

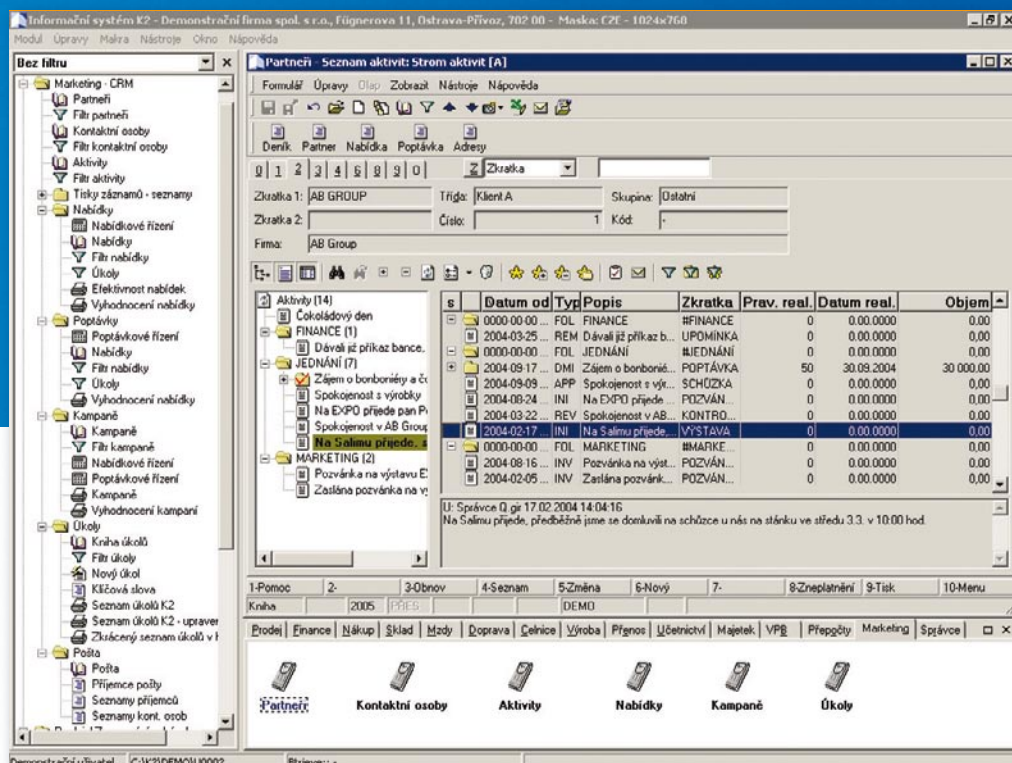
Modul Marketing slouží k vedení prodejních příležitostí směrem k uzavření obchodu.

## FUNKCE PARTNERŮ

- > Aktivita s partnerem
- > Bonita
- > Branže partnera
- > Definovatelné číselníky pro partnera
- > Evidence úkolů od partnera
- > Finanční potenciál
- > Kontaktní osoby
- > Obor partnera
- > Ověření v obchodním rejstříku
- > Původ kontaktu
- > Rozjednané obchody
- > Skupina partnera
- > Spokojenost
- > Stanovená péče
- > Třída partnera
- > Třídění dle oblastí
- > Třídění dle regionů
- > Vazba na zákazníka
- > Zodpovědná osoba

## FUNKCE AKTIVIT

- > Datum předpokládaného prodeje
- > Fáze rozjednaných obchodů
- > Komunikace k zákazníkům
- > Plán další činnosti
- > Pravděpodobnost realizace obchodu
- > Propojení na úkoly
- > Předpokládané obchody budoucích dnů
- > Sledování korespondence
- > Třídění aktivit dle osob, obchodníků, typů, času, složek
- > Události dne



## CRM přístup

Zajišťuje průběžné mapování tržního potenciálu. Sledování aktivit a práce s informacemi stanovuje význam všech událostí (jednání, korespondence, rozhovory atd.) dle jejich vlivu na uzavření nového kontraktu. Klíčové údaje ke zhodnocení reálnosti prodeje jsou soustředěny do jedině přehledné a vypovídající agendy. Odpovídají na otázky, jak veliký je nejbližší možný obchod, předpokládaný termín jeho uzavření, míra pravděpodobnosti s jakou se uskuteční a kdo za obchod zodpovídá. Podrobnost a rozsah struktury sledovaných informací je ponechána na náročnosti a potřebách uživatele.

## Vypovídací schopnost o budoucích obchodech

Sdružování aktivit do jediného místa umožňuje sledování obchodních, marketingových, servisních i jiných činností napříč všemi kontakty. Přehled událostí s partnerem a jeho kontaktními osobami je vytvářen automaticky na kartě kontaktu. Výsledkem jsou samostatné deníky partnera a každé kontaktní osoby.

## Zaměření na cíl

Hlavní cíl celého systému je zobrazení aktuálního souhrnu, za jakou dobu mohou uzavřít konkrétní objem obchodů a kdo je za ně zodpovědný. Tato stěžejní vypovídací schopnost je uživatelsky natolik dostupná, že k jejímu vyhodnocení není potřeba zkoumat historii a kroky sledovaného obchodu. Použití modulu Marketing umožňuje zpětně vyhodnotit postupy vedoucí nejrychlejší cestou k uzavření kontraktu a získání možnosti prodat.

## Vedení jednotlivých obchodů

Monitoring veškerých událostí a aktivit rozjednaného obchodního případu přispívá k jeho cílenému uzavření. Výhodou je univerzální stavba modulu Marketing založená na číselnících. Jejich naplněním lze definovat pro každou firmu odlišná hodnotící kritéria a průběžným vyhodnocováním určovat zbývající kroky k uzavření obchodu. Pro partnery, kteří jsou pro firmu současně i klienty, je vytvořeno propojení na kartu zákazníka (zobrazující ekonomický pohled a rozbor). U nových klientů se karta zákazníka tvoří automaticky z existující karty partnera.

## Zrušení hranice mezi tržními příležitostmi a klienty

Doplněním Marketingového modulu do standardního Informačního systému K2 zaniká informační hranice mezi vyhodnocováním v marketingu a ekonomice. Přímou v jednom systému lze hodnotit například úspěšnost kampaně z hlediska nákladů, odezvy, zisku, zájmu, regionu atd. Dané hodnocení zahrnuje jak skutečnosti historické (uhrazené náklady a existující doklady), tak běžící akce, které účetnictví ještě nemusí dokladově evidovat. Veškeré nové události jsou v hodnocení zobrazovány automaticky.



## FUNKCE AKTIVIT

- > Vazba na doklady IS
- > Vedení komunikace ke konkrétní zakázce
- > Výhledy sjednávaných obchodů
- > Zápisy z jednání
- > Zodpovědná osoba

## FUNKCE KONTAKTNÍCH OSOB

- > Asistenti a zastupující osoby
- > Deník činnosti obchodních zástupců
- > Evidence dárků a reklamních předmětů
- > Filtrace skupin stejného zařazení
- > Hromadná korespondence
- > Hromadné tisky adresných štítků
- > Hromadné vytváření aktivit
- > Marketingové zařazení
- > Plány školení, kvalifikace a výcviku
- > Preferované dny ke kontaktu
- > Třídění dle data narození
- > Třídění dle funkcí a postavení
- > Vytváření kampaní a nabídek
- > Záliby, vzdělání, jazyky, povahy

## FUNKCE KAMPAŇÍ A NABÍDEK

- > Evidence odezvy
- > Nabídkové řízení
- > Obeslaní partneri
- > Oslovené osoby
- > Poptávkové řízení
- > Rozesílací seznamy
- > Vyhodnocení činnosti obchodníků
- > Vyhodnocení efektivnosti
- > Vyhodnocení ekonomické rentability
- > Vyhodnocení kampaní
- > Vyhodnocení nabídek
- > Vyhodnocení úspěšnosti

## Ovládání

Metoda záznamů s využitím více stran nabízejících další typy informací je použita také v modulu Marketing. Důraz je kladen na rychlost a jednotné ovládání celého Informačního systému K2, což zajišťuje rychlou orientaci všech uživatelů. Stejně funkční zvyklosti firmám přináší flexibilní možnost integrování marketingové činnosti a obchodních informací do celofiremního informačního systému.

## Kniha partnerů

Partneři představují největší množinu subjektů, u kterých jsou sledovány jednotlivé činnosti. Kniha je členěna na zájemce, potenciální, nové, nezařazené, konkurující, spolupracující partnery apod. Průběžným vytvářením aktivit je automaticky zaznamenáván celý průběh partnerského kontaktu. Veškeré další statistické údaje a kontaktní osoby jsou výčtem uvedeny na kartě partnera.

## Kniha kontaktních osob

Kontaktní osoby představují množinu všech osob uvedených u všech partnerů, rozšířenou i o samostatně zavedené vizitky. Fyzickým osobám je vhodné založit kartu partnera k získání možnosti vyplnit všechna vyhodnocovaná pole. Karta kontaktní osoby má vazbu na údaje z karty partnera a naopak.

## Kniha aktivit

Kniha sumarizuje veškeré události bez ohledu na to, zda byly směřovány k partnerovi nebo kontaktní osobě. Dle typu jsou aktivity tříděny na předmět nebo způsob činnosti (telefony, faxy, e-maily, schůzky, nabídky atd.). Každá aktivita obsahuje výsledek v podobě subjektivního hodnocení pravděpodobnosti uzavření obchodu, očekávaného objemu financí, stavu a data, kdy bude obchod realizován. Dalším kritériem třídění aktivit je jejich začlenění do kampaní, nabídek, partnerů, kontaktních osob, období, či složek vytvářených uživatelem.

## Kniha kampaní

Kniha je výčtem všech hromadných akcí, kdy každá kampaň představuje množinu aktivit s partnery a osobami zahrnutých v této kampani. Hlavním účelem této knihy je získat okamžitý přehled o účastnících kampaně a jejich reakci. Navíc lze přímo vyhodnocovat ekonomický přínos konkrétní kampaně a její úspěšnost.

## Kniha nabídek

Nabídky sdružují množinu všech činností souvisejících s jedním obchodním případem. Každá nabídka může být svázána s obchodní zakázkou v knize prodeje s využitím existujícího číselníku zboží. Realizovaná aktivita propojí sledovanou nabídku (reprezentující technickou a položkovou konfiguraci) s konkrétním partnerem a tím i potenciálním zákazníkem. Obchodní oddělení může využít knihu nabídek také pro sledování činnosti konkurenčních firem u sledovaných obchodů.

## Budoucnost firmy

Prosperita podniku závisí především na schopnosti prodat nabízený (vyráběný) produkt. Vyhodnocováním s pomocí modulu Marketing lze kvalifikovaně odhadnout předpokládanou spotřebu vzhledem k situaci na trhu. Názory odběratelů evidované aktivitami pomáhají modifikovat vlastnosti nabídky (výrobku). Hloubka vyhodnocování a kvalita vkládaných kritérií je závislá na náročnosti a volbě uživatele. Veškeré výsledky lze rovněž exportovat, tisknout a vzdáleně vyhodnocovat.

## Hromadné vytváření aktivit

Program umožňuje najednou vytvářet množinu stejných aktivit pro definovanou skupinu partnerů nebo osob. Toho lze s výhodou využít při realizaci kampaní, obchodních akcí či distribuci obecných sdělení. Seznam kontaktů vhodných k oslovení může vznikat například pomocí filtru obchodních dokladů obsahujících zvolenou položku nebo srovnání přímo ze systému. Tím lze nabízet příslušenství, doplňky a služby k určitému zboží stávajícím zákazníkům.

## Komunikace

Součástí Informačního systému K2 je vnější a vnitřní pošta. Kombinace úkolů, zasílaných dokumentů a poštovních seznamů umožňuje tvořit workflow procesy. Práce se stejnými daty a společná aplikace eliminuje chyby uživatelů vznikající opisováním a kopírováním dokumentů. Rovněž lze mnoho rutinních činností výrazně automatizovat skriptem programu.