



mySAP
CUSTOMER
RELATIONSHIP
MANAGEMENT
В СФЕРЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ТОВАРОВ

© Copyright 2001 SAP AG. Все права защищены.

Ни одна часть данной публикации не может быть воспроизведена или перенесена в любой форме и с любой целью без четкого разрешения SAP AG. Информация, содержащаяся в данной публикации, может быть изменена без предварительного уведомления.

Некоторые программные продукты, предлагаемые SAP AG и ее дистрибьютерами, содержат компоненты программного обеспечения, являющиеся собственностью других производителей.

Microsoft®, WINDOWS®, NT®, EXCEL®, Word®, PowerPoint® и SQL Server® являются зарегистрированными торговыми марками Microsoft Corporation.

IBM®, DB2®, OS/2®, DB2/6000®, Parallel Sysplex®, MVS/ESA®, RS/6000®, AIX®, S/390®, AS/400®, OS/390® и OS/400® являются зарегистрированными торговыми марками IBM Corporation.

ORACLE® является зарегистрированной торговой маркой ORACLE Corporation.

INFORMIX®-OnLine for SAP и Informix® Dynamic Server™ являются зарегистрированными торговыми марками Informix Software Incorporated.

UNIX®, X/Open®, OSF/1® и Motif® являются зарегистрированными торговыми марками Open Group.

Citrix®, логотип Citrix, ICA®, программа Neighborhood®, MetaFrame®, WinFrame®, VideoFrame®, MultiWin® и другие указанные здесь продукты Citrix являются торговыми марками Citrix Systems, Inc.

HTML, DHTML, XML, XHTML являются торговыми марками или зарегистрированными торговыми марками W3C®, World Wide Web Consortium, Massachusetts Institute of Technology.

JAVA® является зарегистрированной торговой маркой Sun Microsystems, Inc.

JAVASCRIPT® является зарегистрированной торговой маркой Sun Microsystems, Inc., с использованием по лицензии на технологию, изобретенную и реализованную Netscape.

SAP, логотип SAP, R/2, RIVA, R/3, SAP ArchiveLink, SAP Business Workflow, WebFlow, SAP EarlyWatch, BAPI, SAPPHIRE, Management Cockpit, логотип mySAP.com и mySAP.com являются торговыми марками или зарегистрированными торговыми марками SAP AG в Германии и нескольких других странах мира. Все другие продукты, упоминаемые в документе, являются торговыми марками или зарегистрированными торговыми марками соответствующих компаний.

СОДЕРЖАНИЕ

mySAP Customer Relationship Management в сфере потребительских товаров	4
Интерактивное гибкое решение	4
Работа с Интернетом на новом уровне	4
Будущее – за коллаборативным бизнесом	4
Единая информация для клиента	4
Глубокое знание вашей отрасли	5
Простота обучения, легкость эксплуатации	5
mySAP CRM: расширение связей с клиентами в течение всего цикла взаимодействия	5
Привлечение клиента	5
Заключение сделки	5
Выполнение заказа	5
Сервисное обслуживание	5
Привлечение клиентов	6
Координированный подход	6
Быстрый ответ на первые результаты	6
Функции mySAP CRM	6
Преимущества	7
Заключение сделки	7
Широкие возможности персонала за счет полной информированности	7
Центр обработки звонков – реальная помощь вам и вашим клиентам	8
Гибкость и оперативность	8
Функции	8
Преимущества	8
Выполнение заказа	9
Точный прогноз, эффективный поток товаров	9
Функции	9
Преимущества	9
Сервисное обслуживание	10
Построение прочных взаимоотношений	10
Уплотнение цепочки поставок	10
Функции	10
Преимущества	10
В центре внимания – клиент	11
Управление знаниями	11
Интегрированные стратегии для удерживания клиентов	11
Интегрированное и интегративное решение	11
Открытое современное решение, ориентированное в будущее	11

mySAP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Для современных экономических условий характерны сегментированные рынки, диверсификация продукции и предложений в области услуг, а также информированность и требовательность клиентов. В такой ситуации предложение товаров в соответствии с требованиями клиентов представляет собой достаточно сложную задачу, для решения которой со стороны предприятия необходима быстрая реакция на тенденции рынка и полная ориентация на нужды клиентов. Таким образом, в центре бизнес-процессов должны находиться клиенты. mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM) – это мощное полное решение, функции которого содействуют управлению в любой области деятельности предприятия, полностью ориентированного на интересы клиента. Кроме того, оно помогает удовлетворить все требования клиента и даже превзойти его ожидания, обеспечивая лояльность клиентов вашему предприятию и делая ваш бизнес все более прибыльным.

ИНТЕРАКТИВНОЕ ГИБКОЕ РЕШЕНИЕ

mySAP CRM – интегрированное решение, выводящее на новый уровень все программное обеспечение (как SAP, так и сторонних производителей) ваших фронт- и бэк-офисов, что позволяет управлять связями с клиентами как никогда более эффективно. В рамках вашего предприятия решение mySAP CRM бесшовно соединяется с решением по управлению поставками Supply Chain Management (mySAP SCM) и решением по управлению жизненным циклом продукта Product Lifecycle Management (mySAP PLM), что позволяет усовершенствовать как процесс внедрения новой продукции, так и механизмы финансового управления, получения информации и стратегического управления предприятием.

РАБОТА С ИНТЕРНЕТОМ НА НОВОМ УРОВНЕ

Интернет и интернет-технологии – основа решения mySAP CRM. Модуль электронной торговли E-commerce – это интегрированная часть решения, а не просто отдельное приложение. Решение mySAP Enterprise Portal обеспечивает надежную интернет-связь между вами, вашими клиентами и поставщиками. Кроме того, предоставляется полная техническая поддержка мобильных устройств, поддерживающих протокол для беспроводных устройств WAP.

БУДУЩЕЕ – ЗА КОЛЛАБОРАТИВНЫМ БИЗНЕСОМ

Решение mySAP CRM поддерживает коллаборативный бизнес и межкорпоративные связи предприятий. С помощью интернет-технологий вы получаете возможность интеграции ваших систем с системами ваших клиентов, поставщиков и других деловых партнеров, что обеспечивает бесшовное выполнение транзакций в реальном времени и лучшую прозрачность по всему предприятию в целом. В результате, бизнес-процессы выполняются более быстро и эффективно и с меньшими затратами.

ЕДИНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ КЛИЕНТА

Решение mySAP CRM обеспечивает получение вашим персоналом всей необходимой информации для ответов на вопросы клиентов и удовлетворения всех их нужд. Согласованность данных по всему предприятию гарантирует, что во всех точках взаимодействия с клиентами им будет предоставляться единая информация о вашей компании. Более того, персонал вашей компании получает не просто доступ к данным, а реальную возможность принятия решений или выполнения операций, например, операций cross-selling (одновременное предложение клиенту разных товаров и услуг).



ГЛУБОКОЕ ЗНАНИЕ ВАШЕЙ ОТРАСЛИ

Имея большой опыт работы с отраслевыми решениями, SAP в полной мере использует его в создании вашего индивидуального решения CRM с оптимизацией специально в соответствии с требованиями вашей отрасли.

ПРОСТОТА ОБУЧЕНИЯ, ЛЕГКОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Ваш персонал, клиенты и деловые партнеры несомненно оценят доступные для обучения и простые в эксплуатации порталы (mySAP Enterprise Portal), которые они могут адаптировать в соответствии со своими требованиями. Это способствует еще большему удовлетворению клиента и повышению индивидуальной производительности, что в свою очередь приводит к более быстрому получению прибыли на инвестированный капитал.

mySAP CRM: РАСШИРЕНИЕ СВЯЗЕЙ С КЛИЕНТАМИ В ТЕЧЕНИЕ ВСЕГО ЦИКЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Решение mySAP CRM охватывает полностью весь цикл взаимоотношения с клиентом, который можно разделить на четыре фазы – привлечение клиента, заключение сделки, выполнение заказа и сервисное обслуживание. Эти четыре фазы соответствуют разным стадиям взаимоотношений компании со своими клиентами.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТА

Фаза привлечения клиента охватывает процессы, происходящие еще до каких-либо контактов с клиентами. Она включает позиционирование бренда, сбор и сохранение данных о клиентах и рынке, планирование маркетинга и управление кампаниями, стратегическое планирование, прогноз и планирование продвижения продукции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ

Во время фазы заключения сделки происходит фактическое выполнение продажи, оформление заказов и окончательное заключение контрактов. На протяжении данной фазы проводятся переговоры, окончательно утверждаются сроки и условия и вырабатывается план бизнес-процессов.

ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗА

Фаза выполнения заказа включает услуги, которые были согласованы ранее на стадии заключения сделки, например, поставку товаров в магазин, предоставляющий различные виды услуг. Процессы выполнения заказа включают обеспечение точности доставки и качества продукции, платежей и пополнения заказа; управление продвижением товара и анализ сезонного спроса; обработку претензий и запросы на ссуды, а также другие типы контрактов.

СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

И наконец, фаза сервисного обслуживания включает задачи, выходящие за рамки основной цели продаж: предоставление дополнительных услуг клиентам, действия, направленные на расширения связей с клиентами за счет усовершенствования продукции и услуг или изменения их в соответствии с требованиями клиентов, а также все виды дополнительных услуг. На этой стадии может быть реализовано множество возможностей для продаж cross-selling и up-selling. Приведенные ниже примеры дадут вам некоторое представление о работе решения mySAP CRM. В качестве примера нами рассмотрена деятельность фиктивной компании ShineCo, действующей на рынке непродовольственных товаров, в которой для управления связями с клиентами используется решение mySAP CRM.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

КООРДИНИРОВАННЫЙ ПОДХОД

Алекс – бренд-менеджер компании ShineCo, производителя чистящих средств, средств по уходу за полостью рта и других непродовольственных потребительских товаров. В ее обязанности входит разработка маркетинговой стратегии продажи Soapy Tabs – нового вида стирального порошка. Проанализировав конкурентную ситуацию на рынке и позицию бренда, занимаемую им на текущий момент, она приняла решение сфокусировать внимание на определенной целевой группе потребителей. Вместе с Микелем Бланко, менеджером по работе с корпоративными клиентами, ей, на основании информации о доле рынка, потреблении, распространении и ценах, полученной из данных исследований, проведенных как на уровне рынка, так и на уровне магазинов, был составлен список розничных продавцов, которые попадали в соответствующую профильную категорию. В разработанном плане учитывался масштаб конкуренции в данной категории, потенциал ее роста, целевые доли, целевые поставки, целевые цены, основное целевое потребление и целевое потребление с приращением. Затем Алекс в сотрудничестве с менеджерами по продажам и маркетинговой командой создала маркетинговый план, в котором были выработаны стратегии для рекламы, продвижения продукции среди потребителей и программы по привлечению клиентов. План определял временные рамки, бюджет, выделенные ресурсы и маркетинговые цели, например, показатели продаж и долю рынка. Маркетинговый персонал получил возможность изучения отдельных планов, вытекающих непосредственно из общего плана и относящихся именно к их области. В каждой отдельной области над запуском Soapy Tabs с Алекс и Микелем работали региональные менеджеры по продажам. Они координировали различные аспекты запуска, а именно: поиск контактных лиц для создания команды сбыта, выполнение локальных стратегий по продвижению товара среди потребителей, подготовку рекламных материалов, инструктаж персонала, распределение сценариев для центров обработки звонков и выполнение многих других задач.

БЫСТРЫЙ ОТВЕТ НА ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Следом за первой волной запуска Soapy Tabs, Алекс и ее команда, изучив данные, полученные в ходе первых этапов продвижения товара, включая данные, полученные с кассовых терминалов, использовали эту информацию для планирования новой волны. Исходя из данных непрерывного анализа, они оценили ключевые показатели выполнения кампании, такие как объем продаж и прибыльность. Они также оценили прибыльность самой кампании, обратив особое внимание на маркетинговый бюджет. В одном из регионов продвижение товара шло хуже, чем ожидалось. Проанализировав рыночные данные, Алекс и Микель пришли к выводу, что в этой области недавно была проведена кампания по продвижению аналогичного продукта их конкурентом. Алекс пришлось срочно заняться разработкой ответных ходов. Проведя анализ затрат и результатов с учетом условий рынка, конкурентной ситуации и финансовых отношений, она решила переопределить все розничные расчеты в данной области как низкоприоритетные на текущий момент. Такое переопределение дало незамедлительный эффект, позволив компании ShineCo сфокусировать свое внимание на более прибыльных рынках. Тем временем командой по проведению кампании была выявлена другая проблема, связанная с планом по розничным каналам торговли. Было установлено, что привлечение независимых компаний розничной торговли с небольшими торговыми точками идет достаточно трудно. Необходимо было задействовать дополнительные инструменты продаж. Алекс и ее команда остановили свое внимание на показателях, отражающих относительную прибыльность продаж на квадратный метр нового товара в экономичной, занимающей мало места упаковке по сравнению с обычными порошками в громоздких картонных коробках, и использовали этот факт в ходе второй фазы продвижения товара. Рыночные прогнозы по новым моющим средствам получили высокую позитивную оценку и автоматически были распределены среди соответствующего персонала, а также были включены в рекламные материалы для следующей волны кампании.

ФУНКЦИИ mySAP CRM

- Задействует все функции решения mySAP Business Intelligence
- Доступ к данным POS и общим данным третьих сторон
- Моделирование возможностей для планирования продвижения товара
- Расширение профиля клиентов (customer profiling)
- Инструменты для маркетингового анализа

ЗАКЛЮЧЕНИЕ СДЕЛКИ

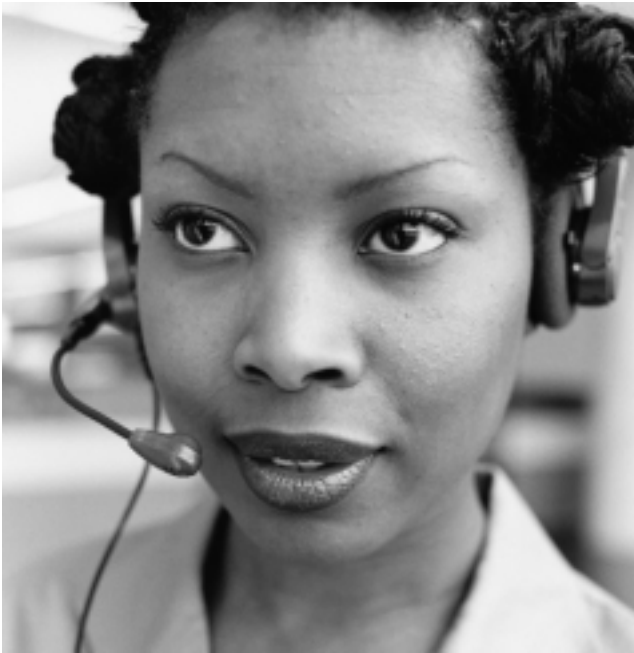
ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРСОНАЛА ЗА СЧЕТ ПОЛНОЙ ИНФОРМИРОВАННОСТИ

Вчера вечером Микель Бланко, менеджер по работе с заказчиками компании ShineCo, как обычно, загрузил в свой ноутбук последние отчеты и материалы по продажам, а также расписание встреч на следующий день. На утро у него была намечена встреча с вице-президентом по закупкам компании MaxiMart, сети розничных магазинов, проявившей первоначальную заинтересованность в Soary Tabs. На этой встрече Микель представил вице-президенту специально разработанные маркетинговые анализы, демонстрирующие преимущества Soary Tabs, которые еще не были им замечены. Представленные Микелем данные, а также качество их анализа произвели на вице-президента огромное впечатление, и MaxiMart заключила контракт на поставку Soary Tabs в некоторые из своих магазинов. В ходе обсуждения конфигурации заказа представителем по продажам ShineCo с Донной Кавретти, менеджером магазина, первый, имея на своем компьютере загруженную с утра последнюю информацию, смог подробно ответить на все вопросы Донны о запуске предложения, предоставив все данные об условиях платежа, ценах и скидках. Когда Донна поинтересовалась, сможет ли ShineCo организовать маркировку товара и его размещение по полкам, представитель сразу же смог предоставить ей соответствующую информацию. Он сообщил, что все услуги по маркированию товара и размещению его на полках магазина бесплатны, в случае если заказ сделан не менее чем на соответствующее количество товара и при условии одновременного оформления нового заказа. Названное количество товара было больше, чем Донна планировала заказать первоначально, однако, просчитав, сколько средств она экономит за счет того, что маркирование товара и его размещение по полкам будут производиться за счет поставщика, она согласилась на эти условия. Когда представителем по продажам был оформлен заказ, отделы производственного планирования, закупки и логистики сразу же были уведомлены об этом через модуль потоков операций. Партнеры по распространению продукции компании ShineCo также автоматически были проинформированы о необходимости увеличения запасов продукции.

- Мощные возможности сегментации
- Сквозная поддержка кампаний
- Создание автоматических рассылок по электронной почте и центра обработки звонков
- Полная поддержка мобильных устройств
- Оценка общих продаж на основе последней информации
- Полная отчетность по проведению кампании и ее анализ

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Определение лучших каналов для новых продуктов
- Лучшая сегментация и целевая направленность ресурсов
- Увеличение финансовой прибыльности и объема продаж
- Интегрированная отчетность для сравнения различных сценариев
- Точная информация о кампании
- Гибкие маркетинговые планы, отражающие ваши бизнес-процессы
- Оптимальный контроль бюджетов кампании и целей
- Интеграция с внутренними системами
- Интеграция продаж и маркетинга



ЦЕНТР ОБРАБОТКИ ЗВОНКОВ – РЕАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ ВАМ И ВАШИМ КЛИЕНТАМ

Донну Кавретти заинтересовал вопрос безопасности Soary Tabs для окружающей среды, так как она решила использовать этот аргумент в рекламной листовке. Она позвонила в центр обработки звонков ShineCo, чтобы выяснить этот вопрос. Программа сразу же узнала ее номер, и она была соединена непосредственно с Рамоной Мартинес, ответственной за контакты с важными клиентами. В программе mySAP Workplace на компьютере Рамоны отобразились данные клиента MaxiMart со ссылками на контакты, сервисные соглашения, информацию о продукции и другие подробности. Когда Донна задала свой вопрос, в распоряжении Рамоны мгновенно оказались все необходимые факты. Так как MaxiMart является одним из важнейших розничных клиентов ShineCo, на экране появилось сообщение с напоминанием Рамоны спросить у Донны, может ли она еще что-нибудь для нее сделать. Донна поинтересовалась, не собирается ли представитель по продажам ShineCo посетить ее на этой неделе. Рамона сверилась с календарем, на который была дана отдельная ссылка, и проинформировала Донну о том, что у представителя на эту неделю назначена встреча с ее помощником.

ГИБКОСТЬ И ОПЕРАТИВНОСТЬ

Региональным менеджером по продажам ShineCo была организована рекламная кампания Soary Tabs, привязанная к проведению заметного спортивного мероприятия в его регионе. Вместе с главным менеджером по работе с заказчиками, прежде чем связаться с MaxiMart, он спланировал бюджет и разработал новую модель кампании. Когда рекламная кампания была утверждена, он организовал поставку специальных выставочных образцов, упаковки и подарков. Он также составил и скоординировал сервисные соглашения, относящиеся к обслуживанию и утилизации выставочных образцов. Микелю Бланко, менеджеру по работе с корпоративными клиентами, стало известно, что в регионе, где была запущена специальная рекламная кампания, цели по объемам продаж так и не были достигнуты. Проблема оказалась в ненадежном распространителе. Имея возможность тесного сотрудничества с отделом логистики, ему не составило труда найти альтернативные каналы и запустить анализ затрат и результатов, переключив поставщика в эту область. После замены поставщика цель рекламной кампании вскоре была достигнута.

ФУНКЦИИ

- Мгновенная конфигурация цен и продукции
- Интеграция с внутренними (бэк-энд) системами
- Обмен информацией с бизнес-партнерами в реальном времени
- Управление деятельностью и календарь
- Управление рекламной кампанией

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Уменьшение затрат на продажи
- Согласованность данных по всем источникам
- Мгновенное предоставление точной информации клиентам
- Информирование персонала по продажам посредством мобильных устройств
- Обеспечение персонала центра обработки звонков актуальными фактами и цифрами
- Высокие показатели up-selling и cross-selling
- Индивидуальное обращение с каждым клиентом, повышающее степень его удовлетворенности
- Немедленное создание специальных кампаний по продвижению товара

ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗА

ТОЧНЫЙ ПРОГНОЗ, ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОТОК ТОВАРОВ

Теперь поставки Soap Tabs в магазин Донны Кавретти осуществляются ShineCo на регулярной основе, поэтому необходимо следить за тем, чтобы этот товар всегда был на полках. С этой целью ShineCo должна управлять восходящими и нисходящими процессами в цепи поставок. Менеджер по связям с клиентами ShineCo вполне может обеспечить выполнение процессов поставки, производства и распространения в соответствии с требованиями MaxiMart. Свои расчеты он основывает на уровне запасов, а также на прогнозах на заказы, на основании данных кассовых терминалов и сезонного спроса. Большинство процессов происходят автоматически, например, когда уровень запасов MaxiMart падает до определенной отметки, система создает заявку на пополнение. Аналогичным образом, при помещении заказа от MaxiMart, система выполняет программу потока операций в системе ShineCo. Программа потока операций проверяет, что ShineCo имеет возможность доставить заказ, и при необходимости создает заявку на выпуск продукции для ShineCo. Информация о заказе также обновляется по всей системе, таким образом, например, персонал центра обработки звонков и представители по продажам, работающие на выезде, могут получать единую достоверную последнюю информацию о поставках и операциях логистики. В случае возникновения по какой-либо причине проблемы с одним из звеньев в цепи поставки, благодаря поддержке интегрированной системы программного обеспечения менеджер по работе с клиентами, ответственный за MaxiMart, немедленно информируется об этом. Таким образом, он может проследить за тем, чтобы проблема была решена, и при необходимости, в критической ситуации, связаться с MaxiMart.

ФУНКЦИИ

- Интеграция IT-систем бизнес-партнеров
- Постоянная доступность продукции
- Управление циклом пополнения запасов
- Интеграция со сложными системами управления цепочками поставок
- Быстрая реконфигурация ценовых структур и каналов логистики
- Поддержка EDI

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Гарантия доступности продукции
- Использование точных фактических данных о продажах при планировании расписаний производства и поставок
- Превращение прогнозов в заказы одним нажатием кнопки
- Увеличение точности выполнения заказа
- Быстрая реакция на изменения рынка
- Оперативное реагирование на появление новой продукции и новые условия поставки



СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПОСТРОЕНИЕ ПРОЧНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

ShineCo предлагает MaxiMart различные дополнительные услуги, поддерживающие и расширяющие отношения «поставщик-продавец». Сюда относится доступ к portalу розничных продавцов с широким диапазоном онлайн-услуг. MaxiMart может получить подробную информацию обо всех аспектах продукции ShineCo – от химического состава до размеров упаковки – в интерактивном режиме. Благодаря portalу розничных продавцов ShineCo, MaxiMart может также получать информацию о важных последних событиях. Например, в случае появления в СМИ какой-либо информации о вреде определенных моющих средств, компания ShineCo немедленно распространит официальное опровержение с заверением, что к продукции компании все эти утверждения не относятся. Кроме того, ShineCo позволяет отдельным региональным менеджерам и управляющим магазинами MaxiMart вести учет сделанных заказов. Данная информация доступна сотрудникам центра обработки звонков ShineCo, которые при необходимости сообщают подробности персоналу MaxiMart по телефону. MaxiMart может также воспользоваться преимуществом онлайн-функции мониторинга, обеспечивающей доступ к соответствующим данным компании ShineCo через Интернет.

УПЛОТНЕНИЕ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

MaxiMart никогда точно не знает, какой объем Soapy Tabs она сможет продать, поэтому пополнение запасов становится реальной опасностью. Когда главный администратор MaxiMart поделился данной проблемой со своим коллегой в ShineCo, последний предложил ему прекрасное решение. Если ShineCo берет на себя управление запасами Soapy Tabs в MaxiMart, то риск пополнения будет сведен к минимуму. В результате обе стороны пришли к соглашению о предоставлении ShineCo услуг по управлению запасами. Это позволило обеспечить более точное планирование и более надежную доступность товаров, модернизировать бизнес-процесс, уменьшить затраты и привело к полному удовлетворению обеих сторон.

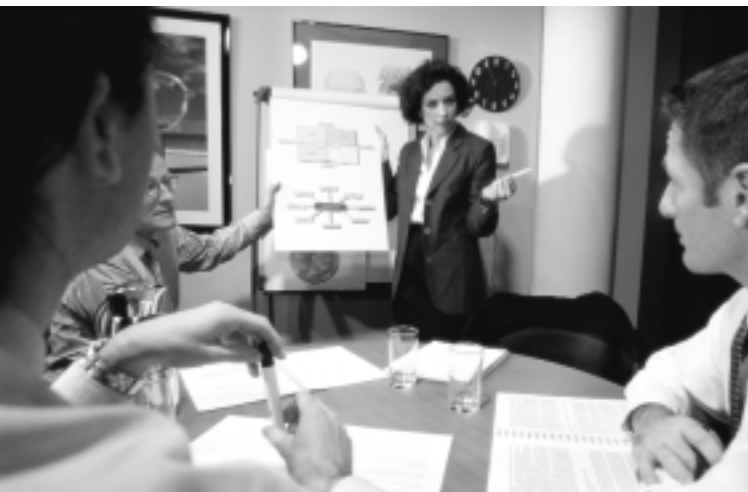
ФУНКЦИИ

- История бизнес-партнера
- Поддержка управления запасами продавцом (VMI)
- Совместное планирование, прогнозирование и соглашение о пополнении запасов (CPFR)
- Управление сервисными соглашениями

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Удержание клиента
- Управление предоставляемыми клиентам услугами на индивидуальной основе
- Конфигурация специальных услуг для удовлетворения специфических требований
- Уменьшение стоимости запасов
- Увеличение потенциала для совместного бизнеса

В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ – КЛИЕНТ



Как видно из вышесказанного, решение mySAP CRM позволяет вашему предприятию привлечь клиента, удовлетворить его требования и удержать его. Сфокусировав внимание на всем цикле связей с клиентами, решение предоставляет возможность управления связями с клиентами на каждой из стадий маркетинга, продаж, доставки и обслуживания. Вот еще несколько примеров ключевых возможностей, благодаря которым решение mySAP CRM позволит вам эффективно работать на всех приведенных выше стадиях.

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

Решение mySAP CRM, интегрированное с решением mySAP Business Intelligence, значительно расширяет диапазон и разнообразие данных, доступных для CRM. Оно позволяет легко обрабатывать и неструктурированные, и структурированные данные, так чтобы вы могли основывать принятие решений на всей доступной информации, начиная от истории клиента и ценах его акций до новостей и на интернет-страницах.

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ УДЕРЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Решение mySAP CRM позволяет управлять специальными предложениями и услугами, которые вы предоставляете своим клиентам, и поддерживать различные услуги самых разных категорий партнеров. Оно может даже самостоятельно предложить, когда лучше всего выступить с такими инициативами. Самое главное преимущество здесь состоит в том, что стратегии удерживания клиента являются не прикладными дополнениями, а интегрированы в сами бизнес-процессы, что обеспечивает еще большую эффективность.

ИНТЕГРИРОВАННОЕ И ИНТЕГРАТИВНОЕ РЕШЕНИЕ

Решение mySAP CRM полностью интегрировано с внутренними системами как SAP, так и сторонних производителей, что обеспечивает полное использование всех деловых информационных ресурсов с целью обслуживания ваших клиентов, увеличивая эффективность и прозрачность и обеспечивая согласованность действий по всему предприятию. Благодаря непосредственному доступу к последним данным, процессы управления цепочкой поставок становятся более модернизированными и способны еще лучше удовлетворять требования клиентов.

ОТКРЫТОЕ СОВРЕМЕННОЕ РЕШЕНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ В БУДУЩЕЕ

Решение mySAP CRM работает в Интернете и полностью поддерживает технологии и функции, характерные для предприятия завтрашнего дня – мобильные устройства, продажи через Интернет и коллаборативные бизнес-процессы.



SAP AG

Представительство в РФ:
115054, Москва,
Космодамианская наб., 52/2.
Тел.: (095) 755-9800,
факс: (095) 755-9801

SAP AG

Представительство в РФ:
190000, С.-Петербург,
ул. Малая Морская, 23.
Тел.: (812) 118-3771,
факс: (812) 118-3702

SAP AG Представительство
в Казахстане:

480099, Алматы,
ул. Фурманова, 240г.
Тел.: (3272) 508-400,
факс: (3272) 508-401

ООО "САП Украина":

01025, Киев,
Владимирская ул., 12.
Тел.: (044) 490-3391,
факс: (044) 490-3394

ООО "САП СНГ и Страны
Балтии":

115054, Москва,
Космодамианская наб., 52/4.
Тел.: (095) 725-4343,
факс: (095) 725-4344

ООО "САП СНГ и Страны
Балтии" Информационный
и сервисный центр:

113114, Москва,
Кожевнический пр., 1.
Тел.: (095) 797-2720,
факс: (095) 797-2721