

УПРАВЛЕНИЕ Продажами и Маркетингом

MICROSOFT BUSINESS SOLUTIONS–АХАРТА

Microsoft Business Solutions–Ахартa помогает руководителям отделов продаж эффективно управлять работой отдельных менеджеров по продажам и отделов в целом. Система автоматизирует проведение маркетинговых кампаний, а также обзвон и сбор информации о существующих и потенциальных клиентах, поставщиках и партнерах.

Ключевые преимущества:

- Централизованное управление работой всего отдела продаж
- Составление индивидуальных и групповых планов продаж для менеджеров по продажам
- Мониторинг активности продаж, графическое представление статистики
- Определение целевой аудитории и ее сегментирование при проведении маркетинговых кампаний
- Анализ затрат, использованных ресурсов и полученной прибыли при проведении кампаний
- Звонки клиентам непосредственно из формы Телемаркетинг системы Microsoft Ахартa
- Присоединение анкет, содержащих важную информацию, к спискам для обзвона
- Доступ к ключевой информации о клиентах из любого места системы
- Интеграция ERP-системы с телефонией

Управление продажами и маркетингом в Microsoft Business Solutions–Ахартa тесно интегрировано с модулем Управлением взаимоотношениями с клиентами (CRM). Такая интеграция улучшает взаимодействие сотрудников отделов маркетинга и продаж и, как следствие, эффективность работы компании в целом. Благодаря тому, что вся бизнес информация хорошо структурирована и хранится в едином месте, сотрудники отделов продаж и маркетинга получают возможность анализировать и оценивать различные данные и легко выявлять новые возможности для продаж.

Функции маркетинга позволяют четко определять, какая информация необходима клиентам и рынку, планировать, бюджетировать и проводить маркетинговые мероприятия, а также анализировать их результаты.

Работа отдела продаж

Планы продаж составляются в Microsoft Ахартa для отдельных менеджеров по продажам и групп менеджеров на год с возможным разбиением по кварталам и месяцам. Планы продаж могут быть представлены в виде графиков, на которых удобно производить различного рода сравнения, например, планируемого объема продаж с фактическим.

В Рабочем журнале доступен просмотр планов работы на день, на неделю, на месяц для каждого сотрудника, а также сделанных клиентам предложений и открытых заказов.

Действия, выполненные конкретным менеджером или группой менеджеров за указанный период времени, и другие операции фиксируются в Журнале операций, что позволяет четко контролировать работу всех сотрудников.

Анализ информации о продажах

Данные о продажах удобно просматривать и анализировать в графическом виде в форме

Статистика продаж. В форме отображается информация о фактических и планируемых продажах, о всех действиях, связанных с продажами и пр.



Графическое представление данных о продажах

Вы можете легко создавать различные отчеты, отражающие объемы продаж, общее количество сделанных предложений и предложений, ставших заказами, активность сотрудников и пр. Эта информация необходима для анализа и планирования работы отдела продаж.

Маркетинговые кампании

При организации маркетинговых кампаний в Microsoft Axapta Вы можете сегментировать целевую аудиторию. Это помогает успешнее проводить кампании и более детально анализировать их результаты. Вы также можете легко оценивать эффективность кампаний, сравнивая затраты на их проведение с полученными доходами.

Маркетинговые кампании представлены в древовидной структуре. Значок каждой кампании определяется ее статусом. Таким образом, Вы можете, взглянув на «дерево», сразу определить текущий статус интересующей Вас маркетинговой кампании.

Для упорядочивания деятельности один сотрудник назначается ответственным за кампанию, а другим ставятся отдельные задачи в рамках кампании.

По результатам проведения кампаний Вы можете получить отчеты о том, какие результаты принесла та или иная компания, какие ресурсы были затрачены и,

соответственно, определить уровень возврата инвестиций.

Интеграция с модулем Проект

Допустим, Вы планируете провести обширную маркетинговую кампанию, предлагая клиентам новый учебный курс. Проведение кампании обойдется Вашей фирме достаточно дорого. Десять сотрудников будут в течение двух недель работать над рекламой, заниматься прямым маркетингом и составлять список обзвона. Для достижения максимальной эффективности работы Microsoft Axapta предлагает Вам следующие возможности:

- Создание проекта, связанного с кампанией, в модуле Проект вручную;
- Создание проекта автоматически, используя функцию маркетинга. При этом вся необходимая информация о проекте/кампании появится в системе автоматически.
- Учет затрат на кампанию/проект, включая временные, денежные и номенклатурные затраты.
- Информация, введенная в модуле Проект, будет доступна и в модуле Маркетинг.

Обработка результатов

При проведении кампаний и анкетирования через Интернет ответы респондентов попадают напрямую в базу данных Microsoft Axapta.

В случае если ответы получены слишком поздно или времени для обработки всех полученных ответов не хватает, маркетинговая кампания может не принести ожидаемых результатов. Во избежание таких ситуаций в модуле всегда доступна информация о том, сколько человек приняли участие в опросе, кто именно ответил на вопросы, и какие ответы были получены.

Энциклопедия маркетинга

Интеграция отделов маркетинга, продаж и сервиса крайне важна для эффективной работы фронт-офиса компании. Информация, полученная в одном из отделов, должна быть доступна и в других. Это обеспечивается ведением Энциклопедий маркетинга. Имея доступ к большому объему ресурсов, отделы маркетинга, продаж и сервиса имеют больше возможностей для эффективной работы и развития бизнеса.

Телемаркетинг

Функции телемаркетинга позволяют автоматически создавать списки обзвона, используя контактную информацию о существующих и потенциальных клиентах из таблицы деловых отношений. При создании списка обзвона из таблицы выбираются различные поля, благодаря чему список содержит не только базовую информацию о контакте, но и иную информацию, например, район продаж, тип отношения и пр. Сотрудники телемаркетинга могут пользоваться этой информацией для вовлечения клиента в диалог.

Управление звонками

После создания списка обзвона звонки можно распределить среди сотрудников отделов телемаркетинга или продаж по различным принципам. Например, звонки могут быть распределены по сотрудникам, которые уже общались с данными клиентами. Выполняя обзвон прямо из формы Телемаркетинг, звонящие при необходимости могут переходить в другие формы Microsoft Axapta. Например, если во время разговора клиент хочет разместить заказ, сотрудник отдела продаж переходит в форму заказов и создает в ней новый заказ или предложение.

Каждый сделанный звонок фиксируется в системе. По информации о звонках могут быть сформированы различные отчеты, например, отчет о результатах рекламной кампании.

Простота и эффективность работы

Использование технологии СТИ (Computer Telephone Integration) дает возможность делать звонки прямо из формы Телемаркетинг нажатием одной кнопки. По завершении звонка система автоматически подготавливает следующий звонок из списка. Все, что требуется сделать сотруднику - снова нажать кнопку. При входящем звонке система автоматически определяет звонящего по номеру телефона и предоставляет всю имеющуюся о нем в базе данных информацию.