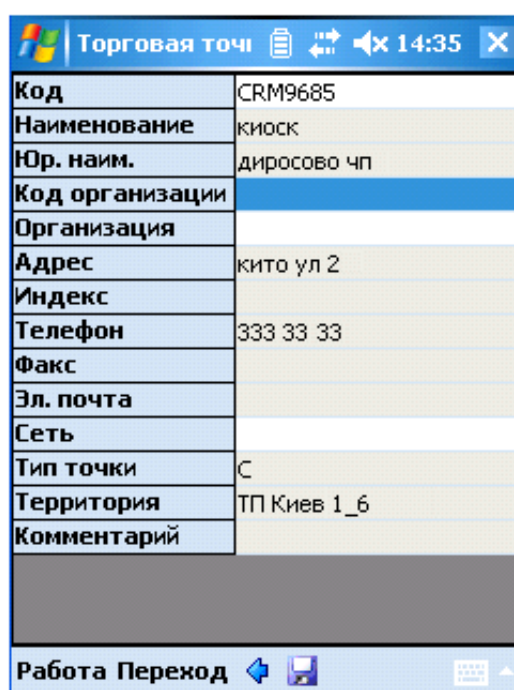


Рисунок 4

Информация об оборудовании в аренде:

- Просмотр и корректировка характеристик арендного оборудования;
- Выполнение операций с арендным оборудованием — установка, демонтаж, перемещение, ремонт (*см. подробнее изложена в брошюре «Управление сервисным обслуживанием»*);

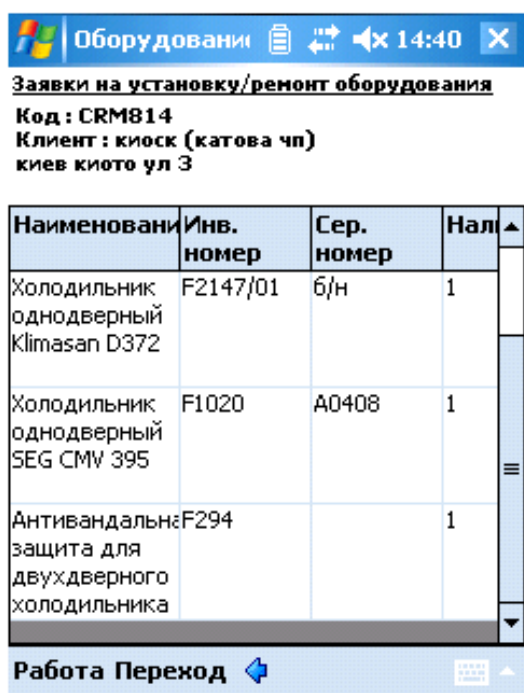


Рисунок 5

Информация о взаиморасчетах с компанией или дистрибьютором —

позволяет настроить либо автоматическую блокировку приема новых заказов при наличии задолженности, либо отображение предупреждения о наличии задолженности, либо игнорирование факта наличия задолженности.

- Реестр выставленных счетов к оплате;
- Реестр платежных документов;
- Реестр документов учета задолженности по таре.

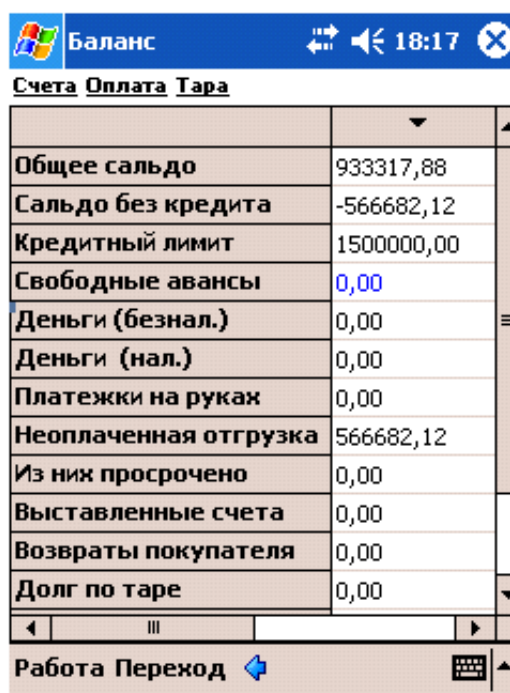


Рисунок 6

Информация о принятых заказах и выполнении заказов компанией или дистрибьютором —

на основе информации о предыдущих заказах выполняется расчет величины рекомендованного заказа продукции.

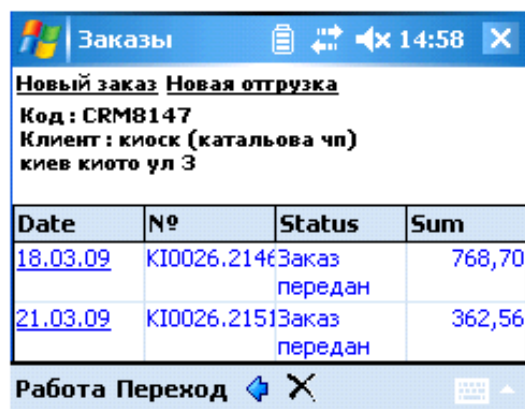


Рисунок 7

Мониторинг состояния рынка

Решение задачи мониторинга состояния рынка обеспечивается средствами сбора информации на основе анкет. В ходе выполнения визита к клиенту на мобильном рабочем месте исполнителя отображаются все необходимые для заполнения анкеты. Анкеты состоят из мониторингов, которые в свою очередь могут иметь признак обязательности заполнения.

- Механизм анкет позволяет осуществлять сбор разнообразной информации:
- Остатки продукции;
- Розничные цены на собственную продукцию и продукцию конкурентов;
- Размещение рекламных материалов;
- Соответствие выкладки товаров стандарту;
- Выполнение программ лояльности;
- и пр.

В качестве строк анкеты может использовать матрица, содержащая товарные позиции, которые могут быть упорядочены по значимости (важности). При отображении товарных позиций в анкетах каждая строка может быть выделена определенным цветом.

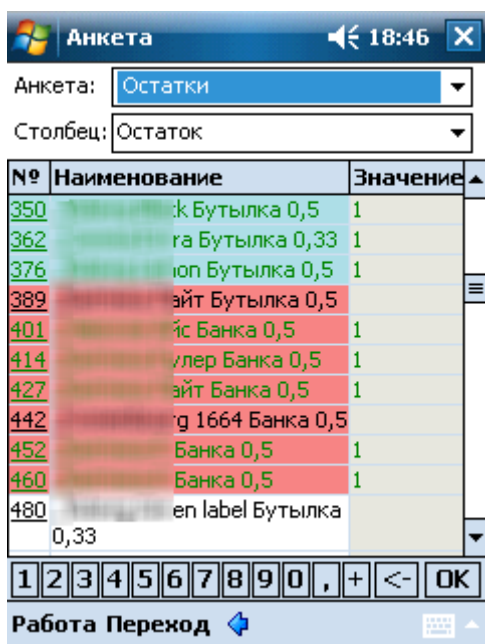


Рисунок 8

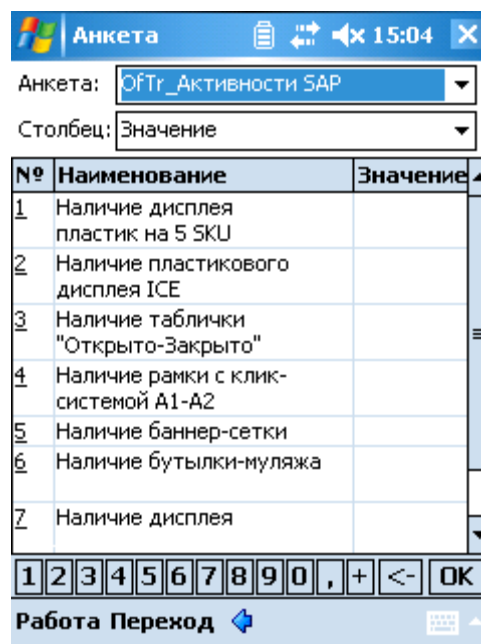


Рисунок 9

Прием заказов

Процедура приема и обработки заказов в системе имеет следующую последовательность:

- В ходе визита (планового или внепланового) исполнитель создает и вводит заказ на поставку продукции. В зависимости от настройки системы при создании заказа может быть выполнена проверка наличия задолженности по данному клиенту и выдано либо соответствующее предупреждение, либо запрет на создание заказа;
- В форме ввода заказа исполнителю отображается информация о предыдущих остатках продукции и заказанном количестве по каждой товарной позиции за три предшествующих визита. На основе этой информации система рассчитывает величину рекомендованного количества каждой товарной позиции нового заказа;
- Сформированные заказы в рамках сеанса синхронизации передаются в центральную БД;

Система управления взаимоотношениями с клиентами предоставляет средства для автоматизации обработки следующих разновидностей заказов:

- Заказы прямых продаж — поступившие заказы из центральной БД передаются в ERP систему Компании;
- Заказы переводные на дистрибьютора — поступившие заказы в центральную БД передаются через модуль обмена в информационную систему дистрибьютора;
- Заказы VAN продаж (выездная торговля) — заказы выполняются в рамках визита исполнителя к клиенту.

Информация о статусе обработанных заказов поступает через модуль обмена из внешних ERP систем Компании или дистрибьютора.

Заказ	
Дата создания	21.08.09 15:10:50
Номер	KI0026.21539
Статус	Заказ создан
Статус в УП	Entered
Сумма заказа	0
Код клиента	CRM8147
Клиент	киоск (катальова чп) киото ул 3
Склад	СГП ДК Вишнев 1
Дата отгрузки	22.08.09
Вид оплаты	Наличные (б/ч)
Документ	Строки
Атрибуты	0

Рисунок 10

Заказ						
Группа: <input type="text" value="выбраны все"/>						
Товарная позиция	Кол-во	Рек.	21.08	14.08	07.08	Цена
Светлое пиво 1715	20	0	20	20	—	2,45
Светлое пиво	8	8	9	9	—	2
Светлое пиво	20	0	20	40	—	2
Пепси-г.0.3л	24	0	24	—	—	1,88
Пепси-Т 0.5л	24	0	24	—	—	2,80
Пепси-Т 1л	12	0	12	—	—	3,80
Пепси-	6	0	6	—	—	4,90
						482,80

Рисунок 11

Расчет показателей эффективности для торговых представителей

В системе управления взаимоотношениями с клиентами задача расчет показателей эффективности для торговых представителей решается следующим образом:

- ❑ формулируется показатель эффективности и определяется алгоритм его вычисления (например, объем реализованной продукции торговым представителем за месяц, выполнение целей по дистрибуции по определенным SKU, средний заказ на визите, и т.д.);
- ❑ ежедневно производится расчет всех установленных показателей эффективности для каждого сотрудника;
- ❑ рассчитанные значения величин показателей эффективности выгружаются непосредственным исполнителям на мобильное рабочее место (КПК);
- ❑ для каждого показателя эффективности в системе определено целевое (плановое) значение;
- ❑ каждый исполнитель на своем мобильном рабочем месте получает по два значения для каждого показателя эффективности — целевое и фактическое (вычисленное) — тем самым он может ежедневно оценивать степень достижения поставленных целей;
- ❑ на основе соотношения величин целевого и фактического значения каждого показателя эффективности в системе формируется отчет, который является основой для расчета премий и бонусов.

Задача	Цель	Вып.
Продажи в дал (пиво)	4445	4928
Среднее кол-во SKU	21	19
Продажи в дал (Пепси)	911	931
Минимальное кол-во ТТ		0

Рисунок 12. Показатели эффективности

Преимущества использования SFA-решения от Монолит-Инфо

- ❑ Сокращение времени на администрирование, ликвидация бумажных отчетов
- ❑ Возможность внесения оперативных изменений для уточнения плана/графика посещения клиентов, назначения заданий исполнителей
- ❑ Оперативный доступ исполнителей ко всей необходимой информации
- ❑ Единая стандартизированная отчетность
- ❑ Апробированное решение для автоматизации службы продаж компании национального масштаба (более 4000 торговых представителей)
- ❑ Автоматизация взаимодействия с дистрибьюторами
 - ✓ Возможность интеграции системы управления взаимоотношениями с клиентами с ERP системами сторонних производителей посредством модуля обмена данными (разработан отдельный модуль для интеграции с системой 1С: Предприятие 7.7/8.x)

© ЗАО «Монолит-Инфо», 2009
Российская Федерация, 191123,
г. Санкт-Петербург, ул. Рылеева, дом 29
Тел.: +7 (812) 334-95-95, 272-78-35
Факс: +7 (812) 334-95-97
E-mail: info@monolit.com
<http://www.monolit.com>