

GALAXY CRM

Διαχείριση Επαφών:

Το Σύστημα Διαχείρισης Σχέσεων με πελάτες (CRM) που οργανώνει, παρακολουθεί, διαχειρίζεται και βελτιστοποιεί τις σχέσεις κάθε επιχείρησης με τους πελάτες της.

Σχεδιασμένο και ανεπτυγμένο στην πιο σύγχρονη τεχνολογία Galaxy από την SingularLogic, αποτελεί την εγγύηση που θα οδηγήσει την επιχείρηση που το επιλέγει στο μέλλον.

Η εφαρμογή παρακολουθεί όλα τα στοιχεία των επαφών είτε είναι λογαριασμοί – εταιρίες είτε φυσικά πρόσωπα είτε υποκαταστήματα. Επιπλέον μπορεί να έχουν σχέση πελάτη, προμηθευτή, συνεργάτη, είτε εργαζόμενου στην εταιρία, είτε απλά να είναι υποψήφιος πελάτης.

Πολύ σημαντική είναι επίσης η σχέση μεταξύ των επαφών, όπου σε μία εταιρία αναφέρονται τα φυσικά πρόσωπα επικοινωνίας και η θέση τους στην επιχείρηση καθώς και τα υποκαταστήματά της. Επιπλέον στα φυσικά πρόσωπα, μπορούν να οριστούν προσωπικές (πχ πατέρας – υιός) ή άλλες σχέσεις.

Σημειώνεται ότι μία επαφή μπορεί να συσχετίζεται με πολλούς λογαριασμούς όπως πχ. ένας λογιστής που προσφέρει τις υπηρεσίες του σε πολλές εταιρίες.

- Δυνατότητα καταχώρησης εταιριών – λογαριασμών με
 - Πολλαπλές διευθύνσεις
 - Φυσικά πρόσωπα επικοινωνίας και θέση εργασίας
 - Συνεργάτες-Διαχείριση των συνεργατών μέσω των οποίων παρακολουθούμε τους πελάτες.
 - Υποκαταστήματα
- Φυσικά πρόσωπα με
 - Στοιχεία επικοινωνίας - πολλαπλά τηλέφωνα, email
 - Προσωπικά στοιχεία (πχ. αριθμό ταυτότητας, οικογενειακή κατάσταση, φωτογραφία κτλ.)
 - Σχέσεις με άλλες επαφές πχ. σύζυγος, συνεργάτης
 - Ονομαστικές εορτές, επέτειοι πχ. ημερομηνία γάμου, γέννησης παιδιού Έτσι ώστε μπαίνοντας στην εφαρμογή να βλέπουμε ποιοι εορτάζουν τη συγκεκριμένη ημέρα ώστε να τους στείλουμε email ή sms.
 - Προσφωνήσεις Μπορούμε να έχουμε διαφορετική προσφώνηση ανά επαφή και να την χρησιμοποιούμε κατά τη δημιουργία προσωποποιημένων επιστολών
- Δυνατότητα ένταξης σε κατηγορίες Για παράδειγμα ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ή VIP πελάτες, ώστε σε ενέργειες marketing να επιλέξουμε μια καμπάνια να απευθύνεται μόνο σε συγκεκριμένη κατηγορία πελατών.
- Δυνατότητα προσθήκης οριζόμενων χαρακτηριστικών που αποτελούν πληροφορίες που επιθυμούμε να έχουμε ανά επαφή και για κάθε

επιχείρηση. Παράδειγμα θα μπορούσε για μια επιχείρηση να είναι ο τζίρος της ή ο αριθμός των εργαζομένων.

- Καταχώρηση πηγής προέλευσης. Με αυτή την πληροφορία μπορούμε να γνωρίζουμε πόσοι δυνητικοί πελάτες ενδιαφέρθηκαν πχ. γιατί είδαν τη διαφήμιση ή γιατί τους μίλησε κάποιος συνεργάτης ή επισκέφθηκαν την ιστοσελίδα μας στο Internet.
- Παρακολούθηση ειδών της κάθε επαφής (πότε τα προμηθεύτηκε, αν είναι ενεργά, σε τι ποσότητα)
- Μέσω εύχρηστου εργαλείου (wizard) μπορούν να δημιουργηθούν στατικές ή δυναμικές λίστες πελατών.
- Πλήρες ιστορικό δραστηριοτήτων – επικοινωνίας επαφών. Συγκεκριμένα μέσα από μια επαφή μπορούμε να δούμε όλες τις δραστηριότητες που έγιναν (ραντεβού, ευκαιρίες πώλησης, εξέλιξη, ενέργειες marketing, emails, sms κλπ.).
- Συνοπτική εικόνα παραπόνων, αιτημάτων, ευκαιριών πώλησης επαφής
- Εισαγωγή – συγχρονισμός με τους συναλλασσόμενους, ενδιαμέσους της εμπορικής διαχείρισης (πχ. πελάτες, πωλητές κλπ.) και του CRM. Παράδειγμα ένας νέος πελάτης στην εμπορική διαχείριση ανοίγει αυτόματα σαν επαφή στο CRM ή ένας νέος πωλητής ανοίγει αυτόματα ως εργαζόμενος στο CRM.
- Διαχείριση Πόρων:
- Το CRM συμμετέχει και στην ενδοεταιρική οργάνωση. Δίνει την δυνατότητα εισαγωγής του οργανογράμματος της επιχείρησης, με επιπλέον δυνατότητες ανάθεσης εργασιών σε υφιστάμενους, πρόσκληση σε ραντεβού, εύρεση διαθεσιμότητας υπαλλήλων ή εξοπλισμού κά.
- Δυνατότητα απεικόνισης του οργανογράμματος της επιχείρησης με τμήματα, υπευθύνους, υπαλλήλους και πάγιο εξοπλισμό
- Αναθέσεις εργασιών, αιτημάτων σε υπαλλήλους, πρόσκληση για συμμετοχή σε ραντεβού
- Ημερολόγιο απασχόλησης. Συγκεκριμένα πρόκειται για προσωπικό ημερολόγιο του υπαλλήλου σε περιβάλλον MS- Outlook, αλλά και ολόκληρου του τμήματος για προϊστάμενους με δυνατότητα φιλτραρίσματος ανά υπάλληλο, ανά ημερομηνία κτλ.
- Λίστα εκκρεμοτήτων – εργασιών
- Ειδοποιήσεις για επερχόμενα γεγονότα πχ. ραντεβού. Επιπλέον η εφαρμογή φροντίζει με alerts να τα υπενθυμίζει.
- Έλεγχος -ανεύρεση διαθεσιμότητας συνδυασμού υπαλλήλων – εξοπλισμού
Για παράδειγμα αν θέλουμε να διοργανώσουμε μια συνάντηση, προσκαλούμε τους συμμετέχοντες και δεσμεύουμε μια αίθουσα.

- Σύστημα ασφαλείας
- Στην σύγχρονη επιχείρηση υπάρχουν διακριτοί ρόλοι με διαφορετικά καθήκοντα και δικαιώματα. Το CRM προσφέρει ένα εξελιγμένο σύστημα ασφαλείας, βασισμένο στο οργανόγραμμα της εταιρίας αλλά και στους διαφορετικούς ρόλους που μπορεί να υπάρχουν σε κάποιο τμήμα - διεύθυνση
- Δυνατότητα ορισμού επιπέδου πρόσβασης βάσει οργανογράμματος πχ. υπεύθυνος τμήματος δημιουργεί εργασίες για τους υπαλλήλους του τμήματος
- Κοινή χρήση δικαιωμάτων πχ. ο υπάλληλος Α που απουσιάζει μεταβιβάζει τα δικαιώματά του στον υπάλληλο Β. Έτσι μπορεί ο υπάλληλος Β να βλέπει όλες τις εκκρεμότητες του Α και να τις διαχειρίζεται.
- Δυνατότητα ορισμού δικαιωμάτων σε ομάδες επαφών (target groups) πχ.ο πωλητής Νοτίου Ελλάδος, μπορεί να κάνει προσφορές μόνο στις επαφές Νοτίου Ελλάδος.
- Κοινές δραστηριότητες: Δίνεται η δυνατότητα παρακολούθησης της επικοινωνίας είτε τηλεφωνικής ή προσωπικής (ραντεβού) είτε με άλλο τρόπο, καθώς και τα αποτελέσματα αυτής.
- Δυνατότητα καταχωρήσεων κοινών δραστηριοτήτων όπως ραντεβού, τηλεφωνικές κλήσεις, εργασίες κλπ, και διατήρησή τους τόσο στο ιστορικό των επαφών όσο και στον υπαλλήλου.
- Παραμετροποίηση λειτουργικότητας ως προς τη συμπεριφορά μιας δραστηριότητας, πχ. αν δεσμεύει χρόνο, αν είναι εκκρεμότητα, αν παρακάμπει το σύστημα ασφαλείας κά.
- Συμμετοχή πολλαπλών λογαριασμών και επαφών, καθώς και πολλαπλών πόρων της επιχείρησης σε μια δραστηριότητα.
- Δυνατότητα ορισμού πιθανών καταστάσεων πχ. αίτηση αδείας, υποβολή, υπό έγκριση, εγκεκριμένη, σε εκκρεμότητα, σε εξέλιξη, ολοκληρώθηκε κά.
- Δυνατότητα ανάθεσης σε υπεύθυνο για την ολοκλήρωση της δραστηριότητας.
- Δυνατότητα δημιουργίας και παρακολούθηση δραστηριοτήτων σε μορφή ροής εφόσον έχουν κάποια χρονική αλληλουχία, πχ. ραντεβού με την επαφή ύστερα από τηλεφωνική κλήση.
- Μαζικές δραστηριότητες - Καμπάνιες:
- Όταν μία ενέργεια αφορά παραπάνω από μία επαφή πχ. στα πλαίσια μιας διαφημιστικής καμπάνιας, τότε χρησιμοποιούνται οι μαζικές δραστηριότητες
- Δημιουργία εκστρατείας- καμπάνιας με τμηματοποίηση των πελατών (λίστες).

- Δυνατότητα ορισμού σε κάθε καμπάνια της θέσης εργασίας που απευθύνεται η ενέργεια πχ. η καμπάνια για εξοπλισμό ΗΥ απευθύνεται στους διευθυντές πληροφορικής των εταιριών, οπότε τα email θα σταλούν μόνο σε αυτούς.
- Δημιουργία μαζικών δραστηριοτήτων, που αφορούν την καμπάνια και μαζική αποστολή προσωποποιημένων emails, SMS, επιστολών, fax.
- Δυνατότητα παρακολούθησης αποκρίσεων επαφών. Δηλαδή μπορούμε να καταγράψουμε ποιοι αποδέχθηκαν τη προσφορά που κάναμε μέσω της καμπάνιας, ποιοι ενδιαφέρθηκαν, ποιοι αρνήθηκαν, και να πάρουμε στατιστικά στοιχεία για τη αποτελεσματικότητά της
- Ευκαιρίες πώλησης:
- Προσφέρεται η δυνατότητα παρακολούθησης του κύκλου πώλησης, από την αρχική εκδήλωση ενδιαφέροντος μέχρι την δημιουργία προσφοράς στην εφαρμογή εμπορικής διαχείρισης.
- Δυνατότητα δημιουργίας ευκαιριών πώλησης
- Ορισμός σταδίων των ευκαιριών πώλησης με πιθανότητες επιτυχίας και κύκλο ζωής Έχουμε τη δυνατότητα ανάλογα με το στάδιο που βρίσκεται μια ευκαιρία πώλησης να καθορίσουμε στην εφαρμογή την πιθανότητα που έχει να κλείσει με επιτυχία.
- Παρακολούθηση κερδισμένων, χαμένων ευκαιριών με καταγραφή του λόγου απώλειας της ευκαιρίας, πχ. ανταγωνισμός, κόστος κλπ.
- Δημιουργία εγγραφών στην εφαρμογή εμπορικής διαχείρισης.
- Δείκτες (KPIs) ευκαιριών πώλησης πχ. ανοικτές ευκαιρίες πώλησης, κερδισμένες τελευταίου διαστήματος
- Συγχρονισμός με MS-Outlook
- Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες, να συγχρονίσουν τα στοιχεία που έχουν στον προσωπικό τους υπολογιστή με αυτά του CRM
- Εισαγωγή - μεταβολή ραντεβού, επαφών, εργασιών (tasks)
- Δυνατότητα ανάθεσης των παραπάνω σε υπάλληλο. Πχ. εισερχόμενο email για υποστήριξη να ανατεθεί σε υπάλληλο για να το εξυπηρετήσει
- Telemarketing:
- Αυτόματη τηλεφωνική κλήση, εφόσον υπάρχει σύνδεση με το τηλεφωνικό κέντρο
- Καταγραφή αποτελεσμάτων, σημειώσεων, επανάκλησης. Πχ. πόσοι πελάτες αποδέχθηκαν την προσφορά κάποιας καμπάνιας, σε πόσους πρέπει να γίνει επανάκληση και υπενθυμίσει γι' αυτό, τα σχόλιά τους κλπ.
- Μέσω των telemarketing ενεργειών μπορούμε να ορίσουμε νέες δραστηριότητες πχ. νέα ραντεβού. Στη συνέχεια πληροφορούμαστε για την αποτελεσματικότητα της ενέργειας.

- Ερωτηματολόγια, καταγραφή απαντήσεων. Πχ. σε μια έρευνα ικανοποίησης πελατών εισάγεται το ερωτηματολόγιο, οι πιθανές απαντήσεις. Στη συνέχεια μπορούμε να έχουμε αναλυτική στατιστική πληροφόρηση που θα μας βοηθήσει σε περαιτέρω ενέργειες.
- **Workflows:**
- Κάποιες διαδικασίες μπορούν να περιλαμβάνουν ένα σύνολο ενεργειών οι οποίες να εμπλέκουν και διαφορετικούς ενδιαφερόμενους, όπως πχ. μία αίτηση αδειας ακολουθεί μία ροή εγκρίσεων πριν φτάσει στο τμήμα προσωπικού.
- Δυνατότητα σχεδιασμού ροής δραστηριοτήτων (αλληλουχία ενεργειών) και δημιουργίας θυγατρικών δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα:
 - Δυνατότητα καθορισμού του workflow που μπορεί να ακολουθήσει μια δραστηριότητα
 - Δυνατότητα βάση συνθηκών (κανόνων) να καθοδηγούμε την εφαρμογή να δημιουργεί αυτόματα νέες δραστηριότητες.
- Αυτοματοποιημένη μεταβολή κατάστασης με την ολοκλήρωση των θυγατρικών δραστηριοτήτων: Αν δηλαδή κάποιος ολοκληρώσει τις επιμέρους εργασίες που βρίσκονται κάτω από μια βασική να μπορεί η βασική δραστηριότητα να μεταβεί στο επόμενο στάδιο πχ να ολοκληρωθεί.
- **Help Desk:**
- υποστήριξη της μετά την πώληση σχέσης με τους πελάτες είναι ένα σημαντικό βήμα για την εξασφάλιση της πιστότητας των πελατών και την εδραίωση του καλού ονόματος της εταιρίας
- Συμβόλαια
 - Υποστήριξη συμβολαίων πελατών, έναρξη-λήξη, παρακολούθηση νέων εκδόσεων των προϊόντων των πελατών, ώρες συμβολαίων (ανάλωση ωρών μέσω εργασιών ή ραντεβού και παρακολούθηση υπολοίπου τους).
 - Μαζικές ενέργειες για υπενθυμίσεις (αποστολή SMS, Emails, επιστολών), ανανεώσεις.
- **Αιτήματα**
 - Καταγραφή παραπόνων, αιτημάτων πελατών
 - Δυνατότητα παραμετροποίησης ενεργειών προώθησης – επίλυσης αιτημάτων
 - Καταγραφή αποτελεσμάτων στις δραστηριότητες πχ τεχνικός απασχολήθηκε 3 ώρες και για επισκευή χρέωσε τις δύο.
 - Υπολογισμός χρεώσεων, αναλώσεις συμβολαίων
 - Βάση γνώσεων αντιμετώπισης προβλημάτων, αιτίες, προτεινόμενες λύσεις

- Δείκτες (KPIS) αιτημάτων
- Ανταγωνισμός
- Είδη ανταγωνισμού
 - Ανταγωνιστές και ποια προϊόντα προωθούν στην αγορά με τιμοκατάλογο ανά ανταγωνιστή
 - Ανταγωνιστικά προϊόντα της αγοράς και με ποια δικά μας ανταγωνίζονται
 - Ποιες επαφές (πελάτες) έχουν ποια είδη ανταγωνισμού
- Ευκαιρίες πώλησης
 - Συμμετοχές ανταγωνισμού σε ευκαιρίες πώλησης.
 - Αποτελέσματα -αξιολόγηση (κερδισμένα - χαμένα) σε σχέση με ανταγωνιστή, ή ανταγωνιστικό προϊόν
- Έργα Επέκταση της Διαχείρισης Έργων της εμπορολογιστικής εφαρμογής
- Δημιουργία – ένταξη των δραστηριοτήτων σε έργα και εργασίες
- Εκκρεμείς – ολοκληρωμένες εργασίες. Ο συνδυασμός εμπορικής εφαρμογής και crm στα έργα δίνει μια συνολική εικόνα στο έργο.

I-softconsulting