

**ERP**  
**Монолит**  
**5.0**

**Управление  
взаимоотношениями  
с клиентами**

**Решение SFA  
для мобильных  
сотрудников**



# СОДЕРЖАНИЕ

Цели .....	3
Концепция решения задачи .....	4
Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой .....	6
Технология работы в системе .....	6
Конфигурация системы .....	7
Ключевые возможности системы .....	8
<i>Управление территорией</i> .....	8
<i>Мониторинг состояния рынка</i> .....	10
<i>Прием заказов</i> .....	11
<i>Расчет показателей эффективности для торговых представителей</i> .....	12
Преимущества использования SFA-решения от Монолит-Инфо .....	13

# Цели

Решения, предназначенные для автоматизации деятельности сотрудников службы продаж с применением аппаратных и программных средств для организации мобильных рабочих мест традиционно обозначаются термином Sales Force Automation (SFA).

Функциональные возможности SFA-решения должны обеспечивать решение следующих задач:

## ❑ **Управление территорией**

- ✓ База данных торговых точек территории
- ✓ Актуальная карточка клиента по каждой точке продаж
- ✓ Информация об оборудовании в аренде
- ✓ Информация о взаиморасчетах с компанией или дистрибьютором
- ✓ Информация о принятых заказах и выполнении заказов компанией или дистрибьютором

## ❑ **Мониторинг состояния рынка**

- ✓ Сбор полной информации о состоянии рынка (остатки продукции, цены, размещение POSm, выполнение программ лояльности)
- ✓ Дифференциация по каналам продаж
- ✓ Дифференциация по сегментам (ценовой уровень, потенциал, расположение, и т.д.)

## ❑ **Прием заказов**

- ✓ Заказы прямых продаж компании
- ✓ Заказы, выполняемые дистрибьюторами
- ✓ Заказы и отгрузка с борта (выездная торговля)

## ❑ **Расчет показателей эффективности для торговых представителей**

- ✓ Постановка задач для торговых представителей
- ✓ Анализ выполнения бонусируемых задач

## Концепция решения задачи

Реализованное в рамках в составе CRM-модуля ERP Монолит SFA-решение позволяет автоматизировать работу сотрудников службы продаж, а именно торговых представителей, мерчендайзеров, менеджеров (супервизоров), аналитиков и прочих сотрудников, вовлеченных в процессы сбыта продукции и мониторинга состояния рынка, анализа эффективности работы исполнителей.

Решение позволяет автоматизировать следующие бизнес-процессы:

- ❑ **Прямые продажи** — автоматизация управления работой сотрудников службы продаж (торговых агентов, телеселлеров и др.) по схемам Pre-sale и Van-sale
- ❑ **Мерчендайзинг** — автоматизация управления работой мерчендайзеров и торговых агентов по сбору маркетинговой информации
- ❑ **Работа с дистрибьюторами** — автоматизация управления работой менеджеров по работе с дистрибьюторами, сбору маркетинговой информации, выполнению Pre-sale и Van-sale в интересах дистрибьютора, контролю выполнения заказов
- ❑ **Учет и обслуживание торгового оборудования**, включая следующие возможности:
  - ✓ Просмотр и корректировка характеристик арендного оборудования;
  - ✓ Выполнение операций с арендным оборудованием — установка, демонтаж, перемещение, ремонт  
(см. подробнее в брошюре «Управление сервисным обслуживанием»);
  - ✓ Организация взаимодействия между компаниями и сервисными центрами с целью автоматизированного обмена документами.

Предусмотрено два типа рабочих мест:

- ❑ **Мобильное рабочее место** — клиентское ПО устанавливается на КПК сотрудника, а обмен данными между КПК и центральной БД осуществляется по команде пользователя через глобальную сеть Интернет по протоколу HTTP/HTTPS.
- ❑ **Стационарное рабочее место** — клиентское программное обеспечение (ПО) устанавливается на рабочую станцию пользователя и взаимодействует с сервером центральной БД напрямую в рамках локальной сети, либо посредством модуля веб-доступа (обмен данными производится по протоколу HTTP или HTTPS).

Работа в системе организована на следующих принципах:

- ❑ Вся информация хранится в центральной БД;
- ❑ Мобильные сотрудники используют КПК для повседневной работы — прием заказов, сбор маркетинговой информации;
- ❑ Обмен данными между КПК и центральной БД производится в рамках сеанса синхронизации через глобальную сеть Интернет;
- ❑ Менеджеры и аналитики имеют оперативный доступ к информации, собранной исполнителями и хранящейся в центральной БД, на стационарных рабочих местах (дополнительно для менеджеров доступна мобильная версия рабочего места).

Важной особенностью данного SFA-решения является возможность функционирования либо в составе комплекса ERP Монолит, либо во взаимодействии с ERP системами других производителей посредством интеграции. Для интеграции с ERP системами сторонних производителей предназначен модуль обмена данными, который позволяет выполнять обмены в открытом формате XML.

# Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой

## ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ В СИСТЕМЕ



Рисунок 1. Организация работы в системе

**Менеджер (супервизор)** управляет обслуживанием клиентов, как правило, работая в офисе, хотя существует возможность удаленной работы посредством клиентского ПО через сеть Интернет. На основании планов, заданий сотрудникам и установленных для сбытовых циклов активностей (маркетинговые мероприятия: анкеты, для фиксации собранной информации) в автоматическом режиме с возможностью ручной корректировки он формирует для мобильных сотрудников графики и маршруты. В соответствии с планами маркетинговых мероприятий супервизор может создать новые или использовать стандартные шаблоны для анкетирования при посещении торговых точек. Наряду со стационарным рабочим местом в системе предусмотрено также *мобильное рабочее место менеджера*, которое предназначено для целей аудита, контроля и обучения подчиненных сотрудников (*см. подробнее в брошюре «Управление аудитом и обучением»*).

Мобильные сотрудники оснащены карманными персональными компьютерами (КПК), на которые оперативно поступают задания по обслуживанию клиентов.

Повседневный цикл работы **торгового представителя** заключается в получении маршрутов и обходе торговых точек, где отгружаются выполненные заказы и принимаются новые. В каждый момент времени сотруднику доступна оперативная

информация о состоянии баланса клиента, товарных запасах в точке и на складе, ценах и скидках. Дополнительно может быть внесена информация о наличии и состоянии арендуемого торгового оборудования в точке.

**Мерчендайзер** также работает в соответствии с формируемыми в системе маршрутами. Для сбора маркетинговой информации на КПК используется механизм анкет визитов, которые позволяют быстро вносить информацию в соответствии с заданным шаблоном. Характер информации может быть самым различным, например, данные о запасах в точке или ценах на продукцию конкурентов. Мерчендайзер также может оформить заказ на недостающую продукцию и в случае необходимости направить его непосредственно дистрибьютору.

По окончании некоторого периода (например, рабочего дня) информация с КПК мобильных сотрудников поступает в систему. Супервизор может непосредственно увидеть плановые показатели и фактические результаты, анализировать итоги и оперативно реагировать на изменение ситуации

**Дистрибьютор**, интегрированный в цикл сбыта, получает переводные заказы непосредственно в собственной информационной системе без дополнительных затрат на их передачу и ввод оператором. Возможен также обмен информацией на уровне информационных систем о блокируемых клиентах, их балансе, состоянии товарных запасов, ценах. Дистрибьютор также может самостоятельно оформить заказ в системе поставщика, используя удаленное рабочее место, функционирующее через сеть Интернет.

## КОНФИГУРАЦИЯ СИСТЕМЫ

Типовая конфигурация решения, представленная на схеме справа, рассчитана на управление сбытом компании регионального или национального масштаба. Приведенная конфигурация является *централизованной* и требует организации каналов постоянной связи с головным офисом. Для удаленной работы руководителей региональных отделов продаж и привлечения дистрибьюторов к непосредственной работе в системе используется модуль веб-доступа и клиентское ПО, устанавливаемое на стационарное рабочее место.

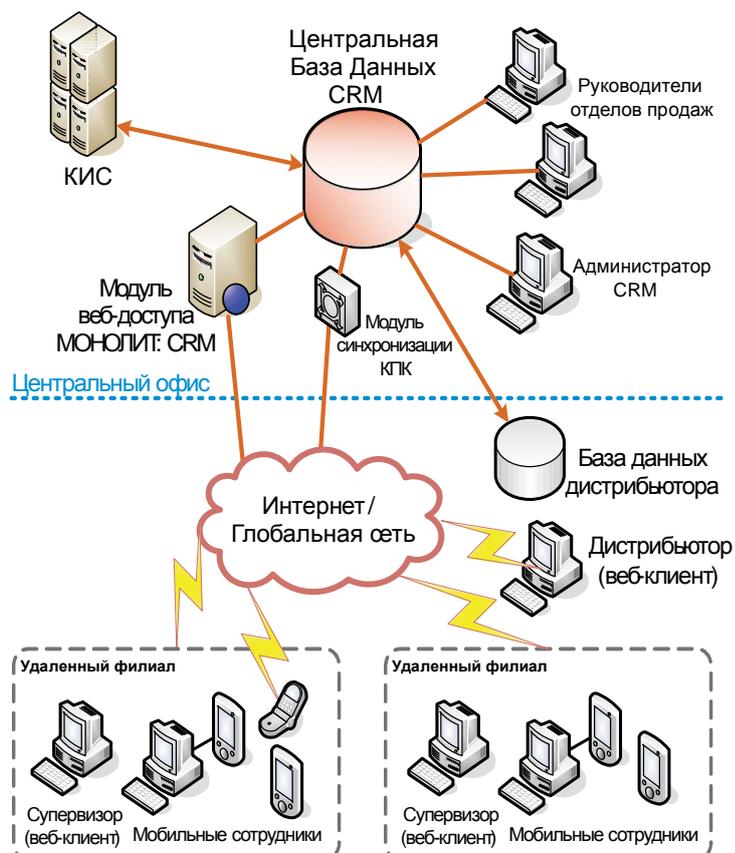


Рисунок 2. Типовая конфигурация системы

## КЛЮЧЕВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ

### Управление территорией

Решение задачи управления территорией обеспечивается следующими функциональными возможностями мобильного рабочего места:

**Ведение и хранение клиентской базы** — предоставляет возможность просмотра и отбора клиентов и добавления новых клиентов (*см. подробнее в брошюре «Управление территорией»*);

**Хранение, модификация и просмотр актуальной карточки клиента по каждой точке продаж** — предоставляет возможность редактирования атрибутов торговой точки

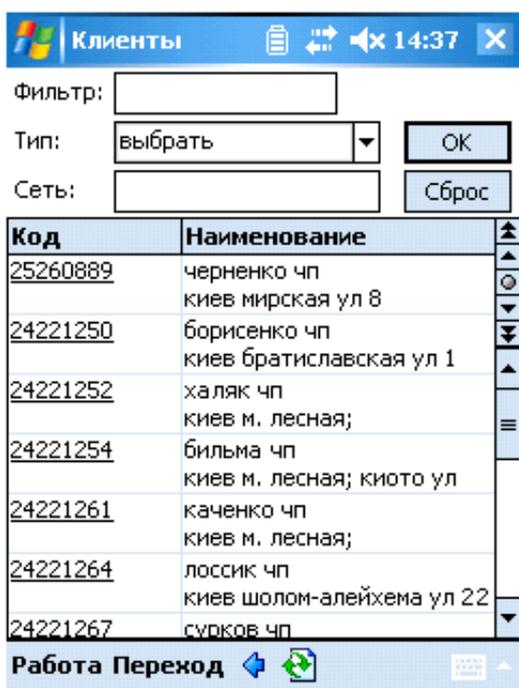


Рисунок 3

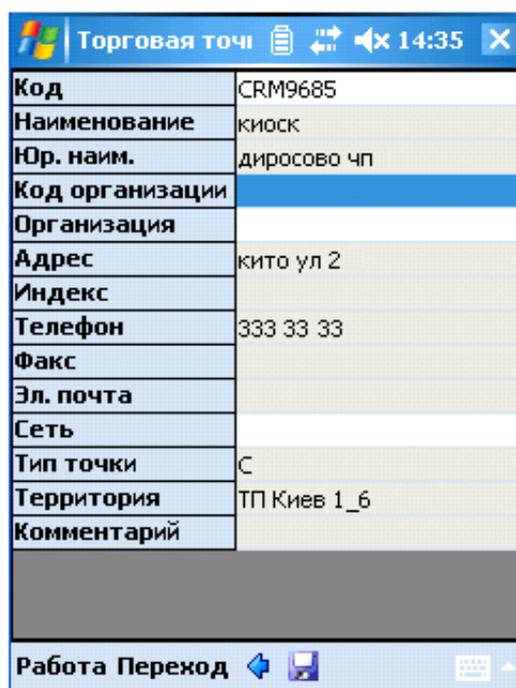


Рисунок 4

### Информация об оборудовании в аренде:

- Просмотр и корректировка характеристик арендного оборудования;
- Выполнение операций с арендным оборудованием — установка, демонтаж, перемещение, ремонт (*см. подробнее изложена в брошюре «Управление сервисным обслуживанием»*);

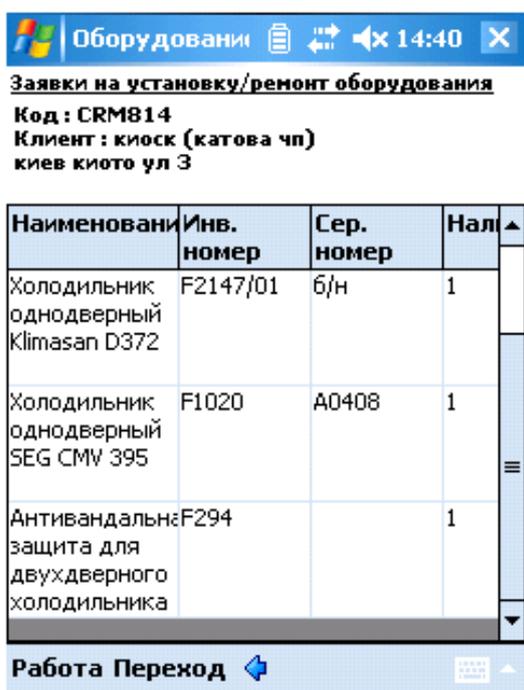


Рисунок 5

### Информация о взаиморасчетах с компанией или дистрибьютором —

позволяет настроить либо автоматическую блокировку приема новых заказов при наличии задолженности, либо отображение предупреждения о наличии задолженности, либо игнорирование факта наличия задолженности.

- Реестр выставленных счетов к оплате;
- Реестр платежных документов;
- Реестр документов учета задолженности по таре.

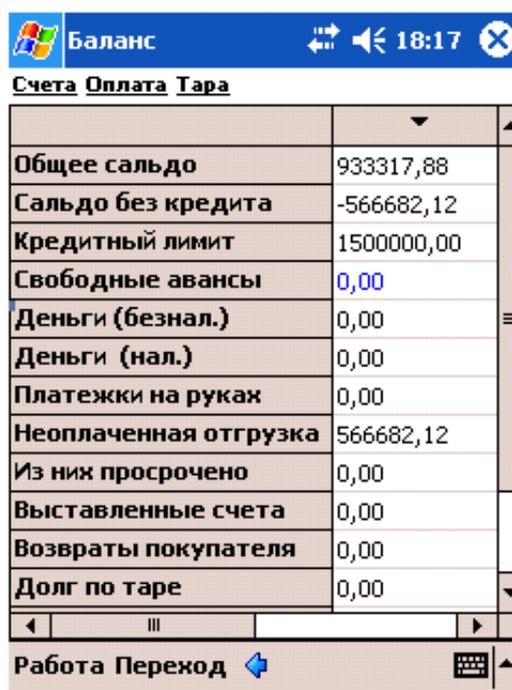


Рисунок 6

### Информация о принятых заказах и выполнении заказов компанией или дистрибьютором —

на основе информации о предыдущих заказах выполняется расчет величины рекомендованного заказа продукции.

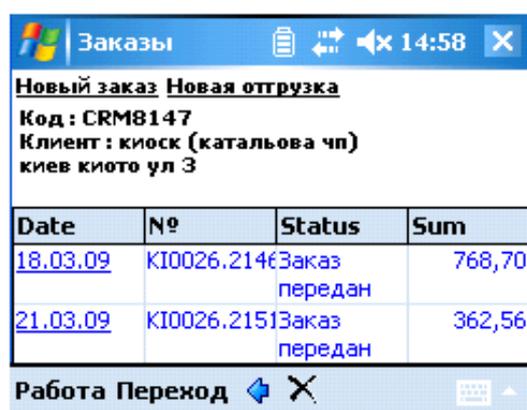


Рисунок 7

## Мониторинг состояния рынка

Решение задачи мониторинга состояния рынка обеспечивается средствами сбора информации на основе анкет. В ходе выполнения визита к клиенту на мобильном рабочем месте исполнителя отображаются все необходимые для заполнения анкеты. Анкеты состоят из мониторингов, которые в свою очередь могут иметь признак обязательности заполнения.

- Механизм анкет позволяет осуществлять сбор разнообразной информации:
- Остатки продукции;
- Розничные цены на собственную продукцию и продукцию конкурентов;
- Размещение рекламных материалов;
- Соответствие выкладки товаров стандарту;
- Выполнение программ лояльности;
- и пр.

В качестве строк анкеты может использовать матрица, содержащая товарные позиции, которые могут быть упорядочены по значимости (важности). При отображении товарных позиций в анкетах каждая строка может быть выделена определенным цветом.

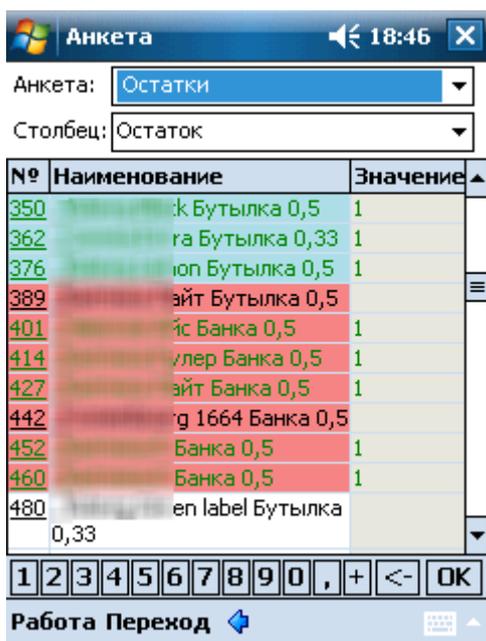


Рисунок 8

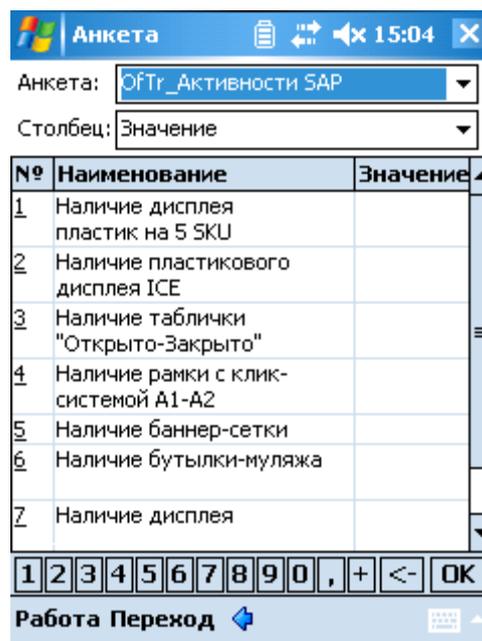


Рисунок 9

## Прием заказов

Процедура приема и обработки заказов в системе имеет следующую последовательность:

- В ходе визита (планового или внепланового) исполнитель создает и вводит заказ на поставку продукции. В зависимости от настройки системы при создании заказа может быть выполнена проверка наличия задолженности по данному клиенту и выдано либо соответствующее предупреждение, либо запрет на создание заказа;
- В форме ввода заказа исполнителю отображается информация о предыдущих остатках продукции и заказанном количестве по каждой товарной позиции за три предшествующих визита. На основе этой информации система рассчитывает величину рекомендованного количества каждой товарной позиции нового заказа;
- Сформированные заказы в рамках сеанса синхронизации передаются в центральную БД;

Система управления взаимоотношениями с клиентами предоставляет средства для автоматизации обработки следующих разновидностей заказов:

- Заказы прямых продаж — поступившие заказы из центральной БД передаются в ERP систему Компании;
- Заказы переводные на дистрибьютора — поступившие заказы в центральную БД передаются через модуль обмена в информационную систему дистрибьютора;
- Заказы VAN продаж (выездная торговля) — заказы выполняются в рамках визита исполнителя к клиенту.

Информация о статусе обработанных заказов поступает через модуль обмена из внешних ERP систем Компании или дистрибьютора.

Заказ	
Дата создания	21.08.09 15:10:50
Номер	KI0026.21539
Статус	Заказ создан
Статус в УП	Entered
Сумма заказа	0
Код клиента	CRM8147
Клиент	киоск (катальова чп) киото ул 3
Склад	СГП ДК Вишнев 1
Дата отгрузки	22.08.09
Вид оплаты	Наличные (б/ч)
Документ	Строки
Атрибуты	0

Рисунок 10

Заказ						
Группа: <input type="text" value="выбраны все"/>						
Товарная позиция	Кол-во	Рек.	21.08	14.08	07.08	Цена
Светлое пиво 1715	20	0	20	20	—	2,45
Светлое пиво	8	8	9	9	—	2
Светлое пиво	20	0	20	40	—	2
Пепси-г.0.3л	24	0	24	—	—	1,88
Пепси-Т 0.5л	24	0	24	—	—	2,80
Пепси-Т 1л	12	0	12	—	—	3,80
Пепси-	6	0	6	—	—	4,90
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , + <- OK						482,80

Рисунок 11

## Расчет показателей эффективности для торговых представителей

В системе управления взаимоотношениями с клиентами задача расчет показателей эффективности для торговых представителей решается следующим образом:

- ❑ формулируется показатель эффективности и определяется алгоритм его вычисления (например, объем реализованной продукции торговым представителем за месяц, выполнение целей по дистрибуции по определенным SKU, средний заказ на визите, и т.д.);
- ❑ ежедневно производится расчет всех установленных показателей эффективности для каждого сотрудника;
- ❑ рассчитанные значения величин показателей эффективности выгружаются непосредственным исполнителям на мобильное рабочее место (КПК);
- ❑ для каждого показателя эффективности в системе определено целевое (плановое) значение;
- ❑ каждый исполнитель на своем мобильном рабочем месте получает по два значения для каждого показателя эффективности — целевое и фактическое (вычисленное) — тем самым он может ежедневно оценивать степень достижения поставленных целей;
- ❑ на основе соотношения величин целевого и фактического значения каждого показателя эффективности в системе формируется отчет, который является основой для расчета премий и бонусов.

Задача	Цель	Вып.
Продажи в дал (пиво)	4445	4928
Среднее кол-во SKU	21	19
Продажи в дал (Пепси)	911	931
Минимальное кол-во ТТ		0

Рисунок 12. Показатели эффективности

## Преимущества использования SFA-решения от Монолит-Инфо

- ❑ Сокращение времени на администрирование, ликвидация бумажных отчетов
- ❑ Возможность внесения оперативных изменений для уточнения плана/графика посещения клиентов, назначения заданий исполнителей
- ❑ Оперативный доступ исполнителей ко всей необходимой информации
- ❑ Единая стандартизированная отчетность
- ❑ Апробированное решение для автоматизации службы продаж компании национального масштаба (более 4000 торговых представителей)
- ❑ Автоматизация взаимодействия с дистрибьюторами
  - ✓ Возможность интеграции системы управления взаимоотношениями с клиентами с ERP системами сторонних производителей посредством модуля обмена данными (разработан отдельный модуль для интеграции с системой 1С: Предприятие 7.7/8.x)

© ЗАО «Монолит-Инфо», 2009  
Российская Федерация, 191123,  
г. Санкт-Петербург, ул. Рылеева, дом 29  
Тел.: +7 (812) 334-95-95, 272-78-35  
Факс: +7 (812) 334-95-97  
E-mail: [info@monolit.com](mailto:info@monolit.com)  
<http://www.monolit.com>