



В условиях жесткой конкуренции все сложнее становится планировать, координировать, управлять и оценивать результаты маркетинговой деятельности. Именно поэтому компании стараются предоставить своим маркетинговым специалистам единственное всестороннее решение, которое обеспечивает более достоверные и удобные для оценки результаты наряду с солидным набором функциональных возможностей: mySAP Customer Relationship Management.

mySAP CRM обеспечивает взаимодействие с клиентом на протяжении всех фаз замкнутого цикла

mySAP CRM поддерживает аналитические, операционные и совместные бизнес-приложения для всех коммуникационных каналов, таких как телефония, мобильные устройства и Интернет.

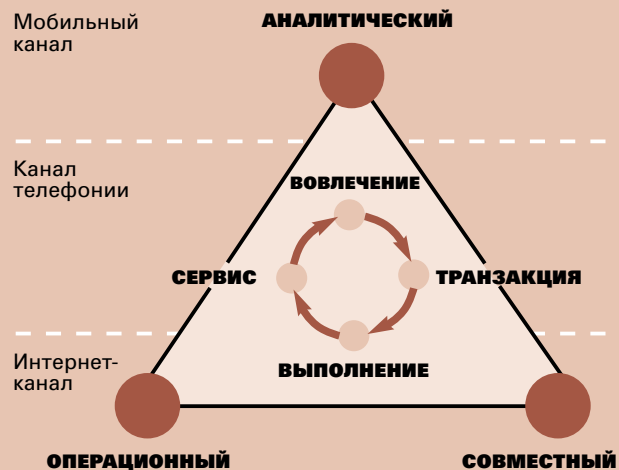
Обзор решений

mySAP CRM MARKETING

НОВЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ В ИСКУССТВЕ МАРКЕТИНГА

Обоснование расходов. Координация различных инициатив. Увеличение объема работы с меньшими затратами. Избежание неудачных кампаний.

Вне всяких сомнений маркетинг является искусством – но так ли уж необходимо, чтобы оно было абстрактным? Только не в том случае, когда предприятие использует mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM). Это выдающееся решение поддерживает весь процесс маркетинга в целом, от планирования до бюджетирования, сегментирования, проектирования и выполнения. В нем имеются функции для точного контроля и отслеживания. В результате оно обеспечивает новый уровень научного подхода к планированию, выполнению и оценке маркетинговых программ.



ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ МАРКЕТИНГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫБИРАЙТЕ ПОЛНОЕ РЕШЕНИЕ CRM

mySAP CRM обеспечивает всестороннюю поддержку всех маркетинговых операций, которые являются краеугольным камнем умелого управления связями с клиентами. mySAP CRM позволяет специалистам по маркетингу, сбыту и сервису быстро и своевременно реагировать на рыночные изменения. Таким образом mySAP CRM помогает увеличить объем продаж, повысить рентабельность и, в конечном счете, занять лидирующие позиции на рынке.

При помощи mySAP CRM можно создавать годовые маркетинговые планы в рамках всего предприятия, а затем выполнять их на любом уровне компании. Можно проектировать и выполнять конкретные операции и инициативы, связанные с достижением общих задач бизнеса. Можно определять и отслеживать основные показатели развития бизнеса, которые помогут контролировать достижение основных результатов. Аналитические инструменты, интегрированные в mySAP CRM, помогают принимать решения на основе полученной информации. Кроме того, финансовые и бухгалтерские данные можно использовать для "реальной" отчетности по получению прибыли на вложенный капитал.

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПРИ ПОМОЩИ mySAP CRM

Эффективное проведение маркетинговых мероприятий в масштабе всего предприятия требует координации и сотрудничества на различных организационных уровнях. Пакеты автономного программного обеспечения, работающего отдельно, не принесут преимуществ ни клиентам, ни компании. Для повышения производительности у каждого под рукой должна быть необходимая информация.

Используя mySAP CRM, предприятия могут централизованно создавать маркетинговые планы. При этом все связанные с ними маркетинговые операции будут распределены по всей организации. mySAP CRM обеспечивает полностью оптимизированный маркетинговый процесс, организуя и распределяя всю важную информацию между нужными сотрудниками, благодаря чему создаются возможности истинного сотрудничества.

При наличии возможностей сотрудничества, общего информационного потока и полномочий можно добиться преимуществ рационализованного и надежного процесса, работающего в масштабе всего предприятия. Эти уникальные возможности обеспечивают средства беспрепятственного обмена данными в рамках mySAP CRM, а также при работе с другими решениями mySAP.com. Эта тесная интеграция с финансовыми и аналитиче-

скими данными, данными логистики и логистических цепочек является уникальным атрибутом mySAP CRM.

УПРАВЛЕНИЕ КАМПАНИЯМИ mySAP CRM

Управление кампаниями – это нечто большее, чем просто управление почты потенциальным и существующим клиентам. Предприятия должны знать своих клиентов, в том числе их предпочтения по способу ведения бизнеса. Очень важным моментом является наличие возможности своевременно сообщить клиенту нужную ему информацию по соответствующему каналу связи.

Управление кампаниями при помощи mySAP CRM позволяет в полном объеме проектировать, реализовывать, координировать и контролировать все маркетинговые инициативы. Можно создавать целевые персонализированные кампании по всем коммуникационным каналам, включая прямые продажи, центры обработки звонков, почту, электронную почту, факс, Интернет и мобильные устройства. При этом можно отслеживать рентабельность на уровне программы, продукта, клиента и партнера в масштабе всего предприятия. Можно также планировать все необходимые операции для связи с клиентом в рамках отдельного рационализованного решения без необходимости использования дополнительных пакетов программного обеспечения. Такие операции включают в себя определение сегментов и предложений, распределение продуктов и оценку ожидаемого процента ответов – в зависимости от канала связи, – которые интегрированы с финансовыми и аналитическими данными, данными логистики и логистических цепочек в рамках всего предприятия.

ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ С mySAP CRM

Электронный маркетинг ушел далеко вперед от того уровня, на котором он находился на заре "спама". Клиенты твердо знают, какой вид информации им интересен. Поэтому связь с клиентами должна быть своевременной, персонализированной и релевантной. Маркетинг на разрешающей основе является ведущей составляющей успеха электронного маркетинга. Кроме того, чтобы связь с клиентом была своевременной и качественной, необходимо контролировать создание электронных сообщений. Возможности электронного маркетинга mySAP CRM позволяют внедрять через Интернет персонализированные массовые маркетинговые кампании на разрешающей основе в режиме реального времени. Предприятия могут использовать преимущества этого недорогого канала связи для взаимодействия с клиентами, максимально увеличить эффективность деятельности, не нарушая при этом этические нормы общения с клиентом. Осуществляется полный контроль за проектированием и реализацией

операций электронного маркетинга в рамках многоканального управления кампаниями mySAP CRM, что позволяет полностью координировать все коммуникации с клиентами.

ОПТИМИЗИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Компаниям необходимо иметь возможность точно и быстро квалифицировать и направлять потенциальные возможности соответствующим сотрудникам, менеджерам по работе с клиентами и сотрудникам сбыта в рамках предприятия, а также деловым партнерам. Бесперспективные потенциальные возможности должны быть немедленно исключены, а перспективные должны быть немедленно преобразованы. Предприятия должны также интегрировать процесс управления потенциальными возможностями во все маркетинговые операции – от планирования и бюджетирования до выполнения и оценки результатов.

Управление потенциальными возможностями mySAP CRM позволяет собирать, квалифицировать и распределять потенциальные возможности. Для быстрой оценки потенциальной возможности можно создавать так называемые исследования, а дублирующая проверка помогает подтвердить "перспективность" каждой потенциальной возможности. Автоматическая квалификация потенциальной возможности и ее переадресация максимально увеличивают скорость ее преобразования в реальную возможность и повышают потенциальные доходы, если соответствующий человек своевременно получает необходимую ему потенциальную возможность для немедленного выполнения операции. Таким образом сокращается время преобразования потенциальной возможности в реальную возможность и, в конечном итоге, в сделку. Можно также отслеживать развитие каждой потенциальной возможности посредством мониторинга закрытого цикла.

ТОЧНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ АНАЛИТИКА

Компании прилагают много усилий для анализа огромных массивов данных, которые используются для принятия целесообразных маркетинговых решений. Соответственно понимание данных и применение их ко всем шагам, из которых состоит процесс маркетинга, представляет собой трудно разрешимую задачу.

Маркетинговая аналитика mySAP CRM обеспечивает широкий диапазон расширенных инструментов, которые помогают понять данные. Можно анализировать клиентов, сегменты, конкурентов, рыночные каналы, тренды, рентабельность и внешние данные рынка. Эти инструменты также помогают быстро получать и анализировать данные по продуктам, продажам, регионам и

действиям конкурентов при помощи встроенных аналитических функций mySAP Business Intelligence. Используя набор мощных аналитических инструментов, можно оптимизировать планирование и поиск возможностей, а также отслеживать, контролировать и оценивать все маркетинговые операции.

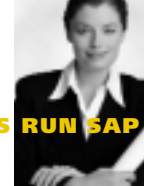
Уникальным свойством маркетинговой аналитики mySAP CRM является возможность доступа ко всем переменным, операционным и бухгалтерским данным, что позволяет применить новый уровень научного подхода к планированию и оценке результатов маркетинговых программ компании. В результате, расчет прибыли на инвестированный капитал выполняется с необходимой степенью точности. Это позволяет провести границу между успехом и фиаско маркетинговых программ в условиях жесткой конкуренции.

УПРОЩЕНИЕ СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТОВ

В современной быстро развивающейся экономике маркетинговые специалисты не могут себе позволить ждать, пока отдел информационных технологий сможет оказать им поддержку в сегментации клиентов. Сотрудники предприятия знают свою целевую аудиторию и должны иметь возможность управлять сегментацией самостоятельно. Маркетинговые специалисты нуждаются в простом объединенном решении, которое полностью интегрировано в проектирование и реализацию управления кампаниями.

mySAP CRM позволяет создавать точные целевые сегменты на уровне клиентов, партнеров, организации, потенциальных клиентов или группы. Во время процесса создания сегмента имеется доступ ко всем необходимым данным из многочисленных источников, и при этом не нужно знать, где хранятся эти данные. Визуализация данных позволяет быстро идентифицировать возможности и обеспечивает прозрачность операций по сегментации. Создание сегментов рационализирует процесс, гармонично интегрируя идентифицированные сегменты в маркетинговую кампанию. Прогнозирующее моделирование позволяет оптимизировать усилия, что обеспечивает успешную целенаправленную сегментацию.

Подход mySAP CRM уникален своим простым дизайном, встроенными возможностями визуализации данных и доступом к многочисленным источникам данных. Создание сегментов максимально повышает эффективность и производительность целенаправленных маркетинговых усилий в рамках всего предприятия, а также по всем каналам взаимодействия с клиентами.

**SAP AG**

Представительство в РФ:
115054, Москва,
Космодамианская наб., 52/2
Тел.: (095) 755-9800
Факс: (095) 755-9801
<http://www.sap.com/CIS>

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОРТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ КАЖДОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Доступ к mySAP CRM выполняется посредством mySAP Enterprise Portal, что позволяет маркетинговым специалистам просматривать информацию посредством адаптированного, основанного на ролях портала, который содержит все необходимые ресурсы. Портал выступает единой точкой ввода нужной информации, приложений и услуг, что оптимизирует усилия в области маркетинга.

Портал является центром управления, позволяющим быстрее реагировать при помощи консолидированного ракурса таких показателей, как активные отчеты мониторинга кампании, предупреждения для немедленного реагирования и другой необходимой информации. Через этот центр управления имеется доступ ко всем важным процессам. Посредством этого пульта управления можно быстрее и проще получить обзорные данные по компании. Кроме того, центр управления в большой степени увеличивает возможности взаимодействия между всеми сотрудниками, участвующими в маркетинговых операциях.

БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ЭТО БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННЫЕ КАМПАНИИ

В качестве единственного полностью интегрированного решения CRM на сегодняшнем рынке mySAP CRM обеспечивает беспрецедентный контроль за всеми составляющими самых сложных маркетинговых кампаний. С его помощью можно:

- Контролировать затраты: отслеживать многочисленные переменные маркетинговых бюджетов – от творческого сервисного обслуживания до стимулирования продаж и СМИ. Фактические затраты и доходы можно вводить напрямую в финансовые системы.
- Обосновывать расходы: доказывать ценность программ при помощи конкретного анализа результатов кампании. Имеется реальная отчетность о прибыли на инвестированный капитал, а не просто процент отзвонивших о кампании.
- Отслеживать рынки и конкурентов: расширять знание рынка при помощи инкорпорированных данных от ведущих информационных провайдеров, например, от ACNielsen и Dun & Bradstreet.
- Подготавливать более качественные прогнозы: объединять инструменты расширенного прогнозирования и моделирования с последними данными электронно-кассовых терминалов для создания развернутых прогнозов продаж.
- Координировать кампании: удалять ненужную информацию и координировать кампании по стимулированию продаж с дру-

гими отделами, а также предоставлять важную информацию внешним партнерам для достижения общих целей.

- Создавать релевантные персонализированные взаимодействия: поддерживать приверженность клиентов предприятию с учетом того, что сегменты состоят из отдельных групп со своими предпочтениями и приоритетами.
- Управлять жизненным циклом клиента: создавать расширенный профиль каждого клиента и управлять каждой стадией в отношениях с ним – первый контакт, продажа, выполнение, сервис и последующие продажи.
- Мобильные функции: отслеживать основные маркетинговые данные, независимо от места нахождения, при помощи соединенного с Интернетом портативного компьютера, персонального цифрового ассистента или мобильного телефона.

"ИСТОЧНИК МАРКЕТИНГОВОЙ ЭНЕРГИИ"

В условиях жесткой конкуренции необходимо своей маркетинговой деятельностью охватывать тысячи и тысячи клиентов, и при этом каждый из них должен получить долю персонального внимания, на которую он рассчитывает. Это задача, для решения которой необходим доступ к подробной информации и точная координация с другими составляющими бизнеса.

mySAP CRM делает это возможным, обеспечивая каждый рабочий стол точной информацией и всеми инструментами, которые нужны для преобразования этой информации в ценные данные и целенаправленные кампании.

Более подробную информацию о том, каким образом mySAP CRM может помочь предприятию повысить уровень маркетинга, можно найти на нашем веб-сайте www.sap.com/crm.

ПЛАТФОРМА ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА mySAP.com

В условиях современной экономики, чтобы оставаться конкурентоспособными и получать прибыль, успешные компании должны уметь сотрудничать, преодолевая традиционные границы отдельного предприятия, работая в глобальных сетях и применяя лучшие доступные инструменты и решения. Именно поэтому многие компании выбирают mySAP.com. Фирма SAP отразила свой обширный опыт по ведению бизнеса, в том числе в отдельных отраслях, в комплексной платформе решений, услуг и технологии электронного бизнеса. Объединив mySAP.com со стратегией бизнеса предприятия, можно получить долгосрочные конкурентные преимущества, существенно повысить значимость компании и максимально увеличить прибыль на вложенный капитал.