



# Customer Relationship MANAGEMENT

## MICROSOFT BUSINESS SOLUTIONS-NAVISION

### ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

Модуль «Продажи и маркетинг» решения Microsoft® Business Solutions-Navision® предоставляет полные и точные сведения, позволяющие сосредоточиться на взаимодействиях с ключевыми категориями клиентов.

### ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- Более эффективное управление отношениями с клиентами
- Возможность принятия взвешенных решений, касающихся отношений с клиентами
- Настройка решения в соответствии с бизнес-процессами

### КОНЦЕНТРАЦИЯ НА КЛЮЧЕВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТАХ

Успех продаж и маркетинговых кампаний полностью зависит от умения принимать правильные решения в нужный момент. Чтобы повысить качество принимаемых деловых решений, необходимо сохранять концентрацию и контролировать все мероприятия по продажам.

Модуль «Продажи и маркетинг» предоставляет полные и точные сведения, позволяющие сосредоточиться на взаимодействиях с ключевыми потребительскими сегментами. С помощью этого модуля можно:

- повысить производительность;
- добиться конкурентного преимущества;
- обеспечить рост и развитие бизнеса.

### ДОСТУП К ТОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Сотрудники имеют доступ к важной информации о прошедших и предстоящих продажах и маркетинговых кампаниях. В течение нескольких секунд можно получить ответы на такие вопросы, как «Когда я последний раз связывался с компанией А?» или «Когда деловой партнер Б последний раз делал заказ?».

### ВЫЯВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КЛИЕНТОВ

Чтобы повысить качество принимаемых решений, необходимо получать точную информацию обо всех деловых партнерах в режиме реального времени. В системе содержится информация о том, каким клиентам требуется немедленное внимание, а какие могут немного подождать. Клиенты могут быть даже отпрофилированы на основе отношений или дополнительно указанных критериев. Точность информации о контактах

и финансах позволяет быстро принимать стратегические решения.

### **СВЕДЕНИЯ О ПРОШЕДШИХ И ПРЕДСТОЯЩИХ МЕРОПРИЯТИЯХ**

Модуль «Продажи и маркетинг» помогает сотрудникам отдела сбыта следить за состоянием продаж и систематизировать их различные стадии. Доступ к точным данным продаж для каждого контакта можно получить одним нажатием кнопки. Предоставляется полный обзор проблем, возникающих в процессе продаж, что дает возможность внести соответствующие коррективы в разработанный план.

### **АВТОМАТИЗАЦИЯ СТАНДАРТНЫХ ЗАДАЧ**

Сотрудники не просто предоставляют качественные услуги при взаимодействии с партнерами — их действия становятся более эффективными за счет автоматизации трудоемких процессов. Можно использовать средство автоматической синхронизации информации о клиентах и мероприятиях между модулем «Продажи и маркетинг» и программой Microsoft® Outlook®.

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ**

Эффективное планирование повышает коэффициент успеха продаж и маркетинговых кампаний. Модуль «Продажи и маркетинг» позволяет получать точную информацию и обеспечивает быстрый доступ к ней в режиме реального времени. Чтобы получить дополнительную информацию, например о возможности, даже не требуется знать точного имени клиента.

### **ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ**

Можно оценить общий результат кампаний. Доступны сведения о том, насколько успешной была та или иная кампания, а также сведения об общей производительности компании.

### **ПОНИМАНИЕ СУЩНОСТИ БИЗНЕСА**

Благодаря доступу к четкому обзору информации о контактах можно проанализировать и понять будущие

потребности и составить соответствующий план. Можно оценить успех кампаний и, используя имеющиеся сведения, определить конкретные целевые сегменты и возможности.

### **СОХРАНЕНИЕ РАСПОЛОЖЕНИЯ КЛИЕНТОВ**

Удержать существующего клиента гораздо дешевле, чем привлечь нового. Если клиенты не вполне довольны вашими товарами и услугами, есть риск потерять их. Чтобы клиенты не испытывали разочарований, к их нуждам следует относиться с неизменным вниманием.

### **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОТНОШЕНИЯМ С КЛИЕНТАМИ**

Модуль «Продажи и маркетинг» позволяет выделять сегменты в базе данных контактов. Можно персонализировать подход к контактам — на любом языке — и сосредоточиться на индивидуальном маркетинге. Например, для кампании по организации и стимулированию сбыта можно выбрать определенную группу контактов, руководствуясь данными о покупательском поведении во время проводившихся ранее мероприятий.

### **ПРЕВРАЩЕНИЕ КАЖДОГО СОТРУДНИКА В СПЕЦИАЛИСТА ПО КЛИЕНТАМ**

Использование модуля «Продажи и маркетинг» означает, что каждому клиенту будут предоставлены высококачественные услуги. Сотрудники всегда имеют доступ к точной и подробной информации о каждом контакте — модуль «Продажи и маркетинг» позволяет сохранять электронную переписку между сотрудником и клиентом, обеспечивая обмен знаниями между сотрудниками. Каждый сотрудник становится специалистом по всем клиентам, благодаря чему качество предоставляемого обслуживания остается стабильно высоким.

### **MICROSOFT BUSINESS SOLUTIONS**

Microsoft Business Solutions является одним из ключевых подразделений корпорации Microsoft и предлагает широкий спектр бизнес-приложений для предприятий



среднего бизнеса, позволяющих компаниям эффективно развивать свои отношения с клиентами, партнерами, поставщиками и сотрудникам, оптимизировать бизнес-процессы в области финансов, дистрибуции, электронной коммерции, управления проектами, персоналом, производством, цепочками поставок, знаниями, продажами и маркетингом, обслуживания и отношений с клиентами.

Более подробную информацию о решениях Microsoft Business Solutions вы можете получить на сайте:

[www.microsoft.com/rus/businesssolutions](http://www.microsoft.com/rus/businesssolutions)

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ	ОПИСАНИЕ
УПРАВЛЕНИЕ КОНТАКТАМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поддержка и обзор контактных фирм и контактных лиц</li> <li>▪ Автоматическая проверка дублирования при вводе информации о новом контакте</li> <li>▪ Классификация контактов на основе профильных вопросов</li> <li>▪ Индивидуальный подход к контактам</li> </ul>
КЛАССИФИКАЦИЯ КОНТАКТОВ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Классификация контактов по различным категориям, распространение маркетинговой информации в соответствии с индивидуальными потребностями каждого клиента</li> <li>▪ Автоматическое распределение контактов по различным классам на основе разработанных критериев; например, группировка контактов по реализации</li> <li>▪ Ранжирование контактов на основе баллов, полученных после ответа на два вопроса, для определения ценности третьего вопроса.</li> </ul>
УПРАВЛЕНИЕ КАМПАНИЯМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Организация кампаний сформированных целевых сегментов</li> <li>▪ Сегментация контактов на основе определенных критериев, таких как продажи, профили контактов и взаимодействия</li> <li>▪ Многократное использование существующих сегментов. Можно указать, следует ли обновлять существующие сегменты каждый раз при вводе новой информации о контакте или вместо этого нужно «заморозить» группу для последующих действий, например для прямой почтовой рассылки</li> <li>▪ Использование шаблонов с поддержкой нескольких языков для охвата контактов в разных странах</li> <li>▪ Формирования персонализированных документов в Microsoft® Word® для каждого получателя из целевого сегмента проводимой маркетинговой кампании с помощью функции Mail Merge</li> </ul>
УПРАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЯМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Отслеживание возможностей продаж</li> <li>▪ Разделение процесса продаж на несколько стадий (этапов)</li> <li>▪ Поддержка обзора возможностей в ходе процесса продаж</li> </ul>
УПРАВЛЕНИЕ ЗАДАЧАМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Организация задач маркетинга и продаж</li> <li>▪ Создание собственных списков задач</li> <li>▪ Назначение задач другим пользователям или группам пользователей в программе</li> <li>▪ Создание операций, состоящих из нескольких задач</li> <li>▪ Создание внутренних списков задач, не связанных с контактом</li> </ul>
УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАМИ И ПРОТОКОЛ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Занесение в журнал всех взаимодействий с контактами: телефонных звонков, встреч или писем. Если в ходе взаимодействия был составлен документ, можно сохранить его для соответствующего контакта и отслеживать этот документ</li> <li>▪ Занесение в журнал взаимодействий, выполненных в других областях приложения, включая документы, отправленные контактам</li> <li>▪ Вызов контакта простым нажатием кнопки в карточке контакта с помощью устройства связи, совместимого с интерфейсом TAPI (Telephony Application Programming Interface)</li> </ul>
ПОИСК КОНТАКТА	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Поиск всей информации, связанной с контактом, например возможностей, адреса или комментария</li> <li>▪ Получение информации даже при неправильном написании имени контактного лица благодаря использованию нечеткой логики</li> </ul>
ФУНКЦИЯ РЕГИСТРАЦИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ ДЛЯ MICROSOFT EXCHANGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Занесение в журнал всех входящих и исходящих сообщений электронной почты</li> <li>▪ Занесение в журнал сообщений электронной почты, отправленных с помощью Microsoft Navision или Microsoft Outlook</li> <li>▪ Серверные решения, обеспечивающие хранение сообщений электронной почты в «естественной среде»</li> </ul>
ИНТЕГРАЦИЯ КЛИЕНТА	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Синхронизация списков задач и контактов в Microsoft Navision со встречами, задачами и контактами в Microsoft Outlook. Выборочная синхронизация</li> </ul>

## OUTLOOK

- категорий задач: например, можно не синхронизировать праздники или частные встречи
- Получение уведомлений о назначении нового задания по электронной почте в Microsoft Outlook
  - Создание, обновление, отмена и удаление записей в одной программе и автоматическое обновление другой программы в соответствии с выполненными действиями
  - Получение доступа к информации о контакте во время автономной работы
  - Обновление сведений с помощью пакетного задания при следующем подключении к Интернету

### Системные требования

ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВСЕХ ФУНКЦИЙ, УПОМЯНУТЫХ В ЭТОМ ДОКУМЕНТЕ, НЕОБХОДИМО ИМЕТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОДУКТЫ

Решение Microsoft Navision поддерживает 32-разрядные операционные системы и многозадачную клиент-серверную среду. Поддерживаются следующие операционные системы.

32-разрядная версия клиента: Windows® XP, Windows® 2000, Windows® NT и Windows® 98

Сервер Microsoft® Business Solutions–Navision® Database Server: Windows 2000, Windows NT

Сервер Microsoft® SQL Server®

- о Операционная система: см. требования для Microsoft SQL Server 2000, см. требования для MSDE 2000.

- о Другие приложения: Microsoft SQL Server 2000 с пакетом обновления 3 (SP3), MSDE с пакетом обновления 3 (SP3).

© 2005 Microsoft Business Solutions. Все права защищены. Microsoft, Microsoft Navision, Visual Studio и Windows являются охраняемыми товарными знаками корпорации Майкрософт либо их представителей в США и других странах. Названия прочих компаний и продуктов, упомянутые в данном документе являются товарными знаками соответствующих владельцев.