

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

А. Л. Шаповалов
М. В. Гринчак
К. В. Кузьмичова

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для виконання самостійної роботи

**«Інформаційні технології управління роботою з клієнтами»
*Технологія роботи в CRM-системі Quick Sales Expert***

**з дисциплін: «Інформаційні системи і технології на підприємстві»,
«Інформаційні технології в підприємствах туристської індустрії»**

(для студентів 4 курсу спеціальності 6.050400 - «Туризм і готельне господарство»)

Методичні вказівки для виконання самостійної роботи. «Інформаційні технології управління роботою з клієнтами». Технологія роботи в *CRM-системі Quick Sales* з дисциплін «Інформаційні системи і технології на підприємстві», «Інформаційні технології в підприємствах туристської індустрії» (для студентів 4 курсу спец.: 6.050400 - «Туризм і готельне господарство») / Укл.: Шаповалов А.Л., Гринчак М. В. Кузьмичова К.В. — Харків: ХНАМГ, 2008. — 52с.

Укладачі: А. Л. Шаповалов
М. В. Гринчак
К. В. Кузьмичова

Рецензент: канд. техн. наук, доцент В. О. Лелюк

Рекомендовано кафедрою прикладної математики і інформаційних технологій, протокол № 9 від 1 лютого 2008 р.

Методичні вказівки призначені для самостійного вивчення роботи в системі **Quick Sales**. Ця робота виконується після виконання всіх робіт з методичних вказівок "Інформаційні технології управління роботою з клієнтами (CRM-системи)". *CRM-системи Quick Sales Expert: настроювання й технологія роботи*

Для більш докладної інформації див. «*Керівництво користувача*» по системі.

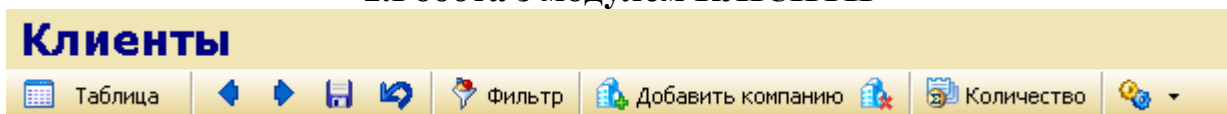
Порядок вивчення роботи з модулями системи

- у даних вказівках Ви читаєте правила виконання операцій і відразу ж, у навчальному режимі, їх виконуєте в системі Quick Sales.
- потім Ви моделюєте свої реальні ситуації (тобто Ви - менеджер фірми, що працює із клієнтами) і працюєте в системі зі своїми даними.
- Закінчується ваша робота формуванням у системі звітів, бази знань і висновків - по оцінці ефективності Вашої роботи.

Завдання:

1. Вивчити роботу із системою по опису кожного модуля.
2. По ходу вивчення - Увести свої дані по своїй умовній фірмі.
(Задати 2-менеджера , 3 -клієнта на кожного менеджера та 4 продукти або послуги для виконання робіт).
3. Виконати всі приклади.
4. Сформувані різні види звітів по своїй роботі для своїх даних .
Зберегти звіти у файлах EXCEL.
5. Сформувані зведений звіт (у WORD).

1.Робота з модулем КЛІЄНТИ



Модуль «Клієнти» є основним модулем системи Quick Sales і призначений для ведення бази даних клієнтів (компаній).

Функції:

- введення й перегляд даних про клієнтів,
- планування робіт із клієнтом,
- введення й перегляд даних про роботу, проведену із клієнтом,
- пошук інформації про клієнтів,
- розсилання інформаційних матеріалів клієнтові.

Клієнти/Режими роботи:

Можливі два режими роботи модуля «Клієнти»: «Таблиця» й «Картка».


У режимі «Таблиця» на екран видається список всіх клієнтів, у режимі «Картка» робота ведеться з інформацією окремого клієнта.

Набір дій, які може виконати користувач в обох режимах, той самий:



✓ Редагувати інформацію про компанії можна тільки в режимі «Картка».

✓ **ЗАВДАННЯ:** Додати 3 - 4 нових (клієнта) у режимі «Картка».
! спочатку в базі завести картку своєї компанії-.

! Для цього потрібно створити **нову картку**. Натисніть кнопку  (Створити компанію) – перед вами порожнє вікно картки компанії . Заповніть поля для вашого варіанта.

Припустимо, що вам тільки що подзвонив новий клієнт - комерційний директор компанії «Бджілка» Пчелкин Иван Петрович із м. Харкова, що довідався про вашу фірму з журналу «Експерт» і цікавиться вашою продукцією - послугами або вашими заходами, наприклад, просить надіслати запрошення на семінар.

Потенційний клієнт може довідатися про вас від знайомих, з газетної статті, підійти до вас на виставці, знайти вашу сторінку в інтернеті або в телефонному довіднику. У кожному разі вам необхідно зберегти всю наявну у вашому розпорядженні інформацію про нього. Щоб ця інформація не забулася й не втратилася, щоб ви могли використати її у своїй роботі й через великий проміжок часу, вам потрібно занести ці відомості в базу даних клієнтів.


Модуль Клієнти/Закладки

Призначення закладок:

| Закладка | | Призначення |
|----------------------------|----------------|---|
| Група закладок про клієнта | | |
| 1. | «Головне» | основна інформація про компанії |
| 2. | «Контакти» | список контактних осіб компанії |
| 3. | «Реквізити» | інформація про всі банківські й поштові реквізити клієнта |
| 4. | «Про компанії» | довільний коментар по роботі з компанією |

| | | |
|--|----------------------|---|
| 5. | «Додаткові поля» | будь-які інші текстові поля для опису компанії, задані Адміністратором |
| Група закладок про роботу із клієнтом | | |
| 1. | «Замітки й плани» | заходу щодо роботи з компанією, замітки користувачів |
| 2. | «Продукти й послуги» | продані компанії або плановані до продажу продукти |
| 3. | «Роботи» | Роботи, зроблені із цієї компанії |
| 4. | «Договори» | договори, на підставі яких здійснюється та або інша робота з компанією |
| 5. | «Пакети» | пакети для розсилання контактним особам компанії |
| 6. | «Групи» | групи, у які входить компанія |

Введення нового контакту

Для додавання **нового контакту** натисніть кнопку . Поля на закладці стануть порожніми. Заповніть їх відповідно до призначення. При цьому поля «Куратор» (Ваше прізвище) і «Дата реєстрації» (поточна дата) будуть заповнені автоматично.

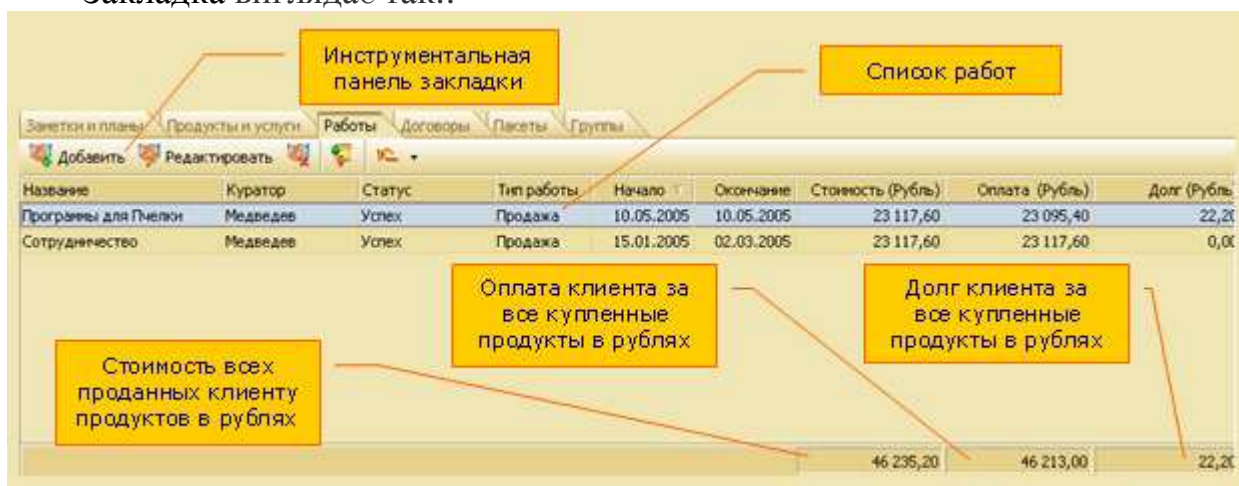
Уведені дані зберігаються автоматично.

Закладка «Реквізити» призначена для запису реквізитів компанії клієнта. Також, використовуючи цю закладку, можна ввести прізвища головного бухгалтера й керівника компанії клієнта. Уведені в поля закладки дані будуть використані, коли друкуватимуться різні документи: рахунок-фактура, товарні накладні й ін.

Клієнти/Закладка «Роботи»

Закладка «Роботи» - це одна з найбільш важливих закладок **Quick Sales**. Вона використовується для запису всіх робіт, які Ви проводите із клієнтом з метою продажу товарів або послуг.

Закладка виглядає так::



| Назва | Куратор | Статус | Тип роботи | Начало | Оконецание | Стоимость (Рубль) | Оплата (Рубль) | Долг (Рубль) |
|---------------------|----------|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------|--------------|
| Програма для Пчелок | Медведев | Успех | Продажа | 10.05.2005 | 10.05.2005 | 23 117,60 | 23 095,40 | 22,20 |
| Сотрудничество | Медведев | Успех | Продажа | 15.01.2005 | 02.03.2005 | 23 117,60 | 23 117,60 | 0,00 |
| | | | | | | 46 235,20 | 46 213,00 | 22,20 |

Робота (угода) в **Quick Sales** характеризується трьома основними параметрами – «**Тип**», «**Етап**», «**Статус**». Конкретні значення цих параметрів задають-

ся Адміністратором системи при установці Quick Sales. Наприклад, вони можуть бути такими:

- тип робіт: «Бартер», «Продаж», «Партнерство»,
- етапи робіт: «Ініціювання інтересу», «Демонстрація», «Висновок угоди», «Установка», «Навчання», «Супровід», «Надання послуг»,
- статус: «Відкритий», «Успіх», «Відмова».

Варто підкреслити, що записувати в систему треба не тільки роботи, які закінчилися успішним продажем, а саме **всі проведені** Вами роботи. Цим Ви:

- по-перше, зафіксуєте інформацію для себе, щоб нічого не було забуто/загублене й Ви могли аналізувати свою роботу,
- по-друге, Ви підготуєте корисну інформацію для інших співробітників, (наприклад, маркетингового відділу) для прийняття якихось рішень,
- по-третє, керівництво побачить Ваші зусилля в роботі, якщо навіть поки що вони не увінчалися успіхом.



Дані по всіх етапах роботи, уведені в закладці «Роботи», будуть використані для аналізу Вашої діяльності.

Рекомендація. **Попрацюйте в системі Quick Sales, уводячи вигадані роботи й продаючи продукти/послуги (непотрібні роботи можна буде потім видалити). Ви переконаєтеся самі, що на уведення продажу «з нуля» потрібно буквально кілька хвилин.**

При уведенні нової роботи автоматично заповнюються поля:

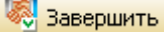

- «Куратор» - Ваше ім'я (менеджер фірми),
- «Початок» - поточний день,
- «Тип» - «Продаж»,
- «Статус» - «Відкрита».

Інші поля потрібно заповнити самостійно відповідно до найменування поля. При цьому, якщо у Вас ще немає якихось даних, заповнювати всі поля не обов'язково (потім можна буде доповнити або змінити роботу).



Пояснення до заповнення полів:

- «Назва» - записати мету угоди.
- «Тип» - указати тип роботи відповідно до того, що Ви плануєте - бартер, партнерство або продаж.
- «Договір» - номер договору, по якому здійснюється угода. Всі договори вводяться на закладці «Договори» модуля «Клієнти».
- «Причина» - указати причину, по якій була ініційована угода. Наприклад, реклама в ЗМІ, завдяки якій клієнт захотів співробітничати з Вами; проведення маркетингових заходів щодо просування товарів; необхідність висновку нового договору з дилером і т.п.
- «Закінчення» - дата закінчення роботи встановлюється автоматично на день, коли угода завершиться, але можна ввести й передбачувану дату завершення.


Якщо Ви спробували вводити інформацію в цьому вікні, то, напевно, помітили, що деякі поля не можна редагувати. Вони призначені тільки для відображення інформації.

- Поле «Статус» - встановлюється автоматично в стан «Відкриті». При закритті роботи (кнопка ) воно змінюється або на «Успіх», або на «Відмову».
- Група полей «Сума» - показують плановану й фактичну суму угоди. Поля визначаються автоматично при продажі продуктів і реєстрації внесеної оплати.
- Поле «Куратор» - звичайні користувачі не можуть змінювати куратора. Після того, як Ви закінчите уведення інформації в поля закладки «Робота/Головна», натисніть клавішу .


Потім Ви повинні вирішити, що хочете зробити далі:

- якщо закінчити опис роботи - натисніть кнопку «ОК»,
- якщо відзначити завершення роботи – натискайте кнопку ,
- якщо виписати платіжний документ - натискайте кнопку .

Якщо ж Ви вирішили почати описувати етапи роботи, вводити оплату продукту або працювати з документами ІС - то переходьте на відповідні закладки.


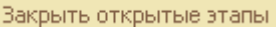
 При видаленні роботи інформація про продані продукти, про оплату й про етапи роботи видалається.

Етапи роботи

Для уведення або зміни етапів роботи виберіть закладку «Робота», натисніть клавішу  й перейдіть на закладку «Етапи».


У Вас є 3 можливості: *додати етап, відредагувати опис етапу й видалити етап.* Зробіть це!

Дату закінчення етапу можна не вводити або вказати плановану. По завершенню етапу варто вказати реальну дату.

 Етапи з невстановленою датою закінчення називаються «відкриті». Етапи, у яких є дата закінчення, – «закриті». Всі відкриті етапи можна одночасно закрити, якщо у вікні додавання етапу встановити прапорець . Після натискання кнопки «ОК» у всіх відкритих етапів встановиться поточна дата.

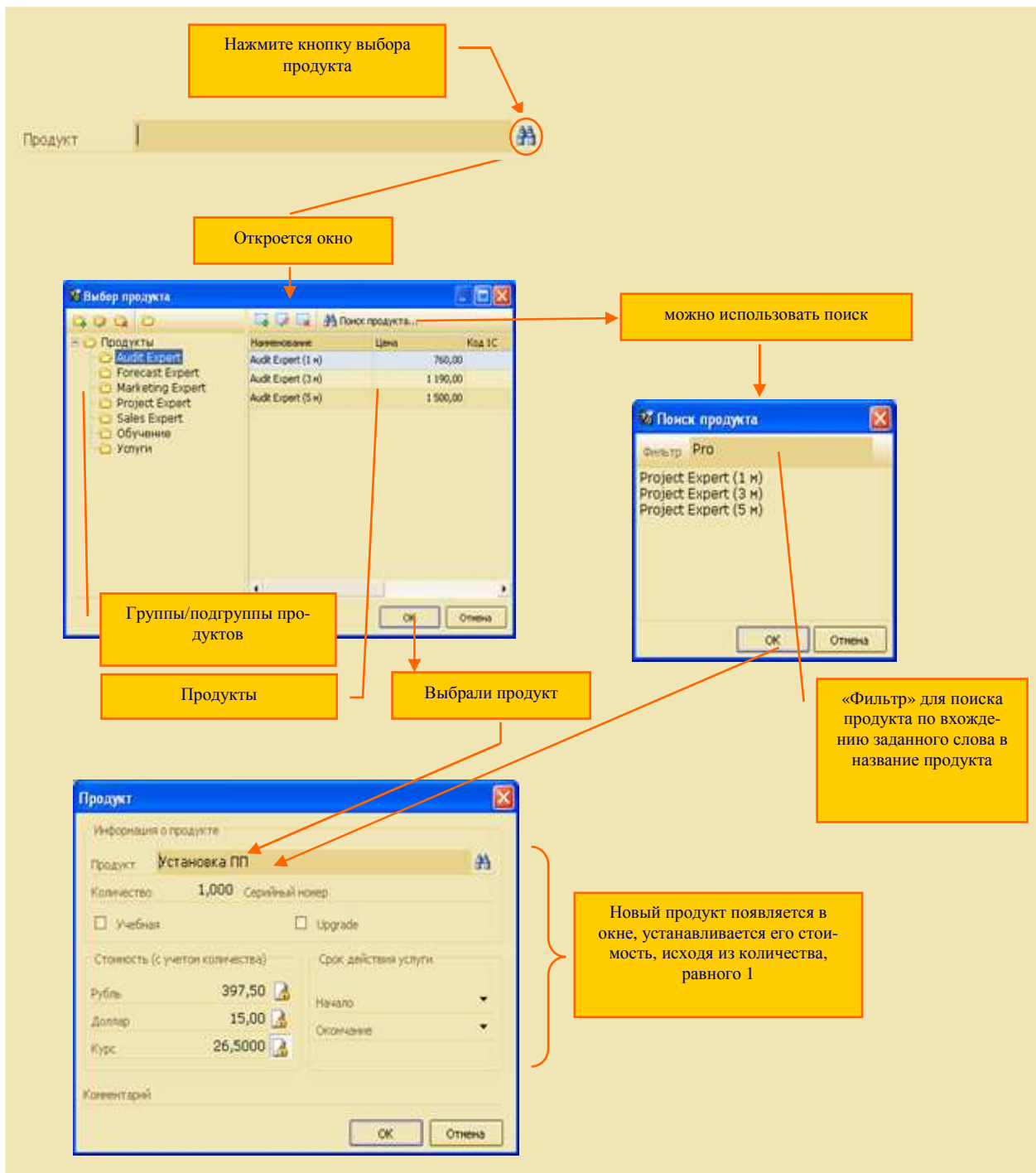
Після заповнення необхідних полей натисніть «ОК». Новий етап з'явиться в загальному списку.

Продаж продуктів (послуг)

Для того, щоб відзначити продаж будь-якого продукту, виберіть закладку «Робота», натисніть клавішу  й перейдіть на закладку «Продукти й оплата»

У Вас є 3 можливості: **відзначити продаж продукту, відредагувати інформацію про продаж продукту, видалити дані про проданий продукт.**



Вибір продукту здійснюється так:



ЗАВДАННЯ: Подивіться уважно на наведену вище схему й повторіть зазначені дії за комп'ютером.

✓ **Список продуктів і ціни на продукти формуються Адміністратором.**

Отже, за схемою Вам необхідно вибрати проданий продукт? Натисніть клавішу  й вибирайте продукт.

Із кнопок вікна «Вибір продукту» користувач (не Адміністратор) може використати тільки кнопку , щоб розгорнути/згорнути всі групи й підгрупи продуктів, і кнопку  Поииск продукта... для пошуку продукту в списку.

Після того, як продукт Вами обраний, його назва відображається у вікні «Продукт»:

Автоматично заповнюються поля:

- «Кількість» - установлюється рівним «1»,

- «Рубль», «Долар», «Курс» - відповідно до ціни продукту й курсом, зазначеним у системі.

Якщо в продукту є серійний номер, його необхідно ввести в поле «Серійний номер».

Крім того, у продукту можуть бути 2 додаткових ознаки, що набудовують Адміністратором. На малюнку це Учебная й Upgrade . При реальній роботі ці ознаки можуть бути іншими. Відзначати їх треба тоді, коли це необхідно.

Після натискання «ОК» продукт вважається проданим.

Для введення оплати натисніть кнопку  **Добавить оплату** .

Для реєстрації оплати необхідно виконати наступні дії:

- відзначити оплачувані продукти,
- увести суму оплати в одній з валют (долар або грн), значення другої валюти буде перелічено відповідно до курсу,
- натиснути «ОК».

Залежно від внесеної суми борг клієнта зменшується або погашається.

Для зміни оплати натисніть кнопку  **Редактировать оплату** . Відкриється те саме вікно, що й при додаванні оплати. Внесіть будь-які зміни й натисніть «ОК».


Для видалення оплати виділіть потрібну оплату й натисніть кнопку «Видалити оплату»  .

Виписка документів 

На продані товари, як правило, виписуються документи. У системі Quick Sales передбачено 4 типи документів:

- рахунок,
- рахунок-фактура,
- товарна накладна,
- прибутково-касовий ордер.


Крім названих вище документів Ви можете роздрукувати й будь-який інший документ. Для цього необхідно підготувати шаблон документа у форматі MS Excel («*.xls», «*.xlt»). Файл нового шаблону заноситься в систему Quick Sales Адміністратором.

Для друку нового документа в меню  виберіть пункт «Інший шаблон». У вікні, що відкрилося, виберіть потрібний файл для печатки

Завершення роботи:

Якщо робота із клієнтом закінчена, то в системі необхідно **відзначити її завершення**. В Quick Sales статус завершення може бути або «Успіх» (продаж відбувся), або «Відмову» - продаж не відбувся.

Зауваження. Для коректної побудови звітів по кількості відвантаженого товару необхідно ввести в систему дату відвантаження товару (**або дату закінчення дії послуги**). Якщо це не було зроблено раніше, те введіть зараз у вікні «Роботи» значення в поле «Дата відвантаження».

А тепер натисніть кнопку  **Завершить** . Відкриється вікно, у якому необхідно вказати результат завершення роботи:

Якщо робота завершилася успішно, то «клацніть» «Успіх» і натисніть «ОК». У полі статусу буде встановлений «Успіх».

Якщо робота завершилася невдало, виберіть «Відмову». Вікно завершення роботи трохи зміниться:

Система вимагає при відмові вказувати етап, на якому відбулася відмова клієнта від угоди, і причину, по якій клієнт відмовився. Причому причини відмови залежать від етапів. Причини відмови настроюються *Адміністратором*. Вибравши етап і причину, натисніть «ОК». Робота буде завершена, статус роботи буде «Відмова».



Будь-які дані завершеної роботи можна змінити, якщо це Ваша робота, так само, як і відкритої. У тому числі й відкрити роботу знову, якщо вона була завершена випадково.

Клієнти/Закладка «Продукти й Послуги»

У картці клієнта закладка «Продукти й послуги» забезпечує роботу з переліком продуктів і послуг, які продані або плануються для продажів клієнтові.

Отже, на закладці «Продукти й послуги» вводяться й показуються:

- продукти й послуги, плановані для продажу клієнтові (при цьому у всіх «грошових» полях автоматично проставляється - нуль),
- продукти й послуги, продані клієнтові через дилерів.



Крім того, на закладку «Продукти й послуги» автоматично потрапляють всі продані коли-небудь цьому клієнтові товари й послуги, із вказівкою їхньої вартості, оплаченої суми, боргу клієнта, датою відвантаження й т.д.

Уведення інформації про продаж виконується на закладці «Роботи».

Зверніть увагу на кнопку «Активні продукти».


Якщо кнопка натиснута **Активные продукты** (є прапорець), то система показує:

- продукти, які оплачені або мають серійний номер,
- послуги, у яких поточна дата перебуває між датами початку й закінчення дії послуги.


Якщо прапорець **Активные продукты** немає, то система показує всі (продані й плановані до продажу) продукти й послуги.

На закладці у Вас є 3 можливості: додати на закладку новий продукт, відредагувати інформацію про продукт, видалити дані про продукт.

Для планування продукту до продажу:

- відкрийте вікно додавання (кнопка  **Добавить**),
- укажіть продукт і передбачувану кількість, що буде продано клієнтові,
- укажіть властивості продукту, уведіть коментар - якщо потрібно,
- якщо продукт є послугою, то відзначте передбачуваний строк її надання,
- натисніть «ОК» - новий продукт з'явиться в списку.

Для оцінки продукту, проданого клієнтові через дилера:

- відкрийте вікно додавання (кнопка  **Добавить**),
- укажіть продукт, кількість продукту, що було продано клієнтові і його серійний номер (якщо є),
- укажіть компанію, у якої клієнт купив продукт, у поле «Місце покупки»,
- укажіть властивості продукту, уведіть коментар - якщо потрібно,


- якщо продукт є послугою, то відзначте строк її надання,
- натисніть «ОК» - оцінка про продукт з'явиться в списку.

Редагування продукту


Ви можете внести будь-які зміни в описі продуктів. Якщо Ви змінюєте раніше проданий продукт, то при цьому автоматично будуть змінюватися відповідні дані й на закладці «Роботи».

Знайти роботу, пов'язану із продуктом:

«Клієнти»/Закладка «Продукти й послуги»/Кнопка 


 Робота, у якій була описана продаж продукту, називається в Quick Sales **зв'язаною**.

Для того, щоб знайти зв'язану роботу, треба:

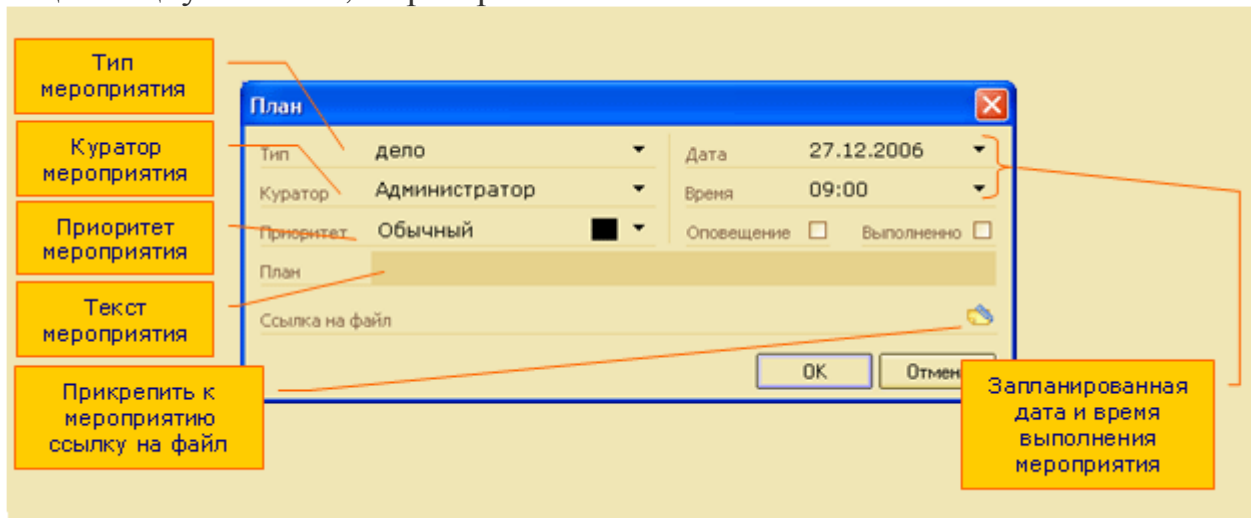
- на закладці «Продукти й послуги» виділити продукт у списку,
- натиснути кнопку .

Як результат - Ви перейдете на закладку «Роботи», де буде виділена шукана робота. Якщо продукт не зв'язаний з жодною роботою, то з'явиться інформаційне повідомлення

Уведення нового плану


Для уведення нового плану (справи) використайте кнопку  **Добавить план**.

Якщо клацнути по ній, то розкриється вікно «План»:




Розглянемо, як заповнювати поля «Плану»:


- «Тип» – уведіть тип планованої роботи. Це може бути «зустріч», «справа», «демонстрація» і т.д. Набір типів формується *Адміністратором*. Тип вибирається з меню, що випадає.
- «**Пріоритет**» – уведіть пріоритет заходу: «Високий», «Звичайний» або «Низький». Заходи різного пріоритету виділяються в загальному списку різними кольорами. За замовчуванням система встановлює пріоритет «Звичайний».
- «**План**» – уведіть короткий опис планованої справи.
- «Дата», «Час» - система автоматично в ці поля «Плану» вносить завтрашню дату й час 9:00 (дату й час Ви можете змінити).
- «Посилання на файл» – при необхідності вкажіть шлях до файлу, що доповнює опис «Плану» (документ, договір, програмний продукт та ін.).


Для вказівки посилання на файл натисніть кнопку «Установити посилання» . У діалоговому вікні, що відкрилося, знайдіть потрібний файл і натисніть «Відкрити». У полі з'явиться повний шлях до зазначеного файлу. Урахуйте, що файл не прикріплюється до замітки, це тільки посилання й при переміщенні/видаленні файлу він буде недоступний. Для вказівки WEB ресурсу досить ввести адресу сайту/сервера безпосередньо в це поле. Якщо потрібно як посилання вказати адресу електронної пошти, то використайте конструкцію «mailto: e-mail_адреса» (без лапок).

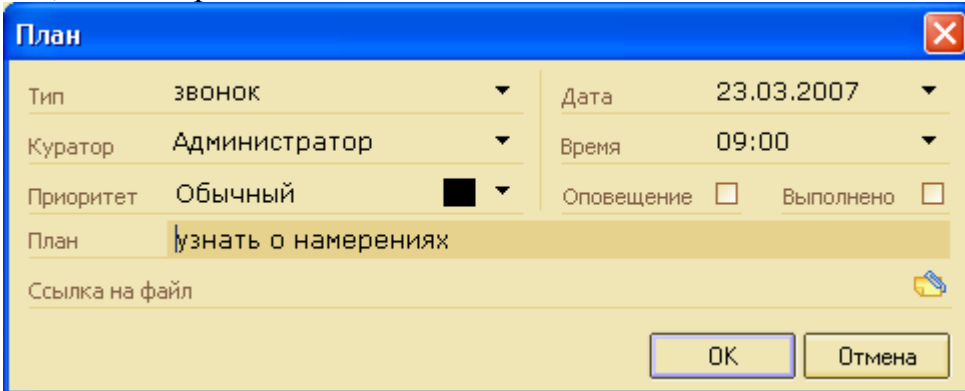
- Прапорець «Виконано» – за замовчуванням не встановлюється (тому що справа ще не виконана).
- Прапорець «Оповіщення» - якщо хочете, щоб планована справа була включена в список оповіщення, то встановіть прапорець, якщо немає - то не встановлюйте.

Після заповнення полів треба, як завжди, натиснути «ОК», і Ваш новий пункт плану з'явиться в загальному списку, запис буде позначена значком  (невиконані плани).

Редагування замітки/плану

Для редагування плану або замітки потрібно виділити його (її) у загальному списку й натиснути кнопку «Редагувати» . Другий варіант - просто клацнути 2 рази мишкою по обраному запису.


Якщо обраний запис – план (уведення виконувалося кнопкою  «Добавить план»), то відкриється вікно «План»:



| | | | |
|----------------|----------------------|------------|--------------------------|
| Тип | звоник | Дата | 23.03.2007 |
| Куратор | Администратор | Время | 09:00 |
| Приоритет | Обычный | Оповещение | <input type="checkbox"/> |
| План | узнать о намерениях | | |
| Ссылка на файл | <input type="text"/> | | |
| OK | | Отмена | |


У вікні можна змінити кожне поле з доступних. По завершенні редагування натиснути «ОК».


Виконання плану

Після того, як намічений план виконаний, виберіть його в списку й натисніть кнопку  «Выполнить план». У вікні, що відкрилося, система автоматично:


- установити прапорець «Виконано» (з'явиться галочка),
- скине прапорець «Оповіщення» (якщо прапорець був установлений).


Додатково Ви можете змінити текст коментарю так, щоб він став звітом про виконання плану. Наприклад, текст «Відіслати інформаційні матеріали» змінити на «Висланий поштою прес-реліз і рекламні буклети».

Далі натисніть «ОК» - намічений план виконаний. У списку справ значок  на виконаному плані стояти не буде.

Якщо до замітки/плану прикріплене посилання на який-небудь файл, то цей файл можна відкрити у відповідному типу файлу програмі. Для цього варто натиснути кнопку «Відкрити посилання» . Якщо файл має розширення «doc», то він відкриється в програмі MS Word; якщо був зазначений Інтернет-сайт, то він відкриється в оглядачі Інтернету; якщо адреса електронної пошти - те в поштовій програмі й т.п.

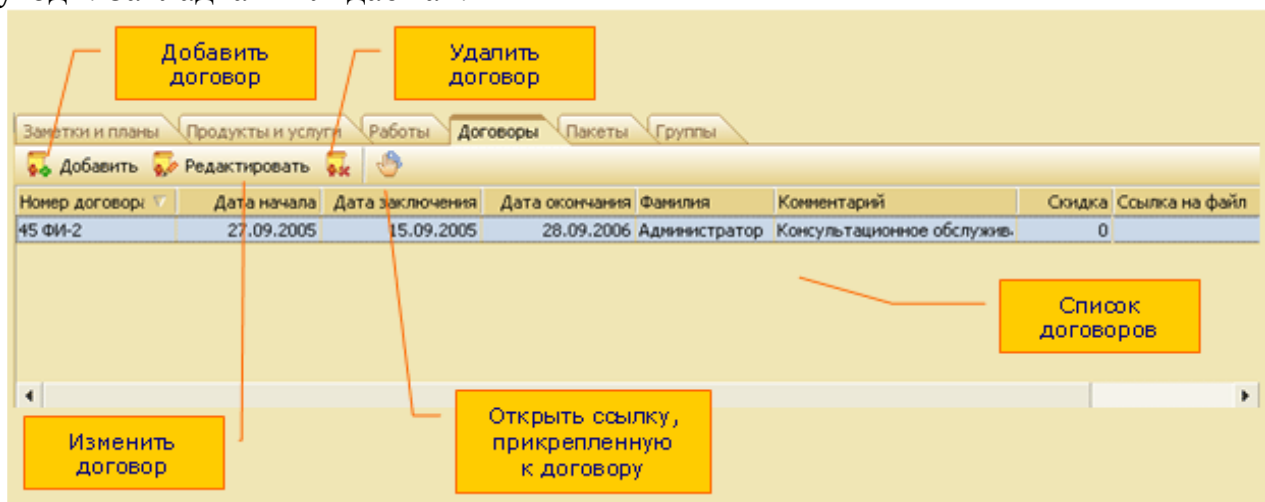
Будь-який план/замітку в списку можна логічно зв'язати з будь-якою контактною особою, що представляє компанію.

Для цього виділіть план/замітку на закладці «Замітки й плани», а на закладці «Контакти» модуля «Клієнти» виберіть потрібну людину. У меню кнопки  виберіть пункт «Зв'язати запис із поточним контактом»:

Для того, щоб знайти контактну особу, пов'язану з виділеною заміткою/планом, досить просто натиснути кнопку «Знайти зв'язаний контакт» . У результаті Ви автоматично перейдете на закладку «Контакти». Потрібний контакт буде виділений.


Клієнти/Закладка «Договори»:

Закладка призначена для ведення договорів, які оформлюються при укладенні угоди. Закладка виглядає так:



Натисніть кнопку  «Добавить» для додавання нового договору.

Для введення в систему нового договору заповніть поля відповідно до призначення й натисніть «ОК».

До договору може бути додане посилання на будь-який файл кнопкою  (наприклад, друкована форма договору, підстава для знижки й ін.). Замість посилання на файл у поле може бути уведена адреса Інтернет-ресурсу або адреса електронної пошти.

Клієнти/Закладка «Пакети»:

Закладка призначена для створення й розсилання різних інформаційних матеріалів контактним особам компанії.



Нагадуємо, що:

✓ **Пакетом** у системі Quick Sales називається група інформаційних матеріалів, зібрана в один електронний лист і призначена для відправлення контактним особам компаній.

✓ Відправляти пакети можуть тільки користувачі, які мають свою електронну адресу. Вона буде використовуватися як зворотня. Указати свій e-mail можна в особистих настройках .

Клієнти/Закладка «Групи»

Під **групою** в Quick Sales розуміється:

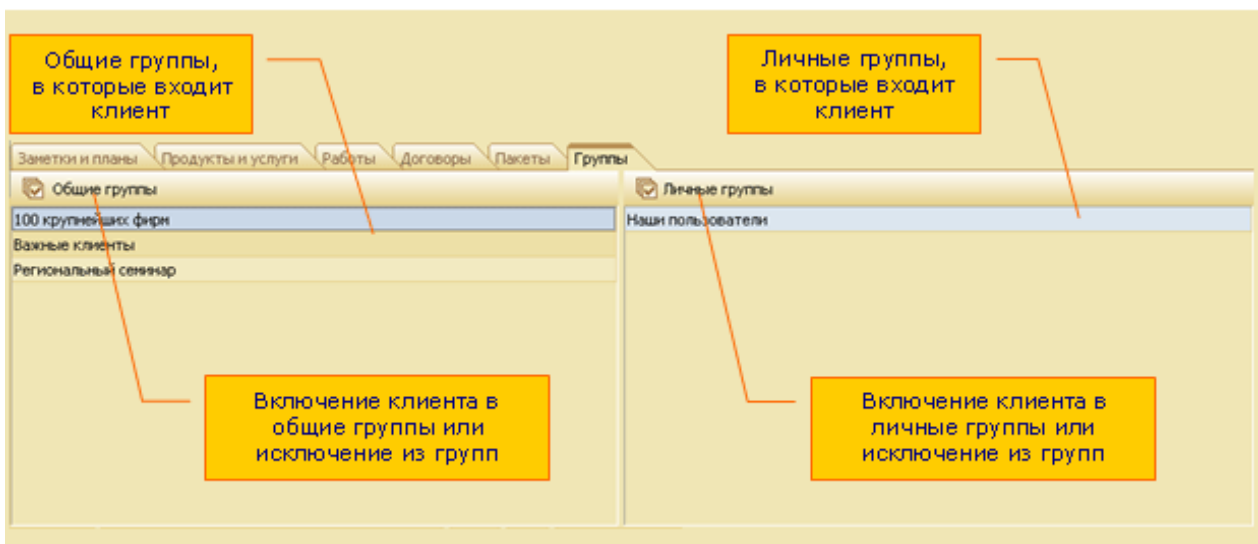
✓ **Набір (група) компаній, які поєднуються по певній ознаці з метою одночасного проведення різних операцій (наприклад: відсилення листів, планування, експорт, пошук карток і т.д.)**

Групи в системі Quick Sales розподіляються на:

- «Загальні групи» – формуються Адміністратором системи й можуть змінюватися теж тільки Адміністратором. Загальні групи доступні всім користувачам.
- «Особисті групи» - формуються особисто кожним користувачем і доступні тільки йому.

Приклади груп - «важливі клієнти», «бюджетні організації», «потенційні дилери», «сумнівні клієнти» і т.д.


Закладка «Групи» має вигляд:





Якщо групи вже створені, то відзначте прапорцями потрібні групи для включення клієнта у Ваші особисті групи. Для виключення, навпаки, скидайте встановлені прапорці. По закінченню натисніть «ОК».

2. Работа з Модулем Календар

Модуль «Календар» може бути викликаний одним із трьох способів:

- пункт меню «Модуль/Календар»,
- інструментальна панель: піктограма ,
- клавіша F6.

 Модуль «Календар» представляє плани й замітки, відсортовані по датах, і забезпечує з ними роботу.

 Нагадуємо, що замітки й плани вводяться на закладці «Замітки й плани» модуля «Клієнти».

У яких випадках варто скористатися модулем «Календар»?

- Ви хочете довідатися, які заходи заплановані у Вас на сьогодні (або на будь-яку іншу дату)? - Відкривайте модуль, вибирайте дату, що цікавить Вас, і одержуйте список невиконаних планів.
- Ви хочете позначити виконання запланованих на сьогодні справ? - Для цього відкрийте модуль «Календар», знайдіть по пошуку невиконані заходи й відзначте їхнє виконання.
- Ви хочете довідатися, які із запланованих справ виконав один з Ваших співробітників та які ще ні? - Відкрийте модуль й, використовуючи пошук, знайдіть інформацію, що цікавить Вас.

Функції:

- перегляд невиконаних планів на будь-яку дату,
- пошук заміток і планів,
- редагування планів і заміток,
- оцінка виконання заходів,
- синхронізація планів з Microsoft Outlook.

Режими роботи

Модуль «Календар» може працювати в одному із двох режимів:

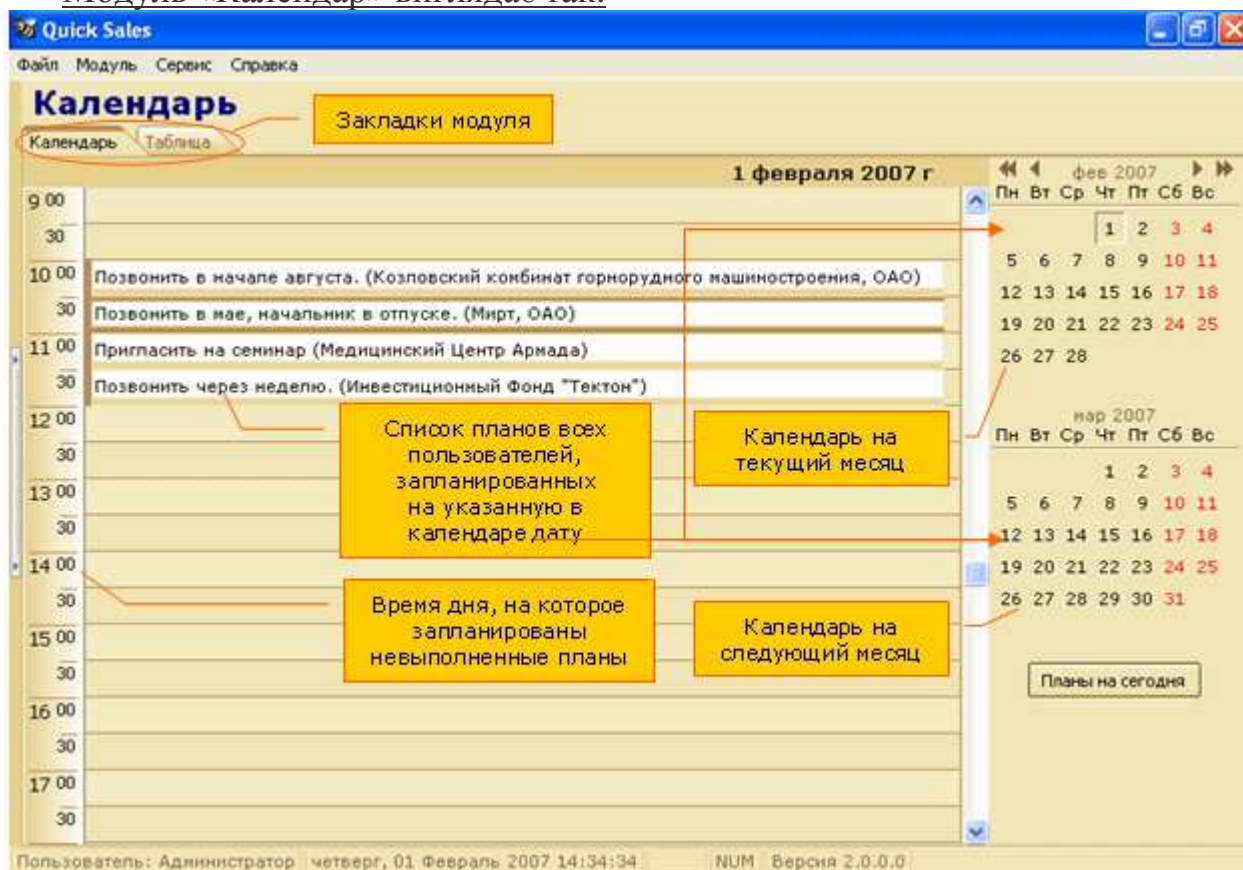
- режим «Таблиця» - закладка «Таблиця»,
- режим «Календар» - закладка «Календар».

Набір дій, які може виконати користувач у цих режимах, різний. Тому розглянемо окремо кожний з режимів.

Режим «Календар»

У режимі «Календар» (закладка «Календар») у списку відображаються невиконані плани й замітки, які були заплановані всіма користувачами на обрану в календарі дату.

Модуль «Календар» виглядає так:



Дії, які можна виконати в режимі «Календар»:


У режимі «Календар» зручно:

- переглянути невиконані плани, які були заплановані на обране число, по всіх користувачах,
- перенести за часом плани,
- змінити план або відзначити дату виконання плану.

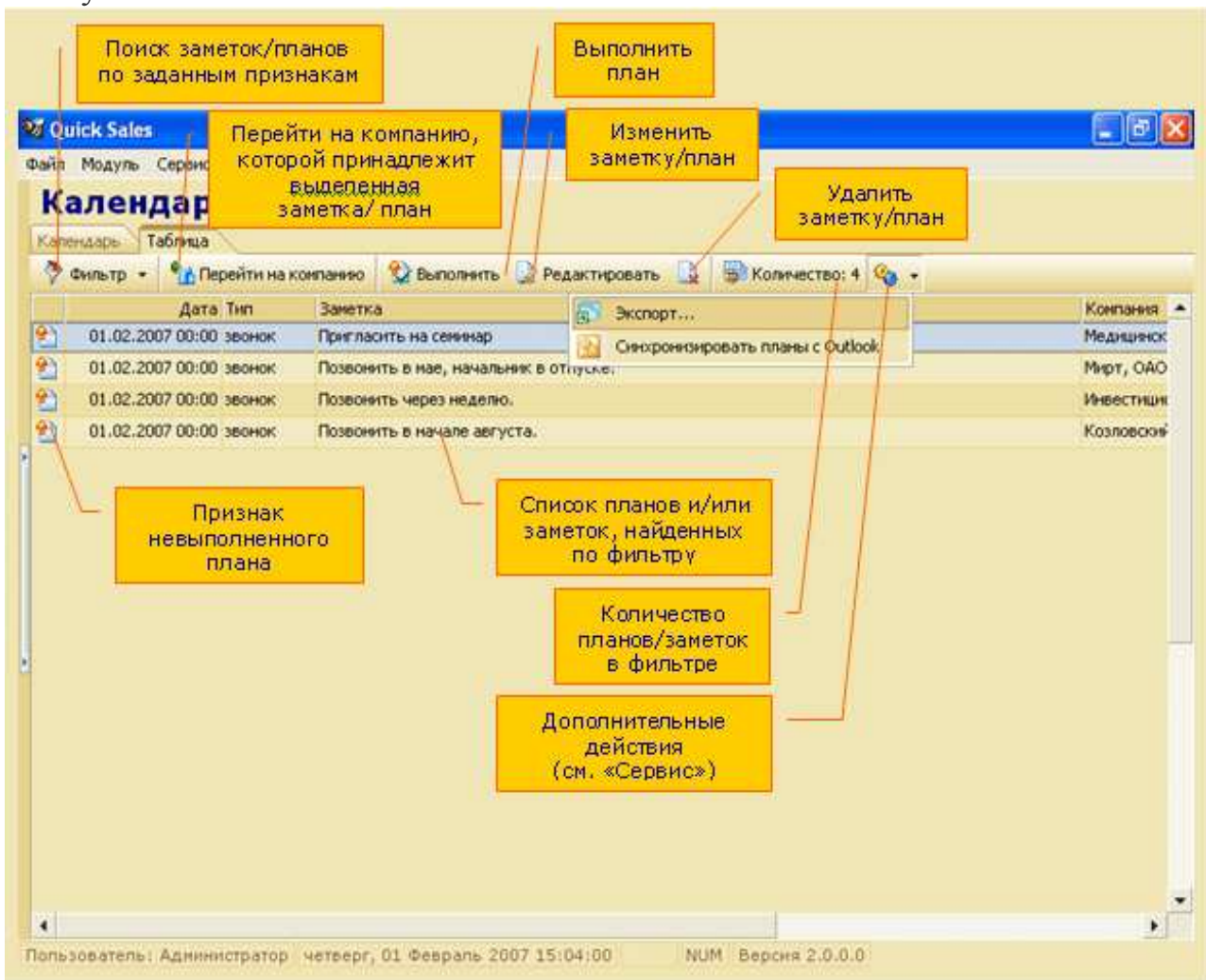
Для зміни плану або оцінки виконання замітки/плану, а також для переходу на картку компанії можна використати контекстне меню (викликається по правій кнопці миші). Докладніше робота із замітками/планами розглянута далі в цьому розділі.

Щоб перенести план на інший час у поточній добі, виділіть його лівою кнопкою миші й, не відпускаючи, перетягніть нагору або вниз на потрібний час доби.

Режим «Таблиця»:

У режимі «Таблиця» (закладка «Таблиця») у списку відображаються плани й замітки, знайдені по встановленій ознаці відбору (кнопка  Фільтр).

Вид режиму «Таблиця» і дії, які в ньому можна виконати, показані на малюнку нижче:



У режимі «Таблиця» зручно:

- переглядати невиконані плани/замітки,
- знайти замітку або план, використовуючи фільтр,
- відзначити виконання запланованої справи,
- змінити або видалити замітку/план.

Якщо Ви відкрили закладку «Таблиця» вперше, то в списку будуть наведені Ваші плани на сьогодні. Така інформація буде відображатися доти, поки Ви не зміните умови фільтра (кнопка **Фільтр**). Невиконані плани відзначаються в списку значком .

Виконати план

Для оцінки виконання плану виділіть його на закладці «Таблиця» і натисніть кнопку **Виконати**.

У вікні, що відкрилося, система автоматично:

- установить прапорець «Виконане» (з'явиться галочка),
- скине прапорець «Оповіщення» (якщо прапорець був установлений).

Для зміни замітки або плану виділіть його на закладці «Таблиця» і натисніть кнопку **Редактировать** або просто клацніть два рази мишкою на потрібному рядку.

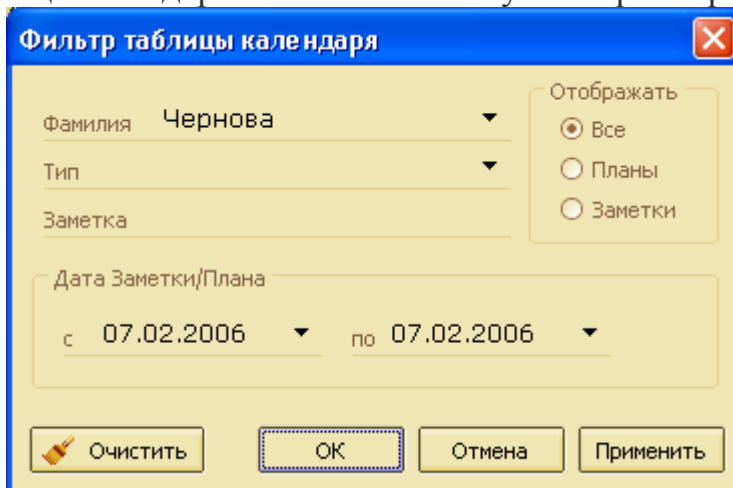
Список на закладці «Таблица» показує за замовчуванням Ваші плани на сьогодні.

Розглянемо кілька прикладів роботи з фільтром:

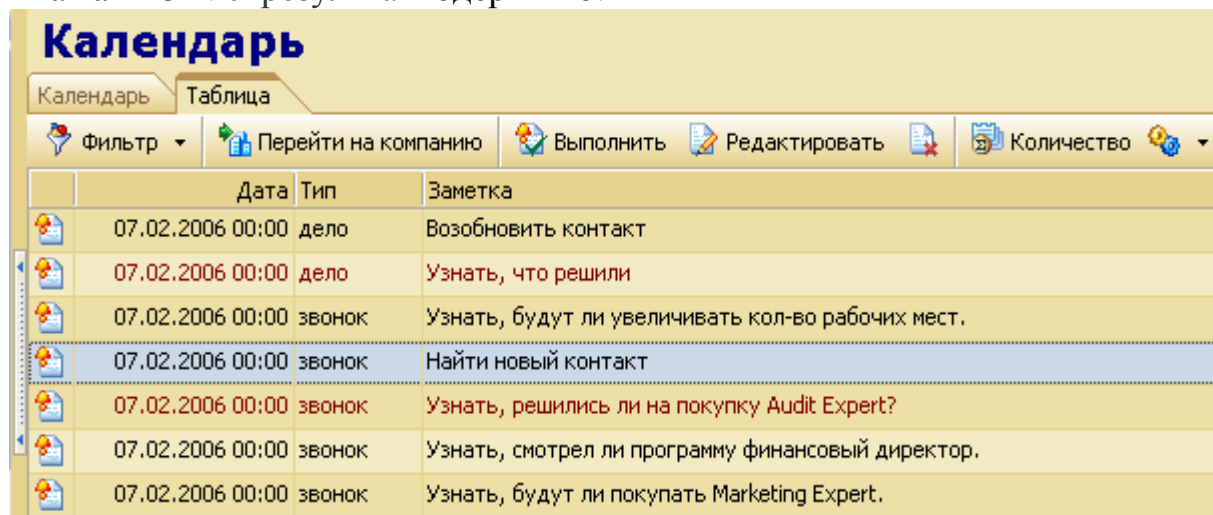
Приклад 1. Довідатися, що планувала співробітниця Чернова на 7 лютого 2006 року.

Ваші дії:

1. У фільтрі таблиці календаря встановити наступні параметри:



2. Нажати ОК. У результаті одержимо:



| Дата | Тип | Заметка |
|------------------|--------|---|
| 07.02.2006 00:00 | дело | Возобновить контакт |
| 07.02.2006 00:00 | дело | Узнать, что решили |
| 07.02.2006 00:00 | звонок | Узнать, будут ли увеличивать кол-во рабочих мест. |
| 07.02.2006 00:00 | звонок | Найти новый контакт |
| 07.02.2006 00:00 | звонок | Узнать, решились ли на покупку Audit Expert? |
| 07.02.2006 00:00 | звонок | Узнать, смотрел ли программу финансовый директор. |
| 07.02.2006 00:00 | звонок | Узнать, будут ли покупать Marketing Expert. |

Нагадуємо, що коричневими кольорами виділені найбільш важливі плани.

Приклад 2. Знайти, коли в співробітника Медведєва були заплановані демонстрації продуктів.

Ваші дії:

1. У фільтрі таблиці календарю встановити наступні параметри:

Фильтр таблицы календаря

Фамилия

Тип

Заметка

Отображать
 Все
 Планы
 Заметки

Дата Заметки/Плана
с по

2. Нажати ОК. У результаті одержимо:

Календарь

Календарь Таблица

Фильтр Перейти на компанию Выполнить Редактировать Количество


| Дата | Тип | Заметка |
|------------------|------------|---|
| 20.07.2005 12:21 | демонстрац | Была демонстрация Marketing Expert, Audit Expert, Sales Expert. Больше интересует Marketing E |
| 08.07.2005 16:50 | демонстрац | Демонстрация Sales Expert. Купили книги |
| 12.06.2005 15:10 | демонстрац | Состоялась демонстрация Project Expert, Audit Expert, Sales Expert. |
| 30.05.2005 16:32 | демонстрац | Показывал, как Quick Sales используется внутри нашей компании |
| 07.05.2005 15:37 | демонстрац | Демонстрация Audit Expert, Sales Expert состоялась. |
| 29.04.2005 14:59 | демонстрац | Приехали на демонстрацию Sales Expert в офис. Кроме того говорили о всех продуктах. |

Для того, щоб відобразити в загальному списку закладки «Таблица» тільки Ваші плани, заплановані на поточну добу, досить вибрати пункт у меню кнопки

 Фильтр :


3. Работа з Модулем *Роботи*

Модуль «Роботи» може бути викликаний одним із трьох способів:

- пункт меню «Модуль/Роботи»,
- інструментальна панель: піктограма ,
- клавіша F7.

 Модуль «Роботи» призначений для перегляду списку всіх (або частини) робіт, виконаних за весь період роботи в системі з усіма клієнтами.

Роботи можуть бути переглянуті користувачем у розрізі саме робіт, етапів робіт або продажів. Список робіт, що переглядають, задається за допомогою фільтра.

 Уведення робіт (етапів, продажів) виконується на закладці «Роботи» модуля «Клієнти».

Основні функції модуля «Роботи»:

- перегляд робіт, продажів, етапів робіт;
- пошук робіт, етапів робіт, продуктів;
- експорт робіт, етапів робіт, продажів.

При роботі з модулем «Роботи» можливі три режими відображення інформації:

- відображення робіт,

- відображення етапів робіт,
- відображення проданих продуктів.

Перемикання між режимами виконується за допомогою

Отображать: Работы

списку, що розкривається по кнопці:

Набір дій, які може виконати користувач у всіх режимах, той самий:



Відображення етапів робіт: У цьому режимі відображаються етапи всіх робіт.

Нижче наведені приклади, які демонструють, як виконується пошук у модулі «Роботи» й як залежно від режиму перегляду відображається знайдена інформація.

Приклади фільтрів

Приклад 1. Знайти роботи співробітника Синичкіна, по яких був успішно проданий товар.

Ваші дії:

1. Викликати модуль «Роботи» й установити режим перегляду «Роботи».
2. Викликати фільтр робіт і перейти на закладку «Роботи».
3. Сформувані умови пошуку: у поле «Куратор» установити «Синичкин», у поле «Статус» - «Успіх».

У результаті знайдено 8 робіт:

| Работы | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|----------------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| Компания | Название работы | Куратор работы | Статус работы | Начало работ | Окончание ра | Причина работы |
| Центр управленческих техн | 1 | Синичкин | Успех | 01.05.2005 | 11.05.2005 | Рекомендации |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| ОАО "Вкусные обеды" | Новая сделка | Синичкин | Успех | 22.03.2005 | 14.04.2005 | Рекомендации |
| ОАО "Вкусные обеды" | Новая сделка | Синичкин | Успех | 22.03.2005 | 14.04.2005 | Рекомендации |
| Алтайский НИИ электронной | Сотрудничество | Синичкин | Успех | 06.04.2005 | 12.04.2005 | Интернет |
| Международный центр разв | Сертификация | Синичкин | Успех | 11.01.2005 | 13.03.2005 | Интернет |

А тепер, не змінюючи умов пошуку, перемкнемо режим відображення на «Етапи». У результаті бачимо на екрані етапи успішних робіт Синичкіна:

| Работы | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|--------------|--------------|------------------------|
| Фильтр | Отображать: Этапы | Перейти на компанию | Количество | | |
| Компания | Этап | Куратор этапа | Начало этапа | Окончание эт | Комментарий к этапу |
| Центр управленческих техн | Инициирование интереса | Озерова | 06.09.2005 | 09.09.2005 | |
| Центр управленческих техн | Демонстрация | Дмитриева | 10.09.2005 | 10.09.2005 | |
| Центр управленческих техн | Заклучение сделки | Дмитриева | 24.09.2005 | 24.09.2005 | |
| Алтайский НИИ электронной | Заклучение сделки | Синичкин | 12.08.2005 | 26.08.2005 | |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 08.10.2005 | 02.11.2005 | |
| Международный центр разв | Инициирование интереса | Синичкин | 19.05.2005 | 19.05.2005 | Скачал Project Expert. |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 19.05.2005 | 13.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Инициирование интереса | Синичкин | 28.07.2005 | 28.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Демонстрация | Синичкин | 28.07.2005 | | |
| Международный центр разв | Установка | Иванова | 20.07.2005 | | |

Якщо подивитися уважно, то можна помітити, що в роботах Синичкіна є деякі етапи, виконані іншими співробітниками - Озеровою, Дмитрієвою й Івановою. Ці етапи потрапили в список тому, що куратором всієї роботи був Синичкін.

4. Тепер на цьому ж прикладі подивимося, як працюють на закладці «Етапи» групи полей «1-і умова» й «2-і умова».

Розглянемо «1-і умова». Для цього на закладці «Етапи» у поле «Куратор» укажемо прізвище «Синичкін»:

У підсумку будуть відображені всі етапи успішних робіт Синичкіна, у яких куратором хоча б одного етапу був Синичкін:

| Работы | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|--------------|--------------|------------------------|
| Фильтр | Отображать: Этапы | Перейти на компанию | Количество | | |
| Компания | Этап | Куратор этапа | Начало этапа | Окончание эт | Комментарий к этапу |
| Алтайский НИИ электронной | Заклучение сделки | Синичкин | 12.08.2005 | 26.08.2005 | |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 08.10.2005 | 02.11.2005 | |
| Международный центр разв | Инициирование интереса | Синичкин | 19.05.2005 | 19.05.2005 | Скачал Project Expert. |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 19.05.2005 | 13.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Инициирование интереса | Синичкин | 28.07.2005 | 28.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Демонстрация | Синичкин | 28.07.2005 | | |
| Международный центр разв | Установка | Иванова | 20.07.2005 | | |

Бачимо, що в порівнянні з попереднім списком зникли 3 роботи (самі верхні), у яких Синичкін не ввів жодного етапу (але був куратором роботи в цілому). Так працюють критерії в групі «1-і умова»:

- відображаються всі етапи робіт, у яких куратором хоча б одного етапу був «Синичкін».

Розглянемо «2-і умова». Для цього задамо куратора в групі «2-і умова»:
Результат пошуку:

| Работы | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|--------------|--------------|------------------------|
| Фильтр | Отображать: Этапы | Перейти на компанию | Количество | | |
| Компания | Этап | Куратор этапа | Начало этапа | Окончание эт | Комментарий к этапу |
| Алтайский НИИ электронной | Заклучение сделки | Синичкин | 12.08.2005 | 26.08.2005 | |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 08.10.2005 | 02.11.2005 | |
| Международный центр разв | Инициирование интереса | Синичкин | 19.05.2005 | 19.05.2005 | Скачал Project Expert. |
| Международный центр разв | Заклучение сделки | Синичкин | 19.05.2005 | 13.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Инициирование интереса | Синичкин | 28.07.2005 | 28.07.2005 | |
| ОАО "Вкусные обеды" | Демонстрация | Синичкин | 28.07.2005 | | |

У кінцевому списку бачимо тільки ті етапи робіт *Синичкина*, куратором яких був сам *Синичкін*. Так у цьому випадку діють поля в групі «2-і умова»:

- відображаються тільки ті етапи, куратором яких був «Синичкін».

І, нарешті, не змінюючи умови пошуку, установлені у фільтрі, перемкнемо режим відображення на «Роботи» і подивимося, що вийшло.

| Работы | | | | | | |
|---------------------------|---------------------------|---------------------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| Фильтр | Отображать: Работы | Перейти на компанию | Количество | | | |
| Компания | Название работы | Куратор работы | Статус работы | Начало работ | Окончание ра | Причина работы |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| Международный центр разв | Новая сделка | Синичкин | Успех | 02.06.2005 | 19.06.2005 | Партнер |
| ОАО "Вкусные обеды" | Новая сделка | Синичкин | Успех | 22.03.2005 | 14.04.2005 | Рекомендации |
| ОАО "Вкусные обеды" | Новая сделка | Синичкин | Успех | 22.03.2005 | 14.04.2005 | Рекомендации |
| Алтайский НИИ электронной | Сотрудничество | Синичкин | Успех | 06.04.2005 | 12.04.2005 | Интернет |
| Международный центр разв | Сертификация | Синичкин | Успех | 11.01.2005 | 13.03.2005 | Интернет |

Бачимо, що в списку залишилося тільки 7 робіт, на відміну від найпершого пошуку, де робіт було 8. З кінцевого списку виключена робота, у якій жоден етап не вів Синичкін.

Приклад 2. Тепер інше завдання: подивимося, чи зміг Синичкін продати продукт «Навчання»? Для цього очистимо умови на закладці «Етапи», а на закладці «Продукт» укажемо продукт, що цікавить нас:

Результат - знайдена 1 успішна робота Синичкіна, у якій був проданий продукт «Навчання»:

| Работы | | | | | | |
|--------------------------|---------------------------|---------------------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| Фильтр | Отображать: Работы | Перейти на компанию | Количество | | | |
| Компания | Название работы | Куратор работы | Статус работы | Начало работ | Окончание ра | Причина работы |
| Международный центр разв | Сертификация | Синичкин | Успех | 11.01.2005 | 13.03.2005 | Интернет |

Приклад 3. Визначити, чи є роботи, які були виконані, виходячи зі статей в «Фінансовій газеті» (причина - статті) і які завершилися успіхом (продажем товару). Визначити, скільки таких робіт.

Ваші дії:

1. Викликати модуль «Роботи» й установити режим перегляду «Роботи».
2. Викликати фільтр, перейти на закладку «Роботи» і сформувані умови пошуку так, як показано нижче на малюнку:
3. Результат:

| Компания | Название работы | Куратор работы | Статус работы | Начало работ | Окончание работы | Причина работы |
|----------------------------|-----------------|----------------|---------------|--------------|------------------|------------------|
| Эксперанс, ООО | Новая сделка | Чернова | Успех | 15.03.2005 | 27.03.2005 | Реклама в прессе |
| Корин, ТОО | Новая сделка | Чернова | Успех | 16.06.2005 | 12.06.2005 | Реклама в прессе |
| Автомир, ООО | Новая сделка | Медведев | Успех | 21.01.2005 | 13.01.2005 | Реклама в прессе |
| Лабиринт, ООО | Новая сделка | Медведев | Успех | 29.06.2005 | 28.06.2005 | Реклама в прессе |
| Машиностроительный завод | Новая сделка | Рыбкин | Успех | 15.03.2005 | 29.03.2005 | Реклама в прессе |
| Бегетон, ООО | Новая сделка | Баранов | Успех | 19.01.2005 | 26.01.2005 | Реклама в прессе |
| Медвежьегорский Леспромхоз | Новая сделка | Баранов | Успех | 06.01.2005 | 25.01.2005 | Реклама в прессе |
| Фирма "Родалинт" | Новая сделка | Озерова | Успех | 18.04.2005 | 27.04.2005 | Реклама в прессе |
| Ассоциация преподавателей | Новая сделка | Костина | Успех | 31.01.2005 | 08.02.2005 | Реклама в прессе |
| Ассоциация преподавателей | Новая сделка | Костина | Успех | 31.01.2005 | 08.02.2005 | Реклама в прессе |
| Ассоциация преподавателей | Новая сделка | Костина | Успех | 31.01.2005 | 08.02.2005 | Реклама в прессе |

Пользователь: Администратор | четверг, 22 Март 2007 13:37:30 | NUM | Версия 2.0.0.0

Натискаємо кнопку «Кількість» і бачимо, що 26 робіт успішно завершилися завдяки статтям в «Фінансовій газеті».

Приклад 4. Визначити, скільки продуктів й яких саме було продано завдяки сайту компанії в Інтернеті.

Ваші дії:

1. Викликати модуль «Роботи» й установити режим перегляду «Продажу».
2. Викликати фільтр, перейти на закладку «Роботи» і сформулювати умови пошуку так, як показано нижче на малюнку:
3. Результат у режимі «Продажу»:

| Компания | Место покупки | Дата регистр | Количество | Продукт | Серийный номер |
|-----------------------------------|---------------|--------------|------------|--------------------|----------------|
| Череповецдревтех, ОАО | | | 1,000 | Audit Expert (1 м) | |
| Спичка, ЗАО | | 22.07.2005 | 1,000 | Sales Expert (3 м) | 5614 |
| Научно-исследовательский институт | | 03.09.2005 | 1,000 | Sales Expert (1 м) | 9401 (9401) |
| Парико, ЗАО | | | 1,000 | Sales Expert (1 м) | (10001W) |

Пользователь: Администратор | четверг, 22 Март 2007 16:21:00 | NUM | Версия 2.0.0.0

У колонці «Продукт» можна побачити, що були продані продукти «Audit Expert (1м)» й «Sales Expert». Усього продано 4 продукти.

Приклад 5. Визначити, скільки разів була проведена співробітниками компанії демонстрація продуктів, а потім подивитися, скільки ж у наслідку було зроблено продажів.

Ваші дії:

1. Викликати модуль «Роботи» й установити режим перегляду «Етапи».

- Викликати фільтр, перейти на закладку «Етапи» і сформуванати умови пошуку так, як показано нижче на малюнку:

- Результат:

| Компания | Этап | Куратор этапа | Начало этапа | Окончание эт | Комментарий к этапу | Начало |
|----------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|----------------------------|--------|
| Центр управленческих техн | Демонстрация | Дмитриева | 10.09.2005 | 10.09.2005 | | 01.05 |
| Козловский комбинат горног | Демонстрация | Баранов | 15.09.2005 | 15.09.2005 | | 10.05 |
| Концерн Рамина | Демонстрация | Дмитриева | 24.09.2005 | 24.09.2005 | | 16.05 |
| АОЗТ Триза | Демонстрация | Попова | 18.09.2005 | 18.09.2005 | Демонстрация не состоялась | 14.04 |
| Научно-исследовательский | Демонстрация | Попова | 15.09.2005 | 15.09.2005 | Демонстрация состоялась. | 10.05 |
| Хеллцентр, ЛТД ЗАО | Демонстрация | Медведев | 29.09.2005 | | | 24.05 |
| Сибирская Финансовая комп | Демонстрация | Дмитриева | 09.09.2005 | 09.09.2005 | | 01.05 |
| Консалтинговая фирма "Кал | Демонстрация | Медведев | | 02.10.2005 | Провел демонстрацию Projec | 03.06 |
| Предприятие "Черная карта | Демонстрация | Чернова | | | | 17.03 |
| Хеллцентр, ЛТД ЗАО | Демонстрация | Костина | 29.05.2005 | 29.05.2005 | Демонстрация состоялась. | 21.01 |
| Ставринвестфонд, ЗАО | Демонстрация | Медведев | 05.09.2005 | | | 10.06 |

Кнопка «Кількість» показує, що продукти були продемонстровані 145 разів.

- Викликати знову фільтр і на закладці «Роботи» установити Статус = «Успіх»

- Результат:

| Компания | Этап | Куратор этапа | Начало этапа | Окончание эт | Комментарий к этапу | Начало |
|----------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|----------------------------|--------|
| Центр управленческих техн | Демонстрация | Дмитриева | 10.09.2005 | 10.09.2005 | | 01.05 |
| Козловский комбинат горног | Демонстрация | Баранов | 15.09.2005 | 15.09.2005 | | 10.05 |
| Концерн Рамина | Демонстрация | Дмитриева | 24.09.2005 | 24.09.2005 | | 16.05 |
| Сибирская Финансовая комп | Демонстрация | Дмитриева | 09.09.2005 | 09.09.2005 | | 01.05 |
| Консалтинговая фирма "Кал | Демонстрация | Медведев | | 02.10.2005 | Провел демонстрацию Projek | 03.06 |
| Предприятие "Черная карта | Демонстрация | Чернова | | | | 17.03 |
| Хеллцентр, ЛТД ЗАО | Демонстрация | Костина | 29.05.2005 | 29.05.2005 | Демонстрация состоялась. | 21.01 |
| Яуза Цветмет, ЗАО | Демонстрация | Чернова | 15.05.2005 | 15.05.2005 | Демонстрация состоялась. | 05.01 |
| Частная фирма "Айкон" | Демонстрация | Озерова | 04.08.2005 | | | 28.03 |
| Медвежьегорский Леспромх | Демонстрация | Баранов | 14.05.2005 | 02.06.2005 | | 06.01 |
| Инвестиционная группа "Ст | Демонстрация | Рыбкин | 22.07.2005 | | | 17.03 |
| Универсум Дитрек, ЗАО | Демонстрация | Рыбкин | 12.06.2005 | 23.06.2005 | Провел демонстрацию Projek | 04.02 |
| Медицинский Центр Армада | Демонстрация | Костина | 23.07.2005 | | | 22.04 |


Пользователь: Администратор | Четверг, 22 Март 2007 16:28:24 | NUM | Версия 2.0.0.0


На закладці «Кількість» тепер показується цифра 65. Це означає, що з 147 демонстрацій 65 демонстрацій завершилися успішним продажем продуктів.

Діючи аналогічно тому, як було показано в прикладах, Ви можете формувати найрізноманітніші умови пошуку й одержувати необхідну інформацію.

4. Робота з Модуль Пакети

Модуль «Пакети» може бути викликаний одним із трьох способів:

- пункт меню «Модуль/Пакети»,
- інструментальна панель: піктограма ,
- клавіша «F8».

 Модуль «Пакети» призначений для роботи з пакетами для e-mail-розсилання контактним особам.

Докладно про те, що таке «пакет», можна прочитати в «Інструкції користувача».

Модуль «Пакети» забезпечує виконання наступних функцій:

- перегляд сформованих пакетів,
- зміна існуючих пакетів,
- відправлення пакетів і матеріалів клієнтам,
- видалення пакетів.

При звертанні до модуля «Пакети» на екран виводяться всі коли-небудь створені в системі пакети (і відправлені, і невідправлені).

Модуль «Пакети» зручно використати для:

- перегляду всіх Ваших пакетів,
- відправлення невідправлених пакетів,
- зміни Ваших пакетів.

Для виконання цих дій призначені кнопки на інструментальній панелі модуля:



5. Модуль Звіти

Модуль «Звіти» може бути викликаний одним із трьох способів:

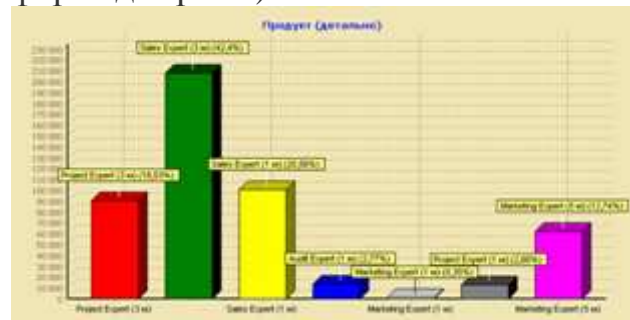
- пункт меню «Модуль/Звіти»,
- інструментальна панель: піктограма
- клавіша F9.

Модуль «Звіти» дозволяє швидко й просто одержувати аналітичні звіти по продажах.

Ціль будь-якого звіту – показати, як проходили продажі товарів (послуг) за певний період часу у вартісному або кількісному вираженні.

Звіти Quick Sales дуже наочні, тому що надають інформацію не тільки в цифровому, але й у графічному виді (у формі діаграм).

| Фамілія | 01.12.2004 - 01.01.2007 | Итого: |
|---------------|-------------------------|--------|
| Администратор | 1,00 | 1,00 |
| Ремина | 19,00 | 19,00 |
| Баранов | 22,00 | 22,00 |
| Озерова | 12,00 | 12,00 |
| Синичкин | 4,00 | 4,00 |
| Медведев | 13,00 | 13,00 |
| Чернова | 23,00 | 23,00 |
| Рыбкин | 6,00 | 6,00 |
| Костина | 13,00 | 13,00 |
| Дмитриева | 2,00 | 2,00 |
| Итого: | 115,00 | 115,00 |



Особливо доцільно використовувати звіти керівникам компаній і керівникам відділів продажів. За допомогою звітів керівники можуть провести аналіз ефективності ведення продажів всієї компанії, окремих відділів або окремих співробітників.

Зауваження. У звітах ураховуються продані товари, незалежно від типу робіт, в результаті яких вони були реалізовані.

Модуль «Звіти» забезпечує:

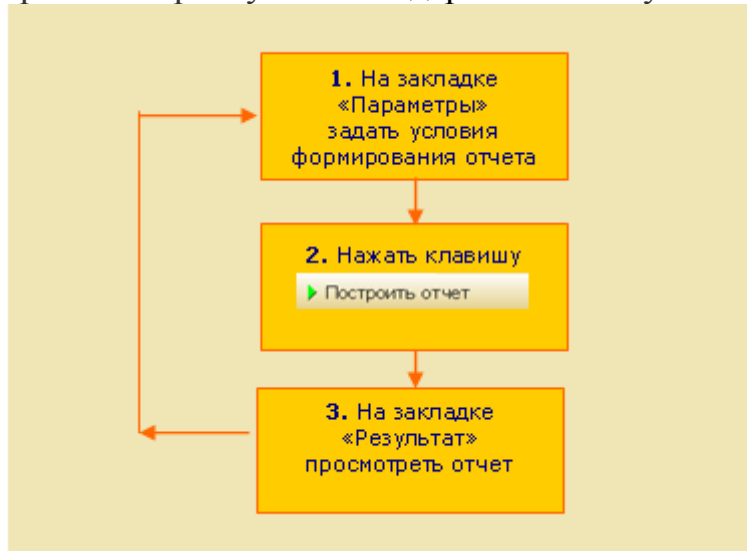
- формування звітів по продажах у грошовому або кількісному вираженні в різних розрізах: товари, регіони, галузі, канали просування й так далі,
- подання звітів у вигляді таблиць або діаграм.

1. Робота в модулі «Звіти»

Модуль «Звіти» складається з 2-х закладок:

- закладка «Параметри» призначена для введення параметрів й умов формування звіту,
- закладка «Результат» призначена для перегляду звіту.

Схематично робота користувача по одержанню звіту виглядає так:



Далі детально розглядається робота із закладкою «Параметри» і закладкою «Результат».

Звіти/Закладка «Параметри»

Перше, що необхідно зробити користувачеві, щоб одержати звіт - це вирішити, які саме дані по продажах його цікавлять, і задати ці дані системі на закладці «Параметри».

Розглянемо закладку «Параметри» (див. малюнок нижче):

У лівій частині закладки, називаної «Параметри звіту», задаються параметри звіту, по яких звіт буде побудований.

У правій частині закладки, називаної «Умови звіту», задаються додаткові умови, що уточнюють, як саме формувати звіт.



Таким чином, користувач вказує:

- група «Звіт» - параметр, по якому формується звіт,
- група «Період» - період часу, дані за який включаються у звіт,
- група «Інтервал» (необов'язковий параметр) - інтервал часу, відповідно до якого будуть представлені у звіті дані - місяць, рік, квартал і т.д.,
- група «Тип даних» - як формувати дані: у розрізі вартості або кількості,
- група «Гроші» - тип валюти (грн.. або долари),
- група «Умови звіту» - дозволяє уточнити умови формування звіту.

Нижче в таблиці дані пояснення до списку параметрів, які можна вибрати в групі «Звіт»:

| Параметр | Що показує звіт |
|--------------------|--|
| Група продукту | Продаж груп продуктів |
| Продукт (детально) | Продаж кожного продукту |
| Відділ | Продажі, зроблені відділами Вашої компанії |
| Прізвище | Продажі, зроблені співробітниками Вашої компанії |
| Джерело | Групи інформаційних джерел, завдяки яким були зроблені успішні продажі |
| Джерело2 | Конкретні інформаційні джерела, завдяки яким були зроблені успішні продажі |
| Сегмент | Сегменти ринку, у яких були зроблені продажі |

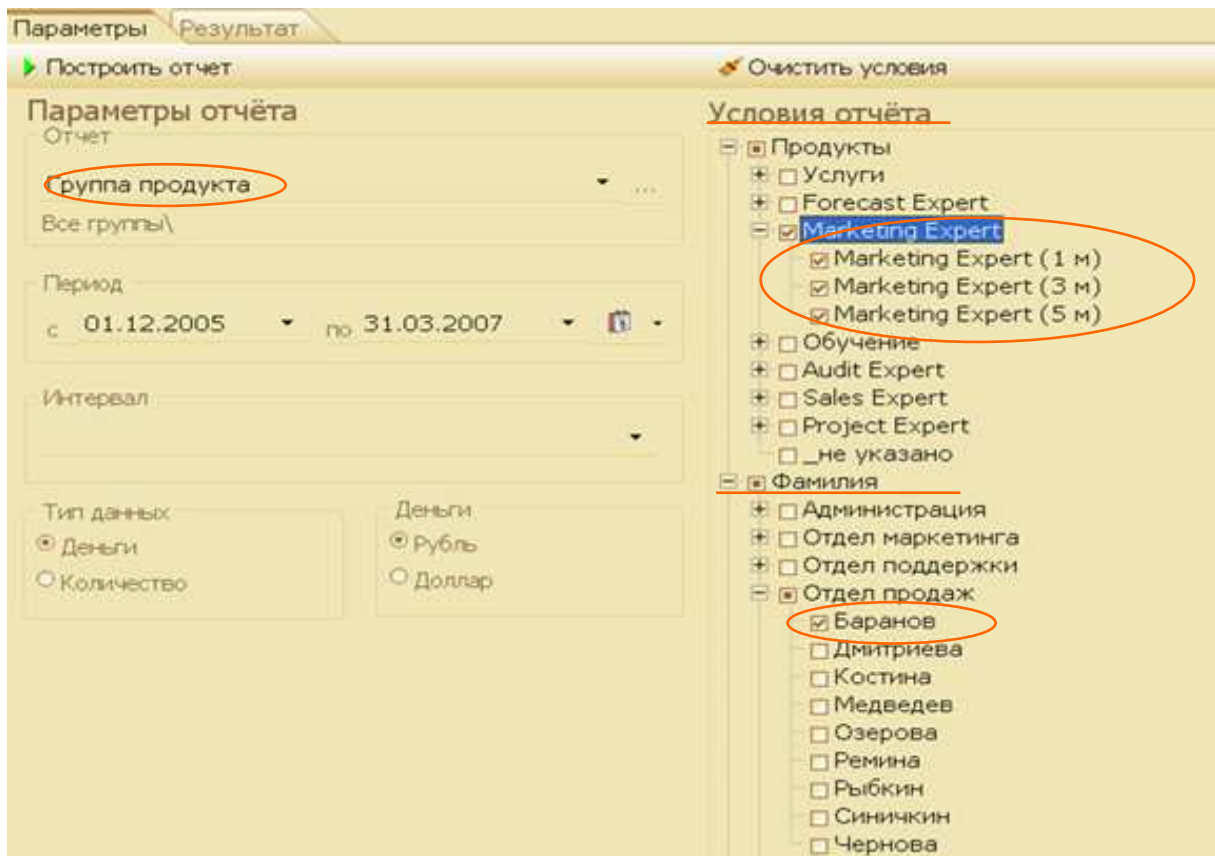
| | |
|------------|---|
| Сегмент2 | Підсегменти ринку, у яких були зроблені продажі |
| Причина | Групи причин, завдяки яким були зроблені успішні продажі |
| Причина2 | Конкретні причини, завдяки яким були зроблені успішні продажі |
| Район | Географічні райони, яким були продані товари |
| Країна | Країни, яким були продані товари |
| Регіон | Регіони, яким були продані товари |
| Клієнт | Компанії, яким були продані товари |
| Тип роботи | Типи робіт, у результаті яких були продані товари |
| | |

Отже, у лівій частині закладки вказуються параметри формування звіту, а в правій частині ці параметри уточнюються.

Приклад завдання умов. Якщо в групі «Параметри звіту» у поле «Звіт» вибрати параметр «Група продукту», а в групі «Умови звіту» вибрати прізвище «Баранів», то у звіті будуть відбиті продажі всіх груп продуктів, виконаних Барановим за зазначений період часу.

А якщо в поле «Умови звіту» указати ще конкретну групу продуктів, то можна довідатися кількість (або вартість) всіх продуктів цієї групи, проданих Барановим за зазначений період часу.

Нижче на малюнку показано, як задаються ці параметри на закладці.



Таким чином, вибравши параметр звіту й задавши умови звіту, можна одержувати найрізноманітнішу аналітичну інформацію.

Побудувати звіт:

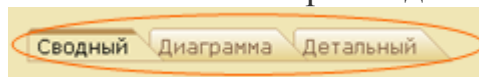
Після того, як на закладці «Параметри» задані всі параметри й умови звіту, варто натиснути кнопку **Побудувати звіт**. Через невеликий час Ви одержите звіт на закладці «Результат». При цьому Ви можете перемикатися між закладками «Параметри» й «Результат» або виконувати будь-які інші дії – отриманий звіт зберігає свій вид до нового натискання кнопки **Побудувати звіт**.

Звіти/Закладка «Результат»

Після того, як звіт сформований, система автоматично переходить на закладку «Результат» і показує звіт у вигляді таблиці. Усього в системі Quick Sales звіт можна подивитися в 3-х видах:

- у вигляді зведеної таблиці,
- у вигляді графічної діаграми,
- у вигляді «детальної» таблиці.

Вид перегляду звіту визначається вибором відповідної закладки:

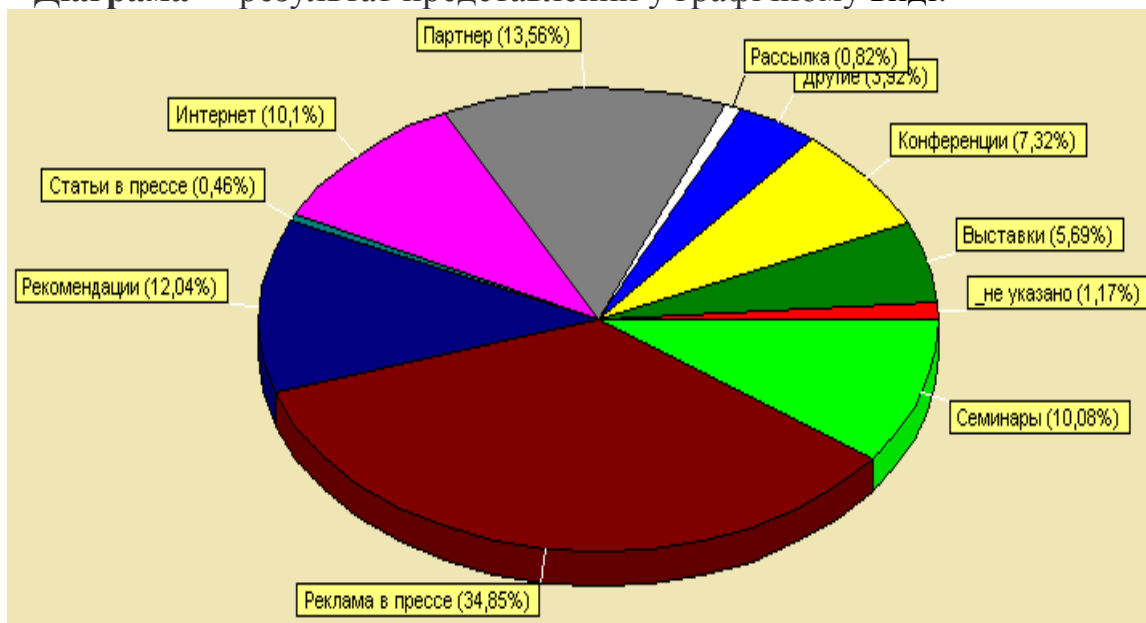


Користувач, перемикаючись між цими закладками, може подивитися звіт у кожному поданні й вибрати той вигляд, що найбільше підходить для проведення аналізу.

«Зведений» - результат відображується у вигляді таблиці з вартісними або кількісними характеристиками по зазначеному параметрі звіту:

| Причина | 01.01.2005 - 28.02.2007 | Итого: |
|------------------|-------------------------|--------------|
| _не указано | 28 897,50 | 28 897,50 |
| Выставки | 140 364,27 | 140 364,27 |
| Конференции | 180 619,37 | 180 619,37 |
| Другие | 96 824,00 | 96 824,00 |
| Рассылка | 20 341,80 | 20 341,80 |
| Партнер | 334 655,04 | 334 655,04 |
| Интернет | 249 328,10 | 249 328,10 |
| Статьи в прессе | 11 300,00 | 11 300,00 |
| Рекомендации | 297 091,58 | 297 091,58 |
| Реклама в прессе | 860 373,15 | 860 373,15 |
| Семинары | 248 708,00 | 248 708,00 |
| Итого: | 2 468 502,81 | 2 468 502,81 |

«Діаграма» - результат представлений у графічному виді:



І, нарешті, якщо є необхідність докладного аналізу, звіт можна переглянути в режимі «Детальний».

«Детальний» - це повний опис роботи з компаніями, які були відібрані відповідно до заданих умов звіту:

Звіт у режимі «Зведений»

На закладці «Зведений» результат відображається у вигляді таблиці з варіативними або кількісними характеристиками по зазначеному параметрі звіту.

Якщо в параметрах звіту була зазначена розбивка на інтервали, то в таблиці дані будуть показані відповідно до обраного інтервалу (місяць, квартал, рік і т.д.):

На закладці «Зведений» Ви можете:

- експортувати результат,
- скопіювати результат у буфер обміну.

Графічне подання звіту.

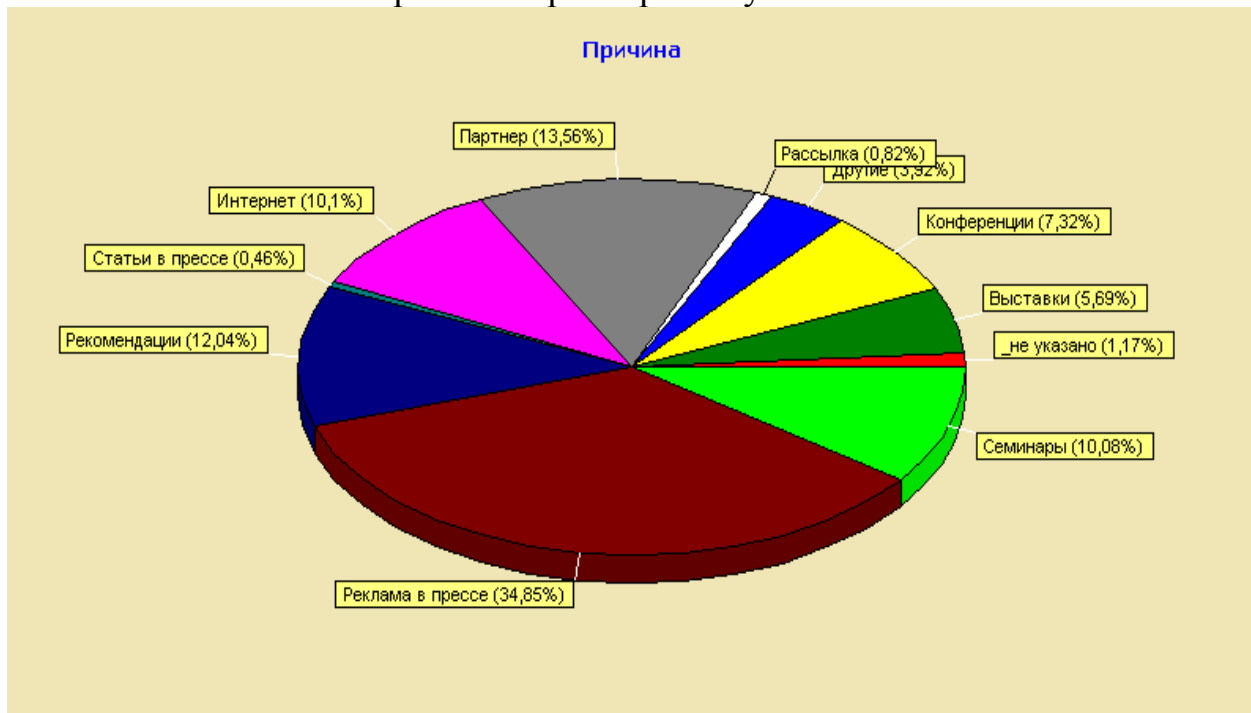
На закладці «Діаграма» результат відображується в графічному виді. Такий тип візуального подання даних дуже зручний і дає можливість швидкого аналізу результатів.

Крім кругової діаграми, що наведена на малюнку, звіт можна переглянути:


- у вигляді стовпців,

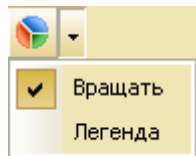
- у вигляді графіка,
- у вигляді графіка з областями.

Діаграма «Кругова»: Звіт надається у вигляді кругової діаграми, розподіленої на області значеннями обраного параметра звіту:

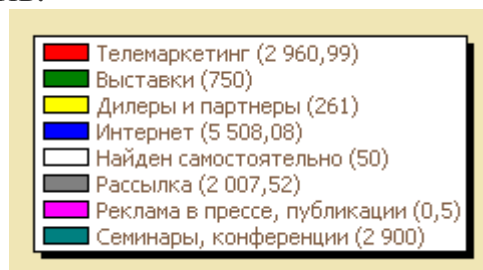


Поруч із назвою кожної області діаграми в дужках представлена її відсоткова частка від 100 відсотків. У прикладі показана побудована діаграма груп «причин», за рахунок яких були зроблені успішні продажі. Видно, що найбільше продуктів було продано завдяки рекламі в пресі (34,85%).

Побудована діаграма може обертатися навколо своєї осі. Для цього треба вибрати пункт меню «Обертати» кнопки  :



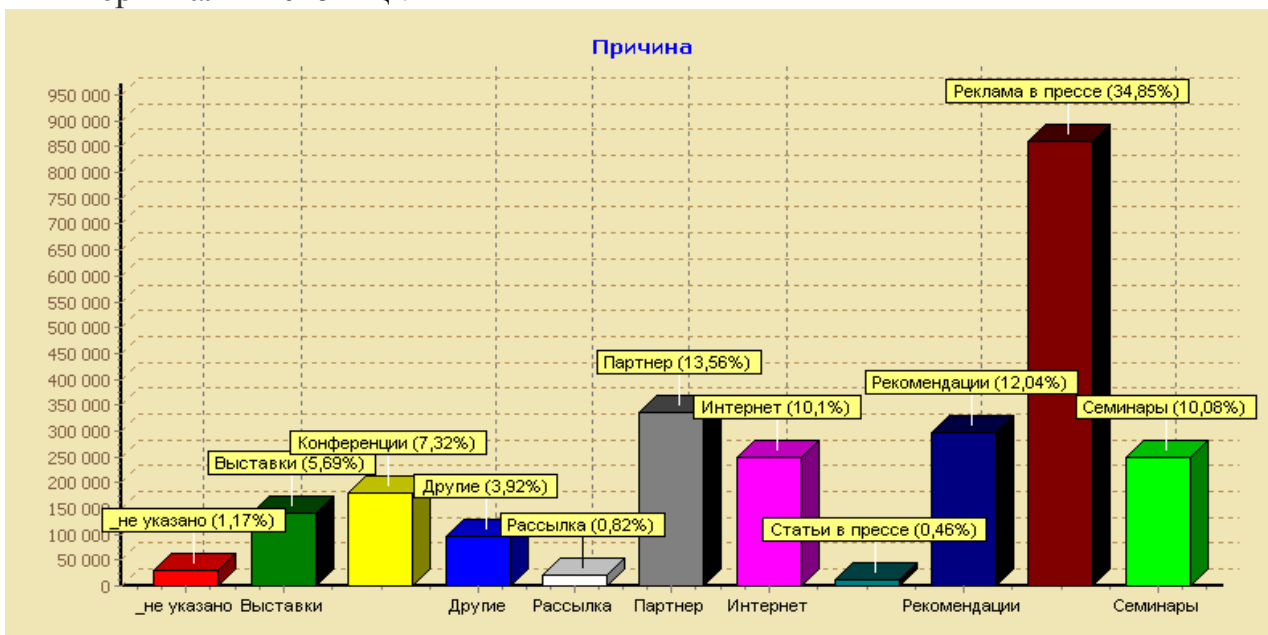
У цьому ж меню можна додати до діаграми «легенду» - опис відповідності значень параметра й квітів:



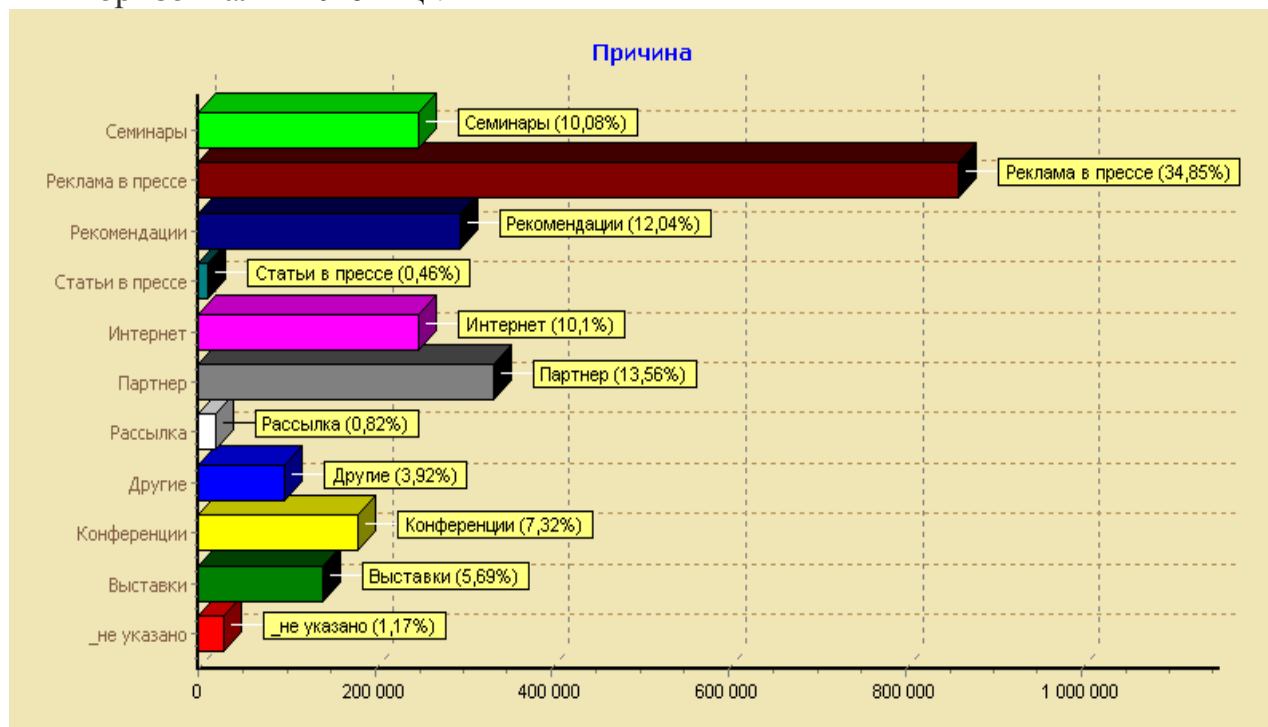
Діаграма «Стовпці»:

Звіт подається у вигляді гістограми, що складається з окремих вертикальних або горизонтальних стовпців.

Вертикальні стовпці:



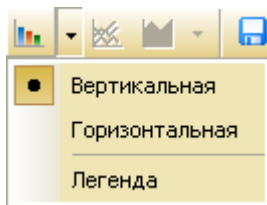
Горизонтальні стовпці:



Поруч із назвою кожного стовпця (у дужках) зазначена його відсоткова частка від 100 відсотків.

У прикладі показані побудовані стовпці груп причин, завдяки яким були зроблені успішні продажі. Видно, що найбільше продуктів було продано завдяки рекламі в пресі (34,85%).

Перемикання вертикальних/горизонтальних стовпців здійснюється в меню кнопки ():

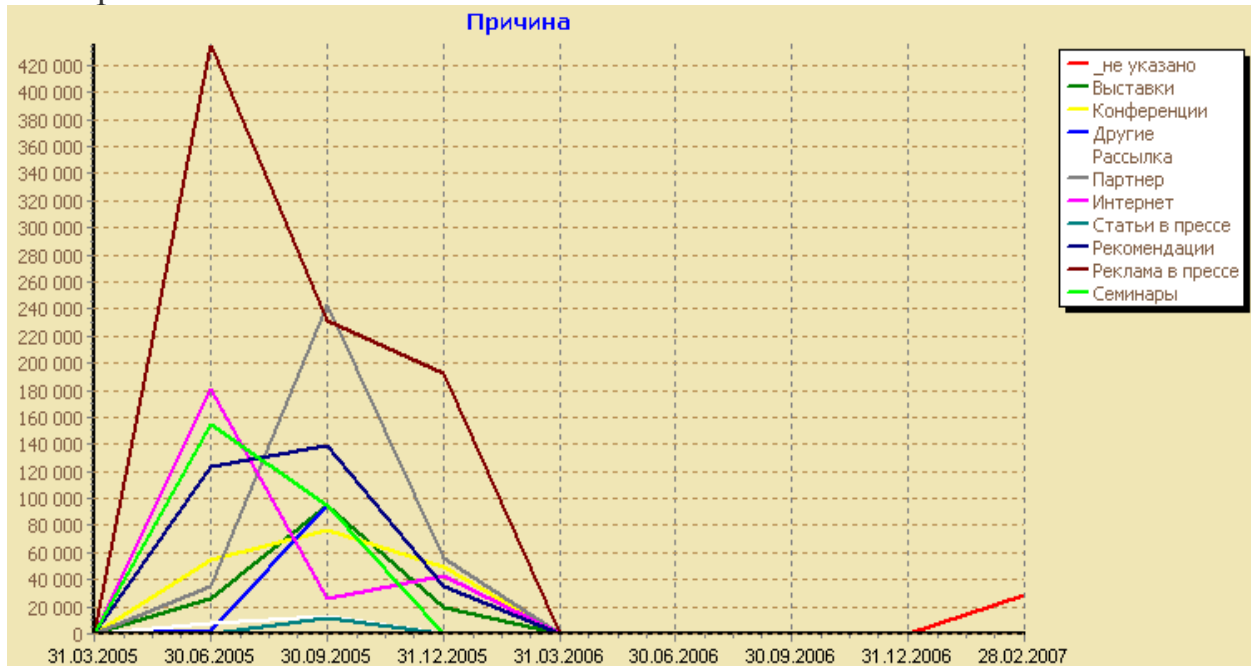


У цьому ж меню можна додати до стовпців «легенду» - опис відповідності значень параметра й квітів.

Графік:

Дані звіту представляються у вигляді ліній графіка. При цьому по осі X відкладаються інтервали часу, а по осі Y - кількісних або вартісних дані проданих товарів.

Даний вид подання доступний тільки при формуванні звітів з розбивкою на інтервали.

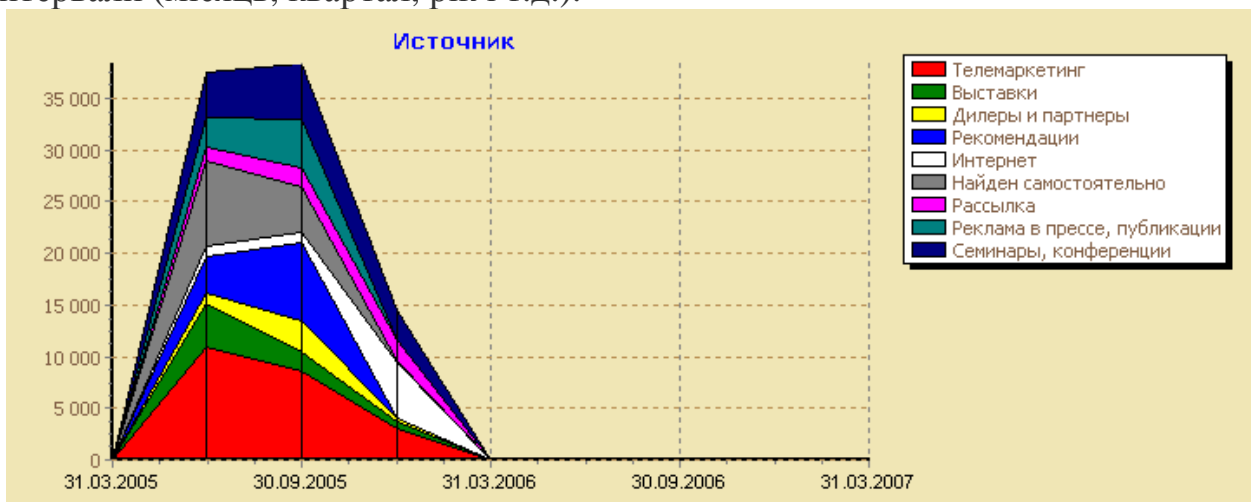


У наведеному прикладі графік відбиває вплив різних «причин» на успіх проведення продажів у різних інтервалах часу. Так, реклама в пресі виявилася найбільш ефективною для компанії в період з 31.03.2005 по 30.06.2005, а далі її вплив початок знижуватися.

Графік з областями:

Звіт надається у формі, аналогічній графіковій, тільки площа кожного графіка «зафарбовується» певними кольорами. При цьому по осі X відкладаються інтервали часу, а по осі Y - кількісні або вартісні дані проданих товарів.

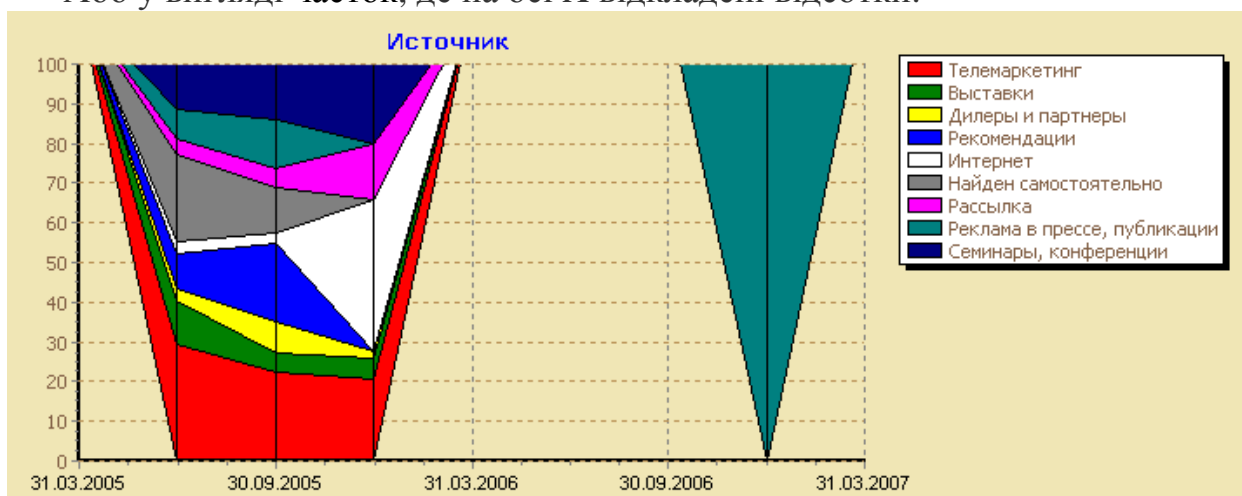
Даний вид доступний тільки при формуванні звітів з розбивкою даних на інтервали (місяць, квартал, рік і т.д.).



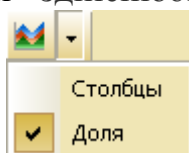
Графік з областями можна також представити й у вигляді стовпців:



Або у вигляді часток, де на осі X відкладені відсотки:



Перемикання «стовпці/частки» здійснюється в меню кнопки :



Збереження зображення:

Графічне зображення результату може бути збережено 2-мя способами:

- копіювання в буфер обміну,
- запис у файл.

Для того, щоб скопіювати зображення в буфер обміну, натисніть кнопку . Зображення можна вставити, працюючи в текстовому або графічному редакторі.

Щоб зберегти зображення у файлі, натисніть кнопку . Відкриється вікно:


Виберіть формат графічного файлу («bmp», «wmf», «emf»), уведіть назву файлу й натисніть «Save». Файл збережеться в зазначеній директорії.

«Детальне» подання звіту

У цьому режимі результат представляється у вигляді списку компаній, яким були продані товари. По кожній компанії дається опис всіх робіт, які проводилися.

Дії, які Ви можете виконати з результатом на цій закладці, що впливають:

- експорт результату,
- перехід на картку компанії.

Для переходу на картку компанії досить натиснути кнопку на виділеному рядку  **Перейти на компанію**. У результаті розкриється картка клієнта та на закладці «Роботи» буде виділена робота, з якої був здійснений перехід.

Для того, щоб знову повернутися до звіту, потрібно ще раз викликати модуль «Звіти» (див. «Модуль Звіти/Виклик»). На закладці «Детальний» буде виділена та ж робота, з якої колись була викликана картка.


Експорт

Експорт призначений для переносу в текстовий файл або систему MS Excel списку робіт, що представлений на закладці. Нижче описана послідовність Ваших дій для виконання експорту:

1. Натиснути кнопку «Експорт». Відкриється вікно, де необхідно вказати ті поля, які будуть експортовані в зовнішній файл:
2. Визначити, куди Ви будете експортувати дані - в MS Excel або в текстовий документ:

- Якщо Ви вибираєте «Excel», то відразу відбувається експорт даних. - Відкривається вікно в Excel, і Ви побачите, як поступово почнуть заповнюватися осередку:

Зауваження. Поки йде процес заповнення осередків Excel, не втручайтеся в роботу програми, інакше може виникнути помилка й експорт перерветься.

- У випадку вибору експорту в текстовий файл відбувається запис цього файлу в зазначений Вами каталог (клавіша ).

Приклади звітів:

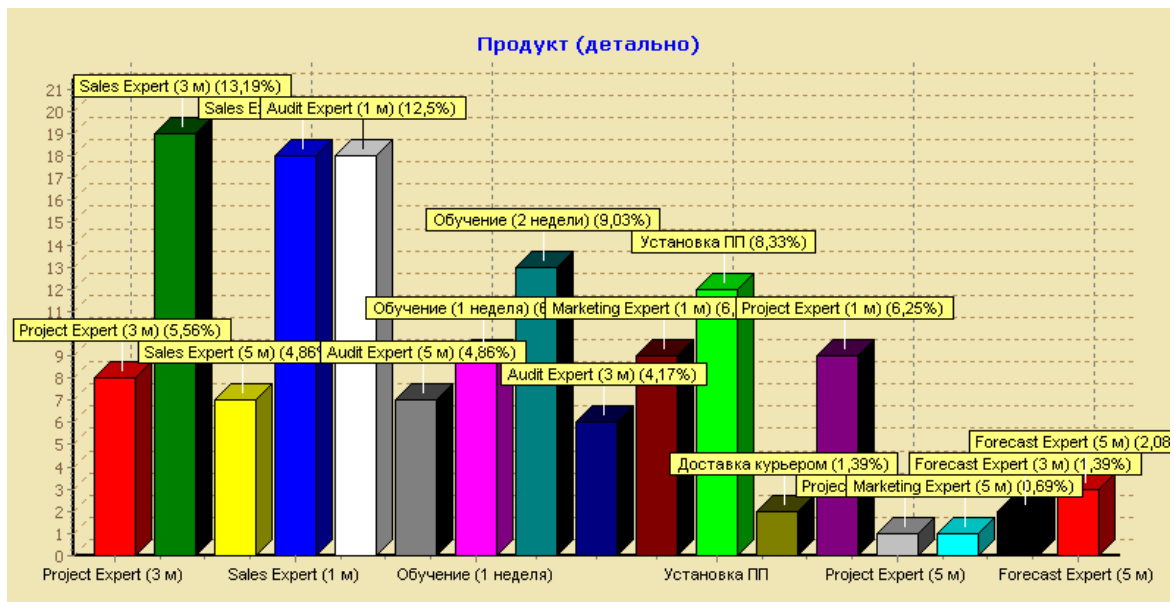
Приклад 1. Ціль: побудувати звіт по продажах всіх продуктів за увесь час роботи компанії.

Щоб довідатися кількість проданих продуктів, на закладці «Параметри» варто вказати:

- у поле «Звіт» - «Продукт (детально)»,
- у групі «Тип даних» - «Кількість»,
- у групі «Період» - період часу з початку роботи компанії й по поточний день.

У результаті виходить, скільки що всього було продано продукту:

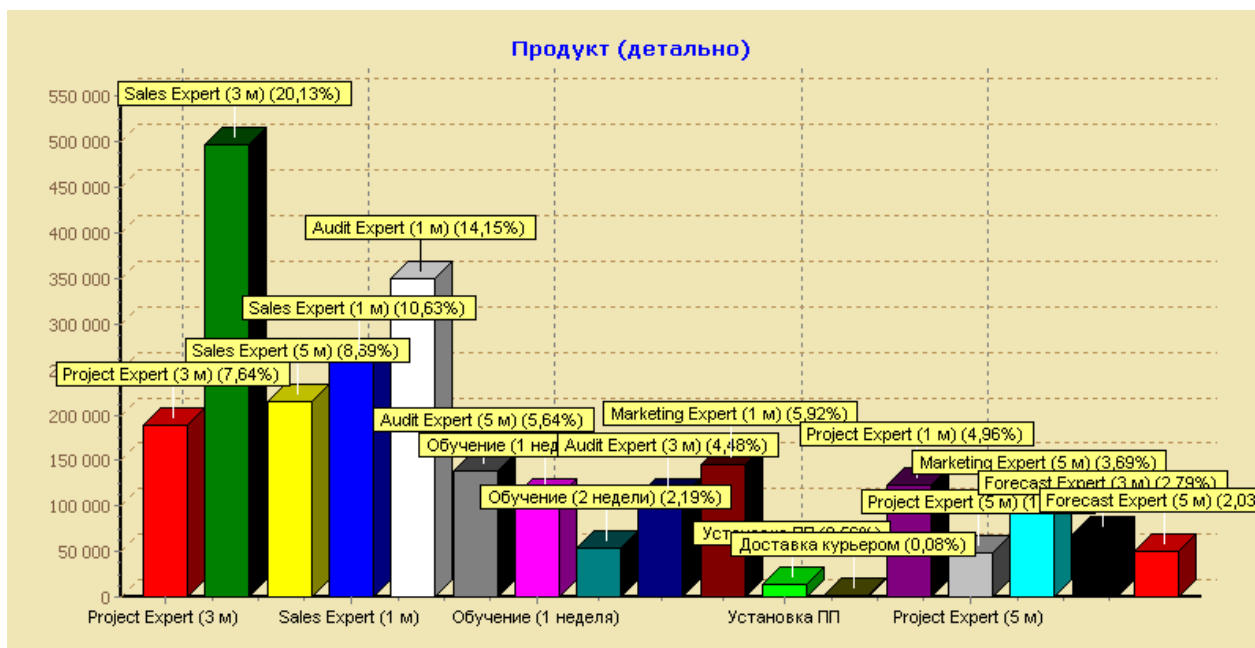
Щоб співвіднести продаж продуктів між собою, зручно перемкнутися на графічне відображення результатів:



Неважко побачити, що найбільше було продано продукту «Sales Expert (3 m)» (зелений стовпчик) - 13,19%. У кількісному вираженні це 19 одиниць (див. у таблиці на попередньому малюнку).

Тепер на закладці параметри в групі «Тип даних» укажемо «Гроші» і побудуємо звіт.

| Продукт (детально) | 01.02.2005 - 28.02.2007 | Итого: |
|------------------------|-------------------------|---------------------|
| Project Expert (3 m) | 188 654,45 | 188 654,45 |
| Sales Expert (3 m) | 497 032,00 | 497 032,00 |
| Sales Expert (5 m) | 214 503,45 | 214 503,45 |
| Sales Expert (1 m) | 262 291,99 | 262 291,99 |
| Audit Expert (1 m) | 349 182,65 | 349 182,65 |
| Audit Expert (5 m) | 139 165,34 | 139 165,34 |
| Обучение (1 неделя) | 110 441,45 | 110 441,45 |
| Обучение (2 недели) | 54 022,12 | 54 022,12 |
| Audit Expert (3 m) | 110 473,50 | 110 473,50 |
| Marketing Expert (1 m) | 146 225,51 | 146 225,51 |
| Установка ПП | 13 902,08 | 13 902,08 |
| Доставка курьером | 1 997,78 | 1 997,78 |
| Project Expert (1 m) | 122 430,49 | 122 430,49 |
| Project Expert (5 m) | 48 300,00 | 48 300,00 |
| Marketing Expert (5 m) | 91 000,00 | 91 000,00 |
| Forecast Expert (3 m) | 68 880,00 | 68 880,00 |
| Forecast Expert (5 m) | 50 000,00 | 50 000,00 |
| Итого: | 2 468 502,81 | 2 468 502,81 |



Видно, на яку суму проданий кожний із продуктів в результаті діяльності всієї компанії за весь період її існування. Крім того, у графічному поданні результату легко помітити, що продукт «Sales Expert (3 m)» продавався найкраще (зелений стовпчик).

Приклад 2

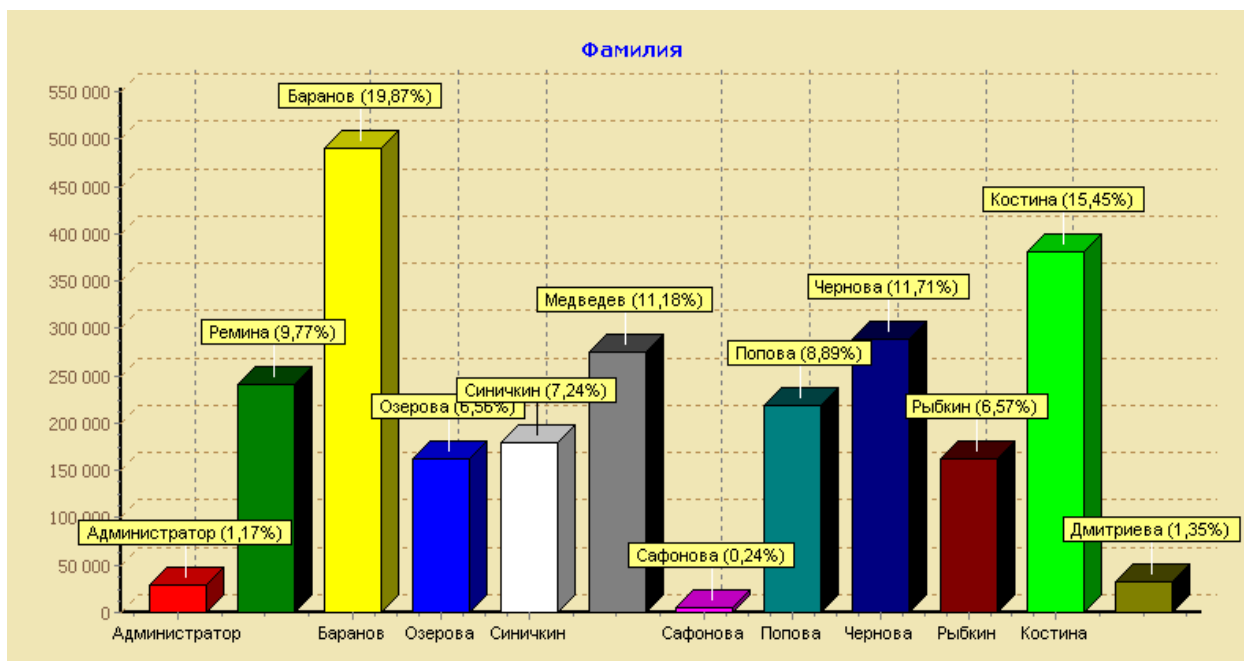
Ціль: побудувати звіт по продажах, які зробили всі співробітники компанії, і визначити, хто із співробітників продав продуктів на найбільшу суму, а хто продав найбільше продуктів (по кількості).

Для побудови звіту на закладці «Параметри» варто вказати:

- у поле «Звіт» - «Прізвище»,
- у групі «Тип даних» - «Гроші»,
- у групі «Період» - період часу з початку роботи компанії й по поточну добу.

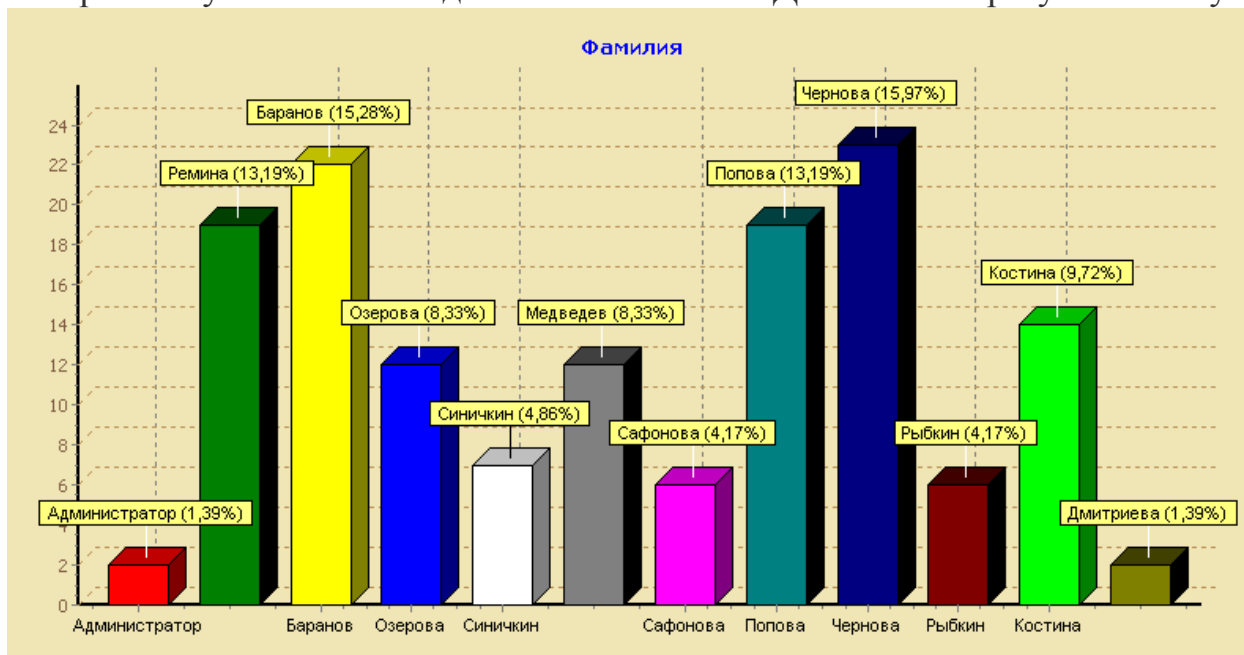
Одержуємо результат:

| Фамилия | 01.01.2005 - 28.02.2007 | Итого: |
|---------------|-------------------------|--------------|
| Администратор | 28 897,50 | 28 897,50 |
| Ремина | 241 263,53 | 241 263,53 |
| Баранов | 490 544,34 | 490 544,34 |
| Озерова | 161 853,15 | 161 853,15 |
| Синичкин | 178 758,61 | 178 758,61 |
| Медведев | 276 012,21 | 276 012,21 |
| Сафонова | 5 844,00 | 5 844,00 |
| Попова | 219 388,75 | 219 388,75 |
| Чернова | 289 135,58 | 289 135,58 |
| Рыбкин | 162 260,30 | 162 260,30 |
| Костина | 381 294,84 | 381 294,84 |
| Дмитриева | 33 250,00 | 33 250,00 |
| Итого: | 2 468 502,81 | 2 468 502,81 |



Зі звіту видно, що співробітник на прізвище Баранів зумів продати товарів на найбільшу суму. Майже 20% від суми всіх продажів належить йому.

Тепер довідаємося, хто продав найбільше одиниць товару. Для цього в параметрах звіту вкажемо тип даних - «Кількість». Дивимося на результат звіту:



Бачимо, що по кількості проданих продуктів Баранова трохи випереджає Чернова. Це добре видно у зведеному звіті:

| Фамилия | 01.01.2005 - 28.02.2007 | Итого: |
|---------------|-------------------------|--------|
| Администратор | 2,00 | 2,00 |
| Ремина | 19,00 | 19,00 |
| Баранов | 22,00 | 22,00 |
| Озерова | 12,00 | 12,00 |
| Синичкин | 7,00 | 7,00 |
| Медведев | 12,00 | 12,00 |
| Сафонова | 6,00 | 6,00 |
| Попова | 19,00 | 19,00 |
| Чернова | 23,00 | 23,00 |
| Рыбкин | 6,00 | 6,00 |
| Костина | 14,00 | 14,00 |
| Дмитриева | 2,00 | 2,00 |
| Итого: | 144,00 | 144,00 |

У підсумку одержуємо: Баранів - лідер по сумі продажів, а Чернова - лідер по кількості проданих товарів.

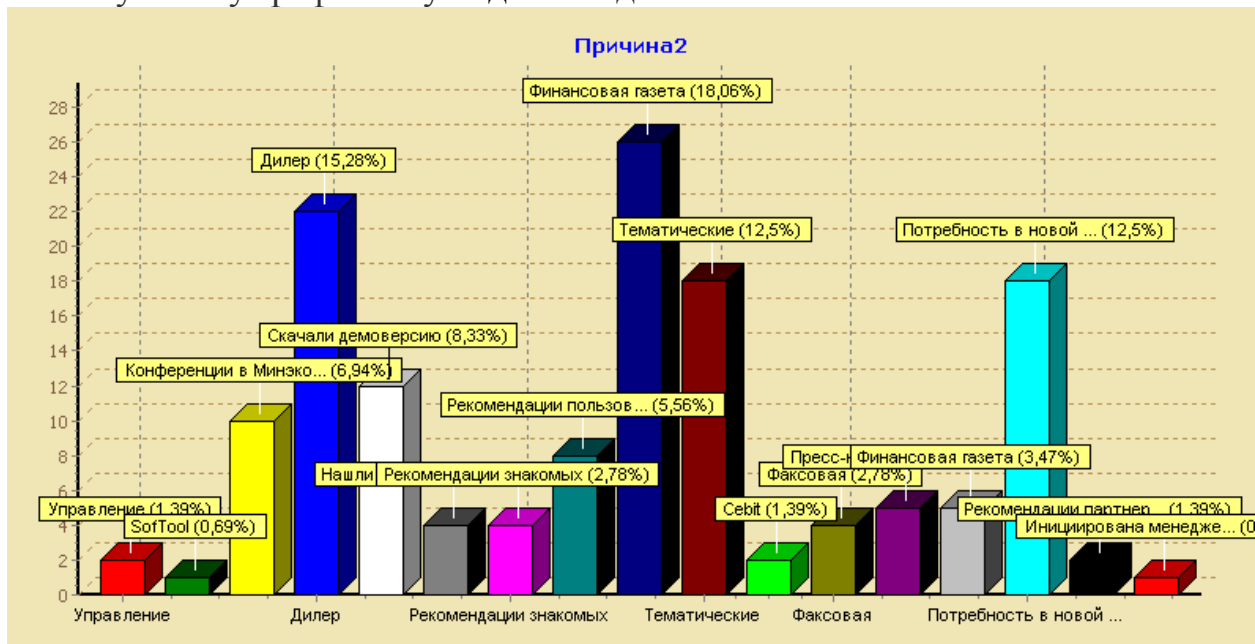
Приклад 3

Ціль: побудувати звіт із причин, завдяки яким були зроблені успішні продажі.

Для цього на закладці «Параметри» вказуємо:

- у поле «Звіт» - «Причина2»,
- у групі «Тип даних» - «Кількість»,
- у групі «Період» - період часу з початку роботи компанії й по поточний день.

Результат у графічному виді виглядає так:



Із приклада видно, що найбільш діючою є реклама в «Фінансовій газеті» - 18,06% успішних продажів були ініційовані завдяки їй. На другому місці заслуги дилерів (15,28%) і т.д.

Приклад 4

Ціль: довідатися, який із продуктів продавався в співробітника Баранова найкраще і який продукт був проданий їм на найбільшу суму.

Параметри цього звіту схожі на параметри, які задавалися в прикладі №1, але тільки тепер нас цікавлять не всі співробітники, а тільки один. Для формування звіту по одному співробітнику потрібно в «Умовах звіту» задати точна умова - прізвище співробітника.

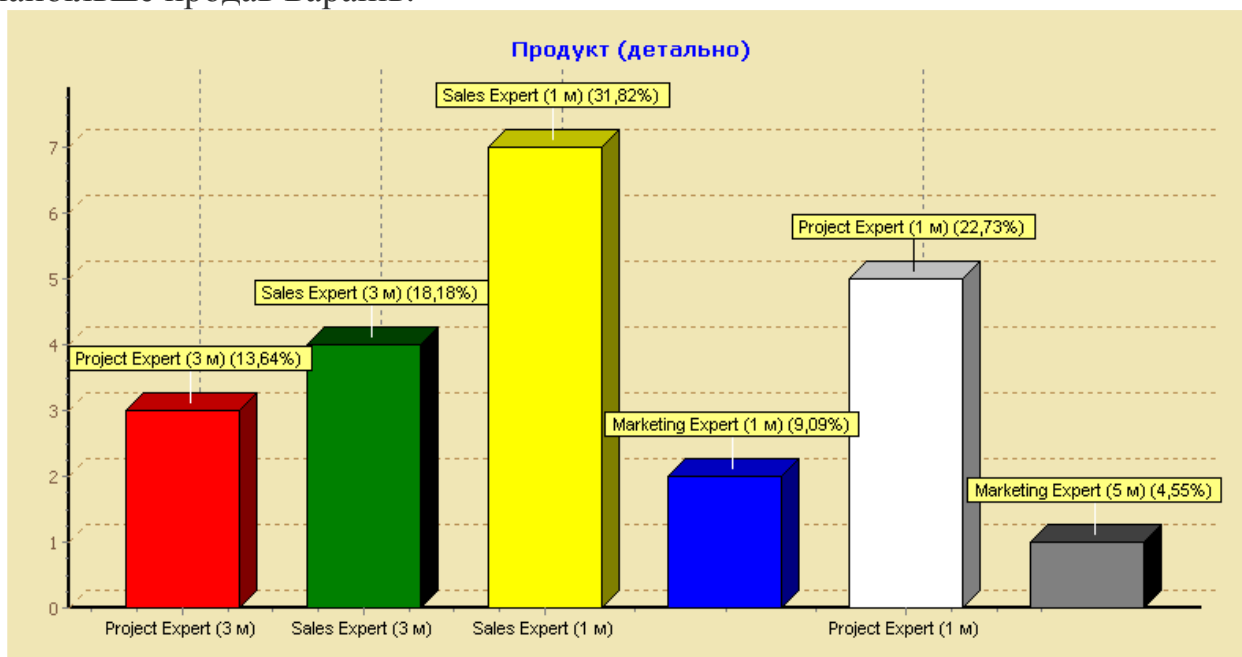
Отже, на закладці «Параметри» указуємо:

- у поле «Звіт» - «Продукт (детально)»,
- у групі «Тип даних» - «Кількість»,
- у групі «Період» - період часу з початку роботи компанії й по поточний день,
- у групі «Умови звіту» - прізвище «Баранів».

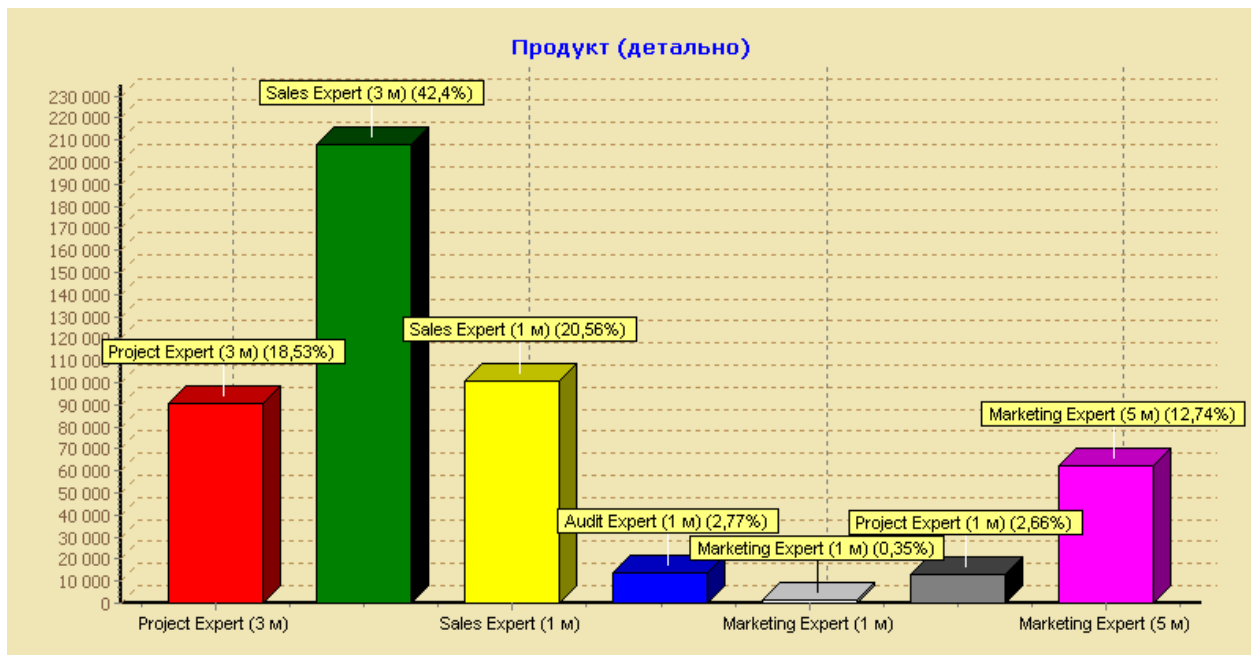
У результаті бачимо, що Баранів продав 22 продукту:

| Продукт (детально) | 01.01.2005 - 28.02.2007 | Итого: |
|------------------------|-------------------------|--------------|
| Project Expert (3 м) | 3,00 | 3,00 |
| Sales Expert (3 м) | 4,00 | 4,00 |
| Sales Expert (1 м) | 7,00 | 7,00 |
| Marketing Expert (1 м) | 2,00 | 2,00 |
| Project Expert (1 м) | 5,00 | 5,00 |
| Marketing Expert (5 м) | 1,00 | 1,00 |
| Итого: | 22,00 | 22,00 |

У графічному поданні відразу видно (жовтий стовпець), яких продуктів найбільше продав Баранів:



Якщо в параметрах звіту вказати «Тип даних» - «Гроші», то одержимо наступний результат:



Висновок:

- найбільше Баранів продав «Sales Expert (1 м)» - 31,52% від всіх прода-них продуктів,
- найбільша ж сума отримана від продажу «Sales Expert (3 м)» - 42,4% від всієї суми продажів.

Приклад 5

Ціль: визначити, у яких областях найкраще продавалися товари в другому півріччі 2005 року і як розподілялися продажі протягом обраного проміжку ча-су.

Для цього на закладці «Параметри» вказуємо:

- у поле «Звіт» - «Регіон»,
- у групі «Період» - з 1.07.2005 по 31.12.2005,
- у групі «Тип даних» - «Кількість»,
- у групі «Інтервал» - «Місяць»,
- у групі «Умови звіту» - Центральний район.

Зведений звіт виглядає так:

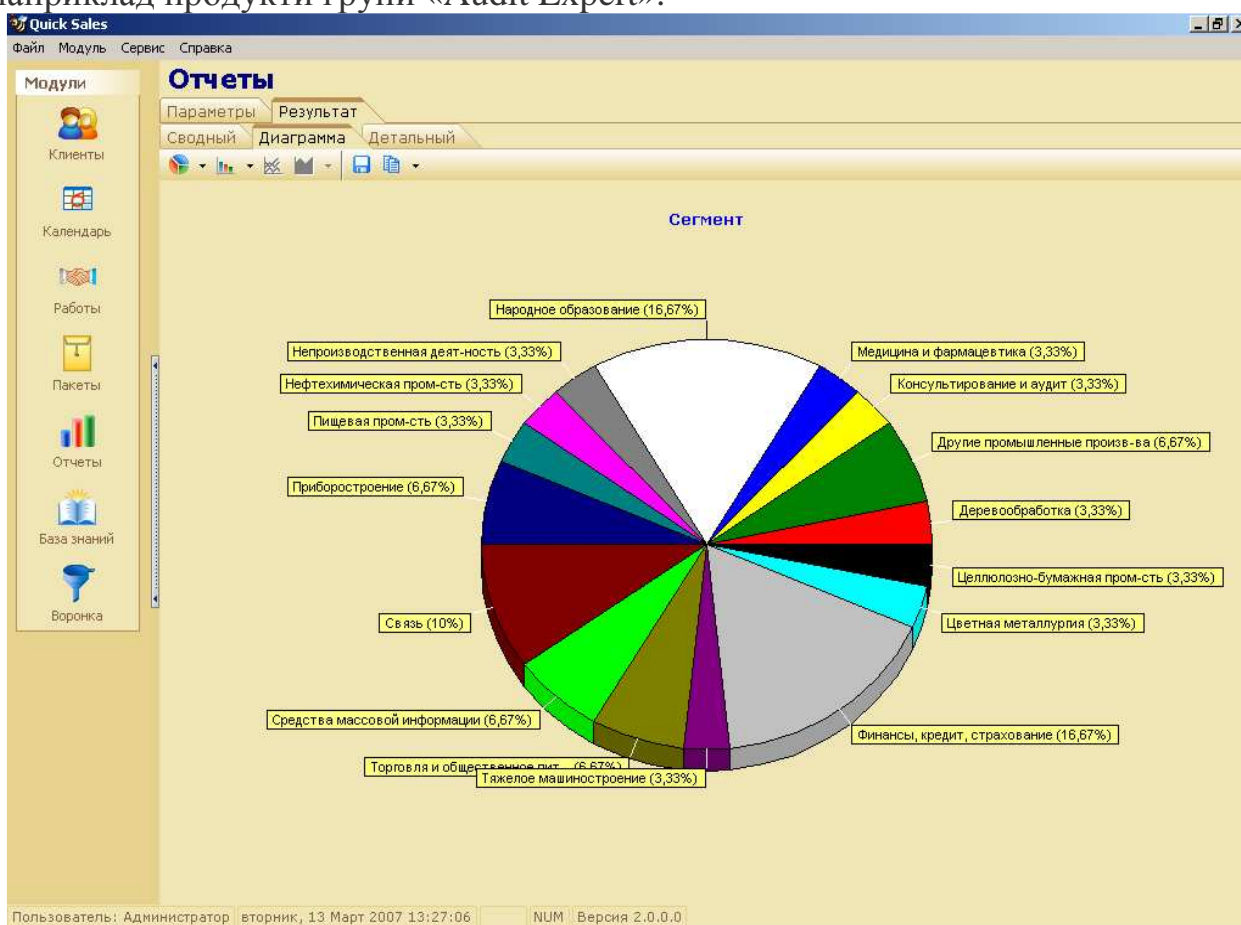
| Регіон | 31.07.2005 | 31.08.2005 | 30.09.2005 | 31.10.2005 | 30.11.2005 | 31.12.2005 | Итого: |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------|
| Калужская обл. | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 |
| Москва | 23,00 | 10,00 | 4,00 | 5,00 | 1,00 | 0,00 | 43,00 |
| Московская обл. | 2,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 4,00 | 0,00 | 6,00 |
| Тверская обл. | 0,00 | 0,00 | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 |
| Тульская обл. | 1,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,00 |
| Итого: | 27,00 | 10,00 | 5,00 | 5,00 | 5,00 | 0,00 | 52,00 |

На діаграмі можна побачити, що найбільше продажів було в Москві, але протягом обраного періоду часу кількість продажів поступово скорочувалося, а в грудні 2005 року їх взагалі не було.



Приклад 6.

Ціль: довідатися, у яких сегментах ринку найбільше активно продавалися наприклад продукти групи «Audit Expert».



Зрозуміло, що зручно провести оцінку, використовуючи діаграми. Тому побудуємо й подивимося спочатку звіти у вигляді діаграм, а потім уточнимо в таблицях кількісні показники.

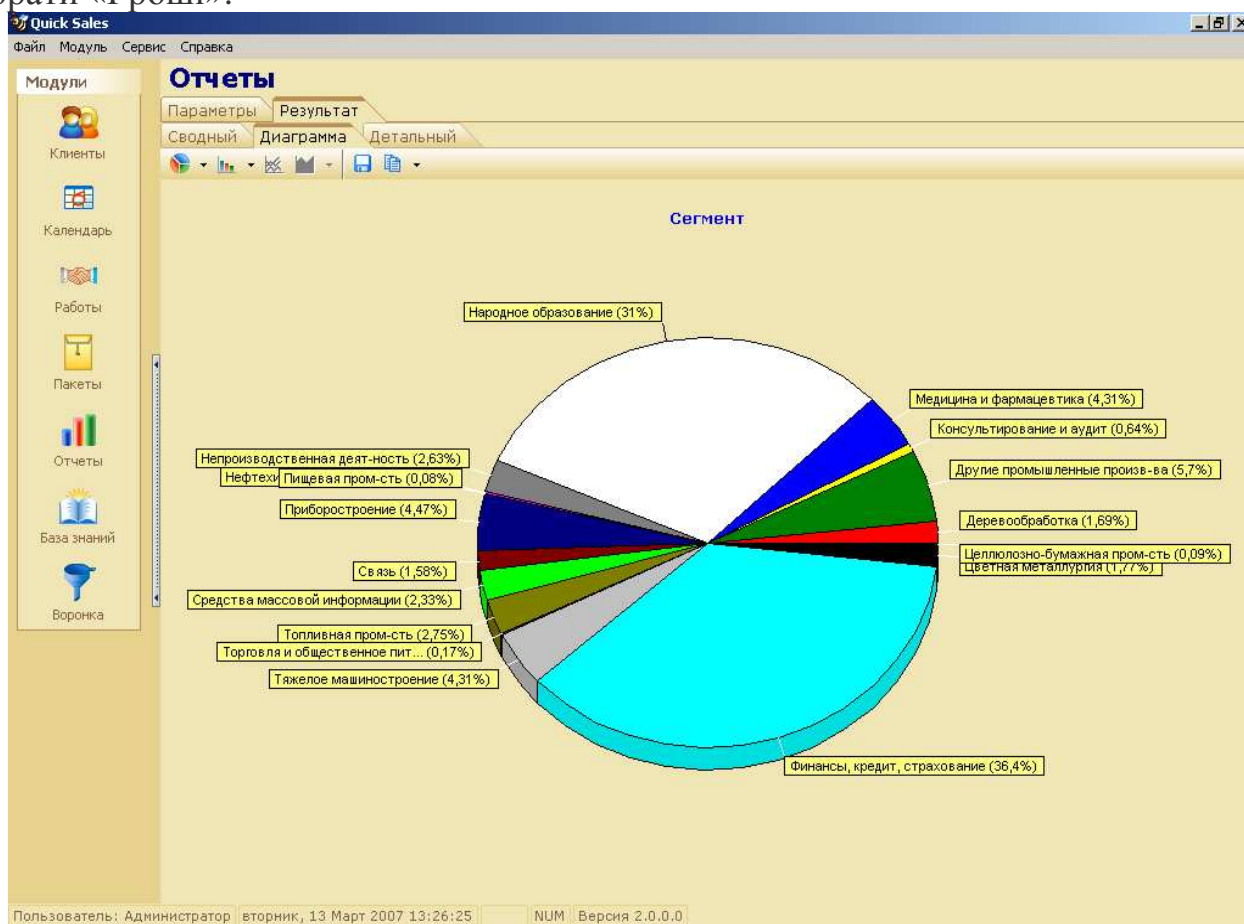
Для цього на закладці «Параметри» указуємо:

- у поле «Звіт» - «Сегмент»,
- у групі «Умови звіту» - «Продукти» -> «Audit Expert».

Якщо в групі «Тип даних» вибрати «Кількість», діаграма буде виглядати так:

Можна бачити, що найбільша кількість продуктів бути продано в сегментах «Народне утворення» й «Фінанси, кредит, страхування» (по 16,67% у кожному з них). Наступної по кількості проданих продуктів іде сегмент «Зв'язок» (10%).

Давайте подивимося, як зміниться діаграма, якщо в групі «Тип даних» вибрати «Гроші»:



Сегменты «Народне утворення» й «Фінанси, кредит, страхування» й у цьому випадку займають більшу частину продажів (31% й 36,4% відповідно). А от частка сегмента «Зв'язок» у грошовому розрізі значно скоротилася (усього 1,58%).

У режимі «Зведений» можна побачити суми продажів по кожному сегменті.

| Сегмент | 01.01.2005 - 31.12.2005 | Итого: |
|---------------------------------|-------------------------|------------------|
| Деревообработка | 360,63 | 360,63 |
| Другие промышленные произв-ва | 1 217,49 | 1 217,49 |
| Консультирование и аудит | 136,43 | 136,43 |
| Медицина и фармацевтика | 920,00 | 920,00 |
| Народное образование | 6 617,23 | 6 617,23 |
| Непроизводственная деят-ность | 561,20 | 561,20 |
| Нефтехимическая пром-сть | 17,64 | 17,64 |
| Пищевая пром-сть | 17,61 | 17,61 |
| Приборостроение | 954,42 | 954,42 |
| Связь | 337,10 | 337,10 |
| Средства массовой информации | 497,45 | 497,45 |
| Топливная пром-сть | 587,27 | 587,27 |
| Торговля и общественное питание | 36,25 | 36,25 |
| Тяжелое машиностроение | 918,97 | 918,97 |
| Финансы, кредит, страхование | 7 769,75 | 7 769,75 |
| Цветная металлургия | 377,87 | 377,87 |
| Целлюлозно-бумажная пром-сть | 18,31 | 18,31 |
| Итого: | 21 345,62 | 21 345,62 |

6. Модуль «База знаний»

Модуль «База знаний» може бути викликаний одним із двох способів:

- пункт меню: «Модуль/База знаний»,
- інструментальна панель: піктограма

Модуль «База знаний» Quick Sales призначений для роботи з базою знань.

База знань Quick Sales являє собою сховище інформації, що складається із двох частин: питань і відповідей.

Таке подання інформації зручно для передачі й обміну знаннями й називаються FAQ (Frequently Asked Questions) - «Питання, Що Задають Часто».

База знань створюється співробітниками компанії. У базі зберігаються ідеї, рішення й досвід професіоналів, які успішні в роботі і які готові поділитися своїми знаннями з колегами (наприклад, з молодими або новенькими працівниками).

Отже, у яких випадках Вам варто скористатися модулем «База знань»?

- У вас є питання по Вашій роботі. Наприклад, у Вас виникла проблема із клієнтами й Ви не знаєте, як її вирішити. Тоді Ви можете пошукати в базі знань відповідь на Ваше питання. Можливо, із цією же проблемою вже зіштовхувався інший співробітник і поділився своїм рішенням. Якщо готової відповіді на Ваше питання немає - впишіть у базу своє питання.
- У Вас великий професійний досвід і Ви можете підказати іншим вихід зі скрутних ситуацій. У цьому випадку періодично переглядайте базу

знань й, якщо в базі є питання, на які немає відповідей, то впишіть свої відповіді.


- Ви хочете поділитися з колегами своїми знаннями – вводьте в базу відразу й питання й відповідь. Ваші ради й рекомендації побачать Ваші колеги й будуть Вам вдячні.

Таким чином, за допомогою «Бази знань» Quick Sales у Вашій компанії може відбуватися накопичення й обмін знаннями.

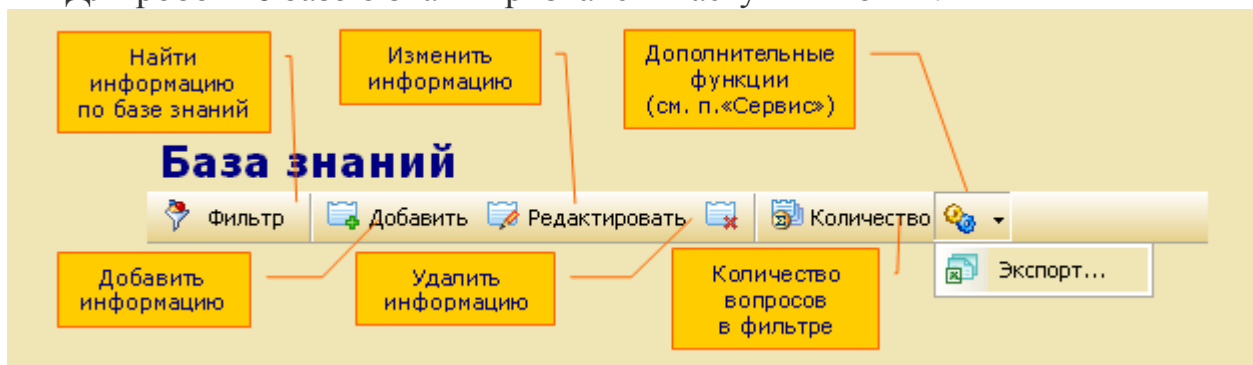
Модуль «Бази знань» забезпечує:

- пошук відповідей на питання,
- додавання, редагування, видалення питань і відповідей,
- експорт питань і відповідей у текстовий файл або MS Excel.

Інформація в базі знань представляється у вигляді таблиці, що має два основні стовпчики - «Питання» й «Відповідь»:

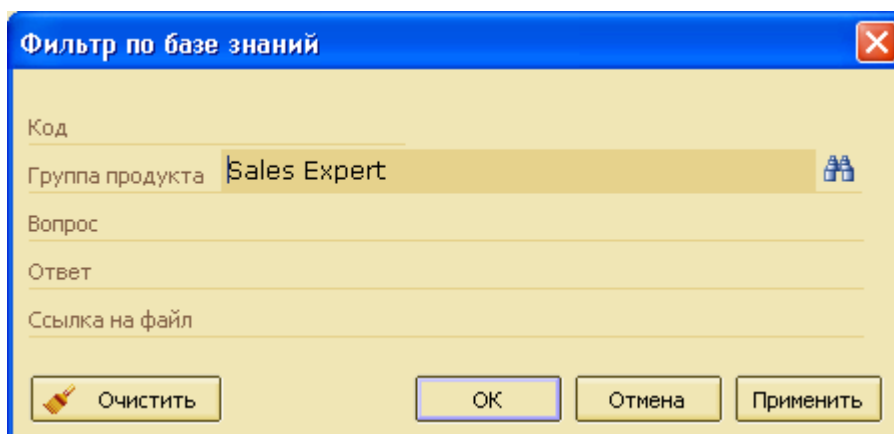
Зауваження. Іноді питання або відповідь повністю не вміщується в заданому розмірі осередку таблиці. Тоді для повного перегляду тексту клацніть по питанню/відповіді два рази мишкою або натисніть кнопку  - відкриється вікно, де Ви зможете переглянути текст до кінця.

Для роботи з базою знань призначені наступні кнопки:

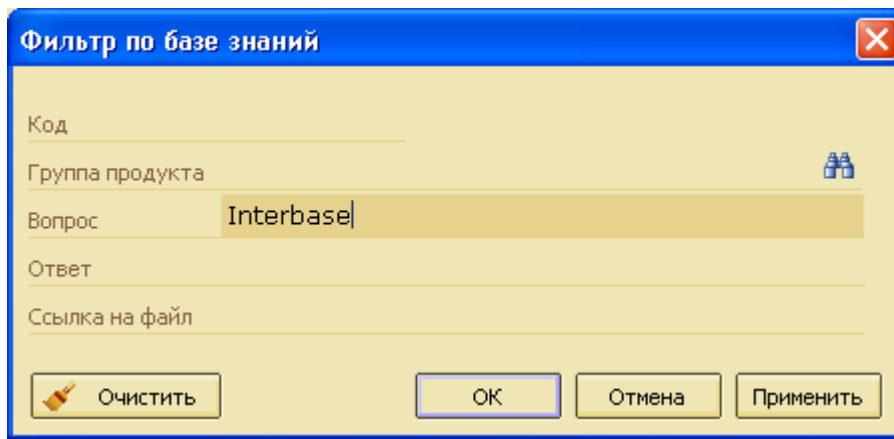


- Будь який користувач завжди може пошукати в базі знань відповідь на його питання, що цікавить.

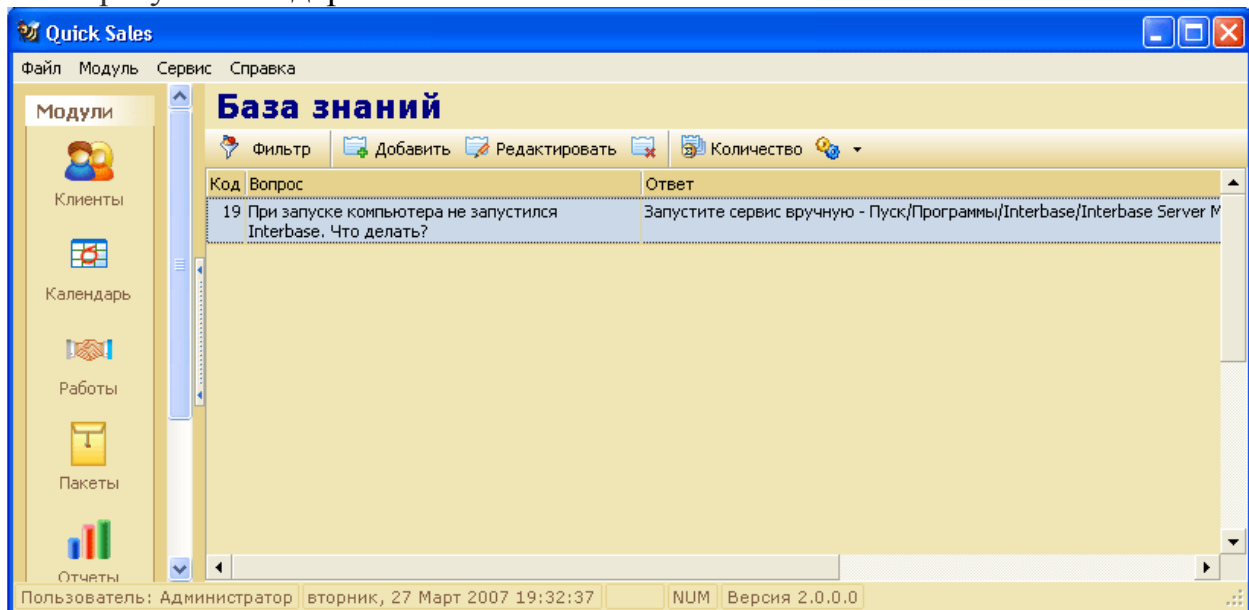
Приклад 1. Знайти всю інформацію в базі знань по продукті «Sales Expert». Для цього треба у вікні **фільтра** вибрати групу, що цікавить, продуктів:



Приклад 2. Знайти всі питання, що ставляться до програми **Interbase**:



У результаті одержимо:



Додати інформацію

Для введення нового питання (і, можливо, відразу ж відповіді) використайте кнопку або клавішу «Insert». Відкриється вікно.

Впишіть текст питання в поле «Питання», а відповідь на нього - у поле «Відповідь». Якщо ж у Вас є тільки питання, то впишіть тільки питання. Можливо, пізніше хто-небудь із Ваших колег дасть на нього відповідь. Якщо питання ставиться до якої-небудь групи продуктів, обов'язково вкажіть її, щоб потім легше було проводити пошук.

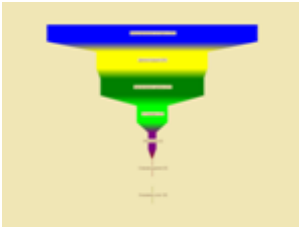
Після того, як Ви заповните необхідні поля й натиснете «ОК», у базі знань з'явиться нова інформація.

7. Модуль «Лійка»

Модуль «Лійка» може бути викликаний одним із двох способів:

- пункт меню «Модуль / Лійка»,
- інструментальна панель: піктограма

Модуль «Лійка» дозволяє довідатися, як у сучасний момент просуваються продажі в компанії, наскільки активні співробітники, над якими етапами роботи вони працюють. Наприклад, скількох клієнтів вони намагаються зацікавити, скільки демонстрацій продукту вони проводять, скільки збираються укласти угод і т.д.



Інформація в модулі «Лійка» подається у вигляді діаграми (за формою, яка нагадує лійку).

Така форма подання дуже зручна, тому що дозволяє наочно й швидко оцінити активність роботи компанії (відділу або співробітника).

«Лійка» працює так:

1. Ви вибираєте зі списку всіх користувачів системи тих співробітників, робота яких у цей час Вас цікавить.
2. Далі Ви вибираєте ті етапи роботи (ініціювання інтересу, демонстрація, супровід, навчання й т.п.), які для Вас важливі (можна вибрати й всі етапи, пропонувані в списку).
3. Система відповідно до обраного в п. 1. і п. 2. даними перегляне всі відкриті роботи й підрахує кількість відкритих (немає дати завершення) етапів робіт, кураторами яких є обрані Вами співробітники. Підрахунок проводиться по кожному типу обраних етапів.

Результати підрахунків по кожному етапі представляються у вигляді єдиної діаграми.

Модуль «Лійка» забезпечує виконання наступних функцій:

- побудова лійки,
- збереження побудованої лійки в графічному файлі,
- копіювання лійки в буфер обміну.

Робота в модулі «Лійка» виглядає в такий спосіб:



Лійка відбиває кількість відкритих етапів відкритих робіт, куратором яких є обраний співробітник. Тип роботи й куратор етапу при цьому значення не мають. Якщо в одній роботі зустрічаються два (або більше) відкритих етапів одного типу, то в підраховувану кількість вони потраплять стільки ж раз.

Розглянемо, що можна бачити на діаграмі:

Етап роботи на діаграмі показується окремим кольоровим прямокутником. Причому, чим більше кількість відкритих етапів даного виду, тим більше розмір прямокутника на діаграмі. Сама кількість виводиться на діаграмі після його назви в дужках. Якщо для побудови лійки обрано трохи співробітників, то лійка показує сумарне число відкритих етапів відкритих робіт, кураторами яких є обрані співробітники.

Наприклад, якщо обрано тільки одного співробітника, то напис «Ініціювання інтересу (8)» означає, що в обраного в розділі «Користувачі» співробітника є 8 відкритих етапів, метою яких є зацікавити клієнта в покупці товару, у всіх незавершених роботах цього співробітника. При цьому етапи не обов'язково повинні вестися саме цим співробітником. Головне, щоб куратором відкритої роботи був обраний співробітник.



Як можна побудувати лійку й зберегти її у файлі?


Побудувати лійку:

Для побудови лійки Вам необхідно виконати наступні дії:

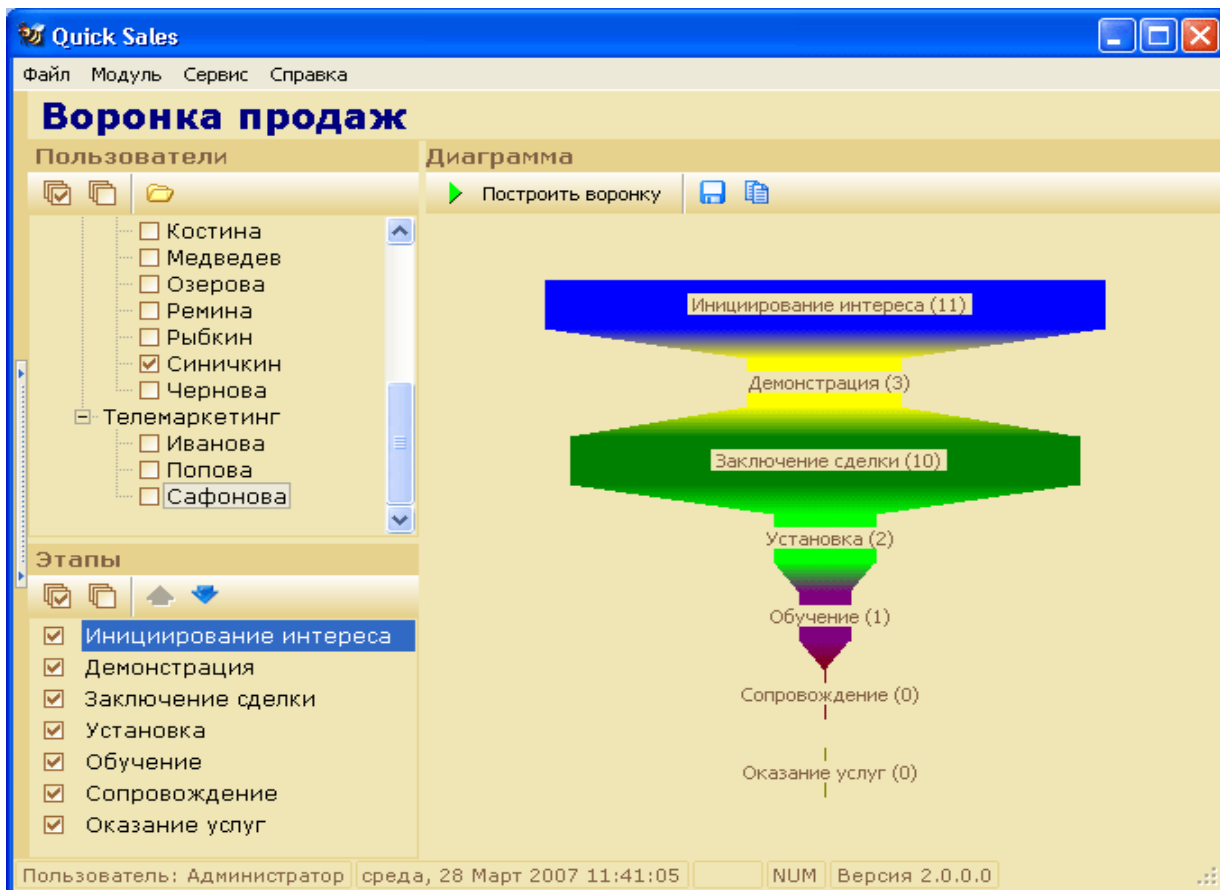
1. *Вибрати користувача/користувачів або відділ, по якому Ви хочете побудувати лійку.*


2. *Указати етапи робіт, які варто відобразити в лійці.*


При вказівці етапів Ви можете встановити довільний порядок їхнього розташування в лійці. Для цього переміщуйте обраний етап нагору (кнопка ) або вниз (кнопка ) щодо інших етапів.

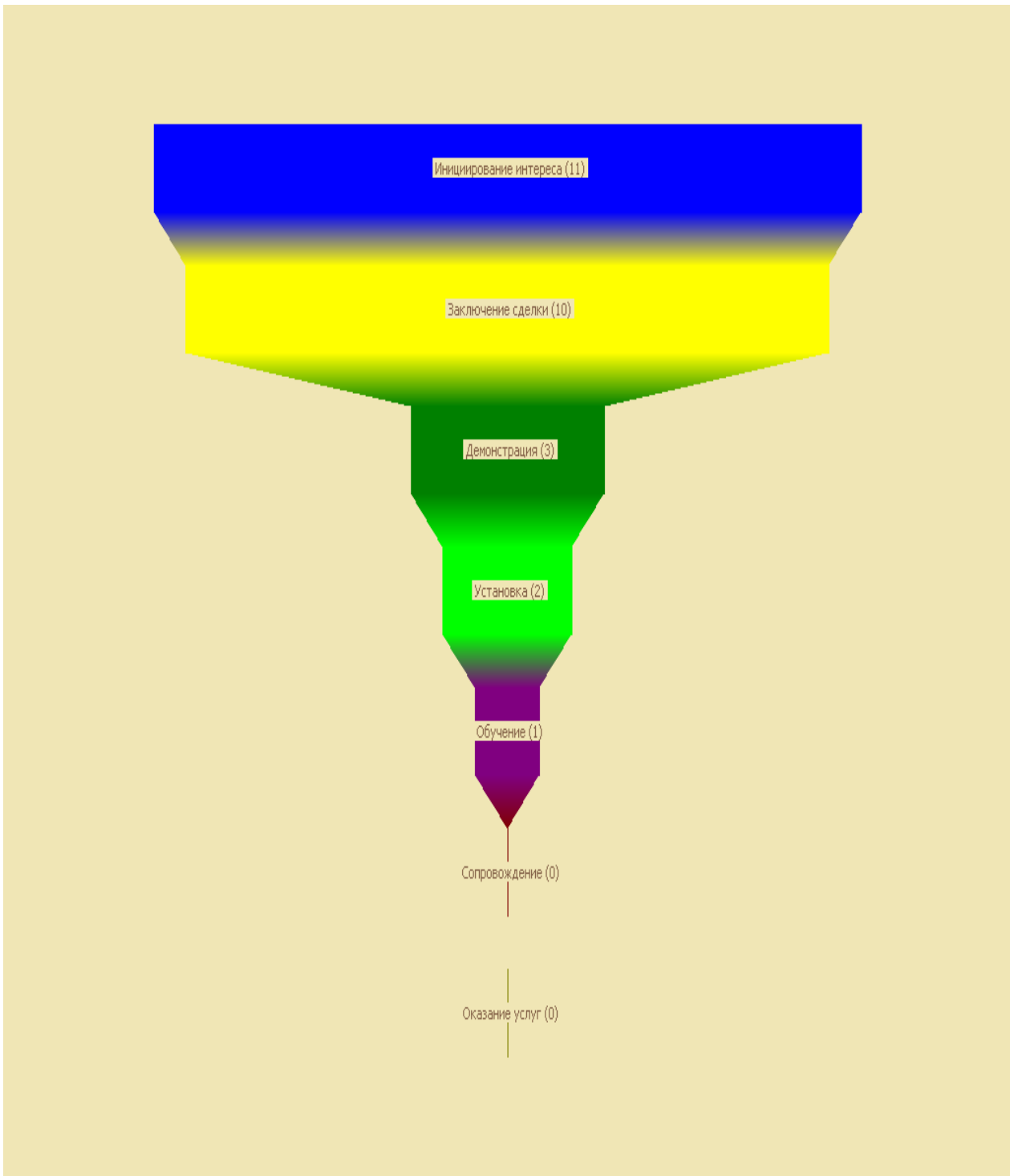
3. *Натиснути кнопку  Построить воронку. Лійка буде побудована й показана на екрані.*

Наприклад, так буде виглядати лійка продажів користувача Синичкіна:



Зберегти лійку: Для того, щоб зберегти побудовану лійку у файлі, натисніть кнопку «Зберегти» . Відкриється вікно. Виберіть папку, куди Ви хочете зберегти зображення, уведіть ім'я файлу й натисніть «Save». Лійка збережеться в графічному форматі «bmp».

Копіювати лійку в буфер обміну: Побудовану лійку можна скопіювати в буфер обміну, для цього треба натиснути кнопку . Лійка копіюється в наступному виді:



Зображення лійки можна, наприклад, вставити в текстовий файл.

8. Виконати всі пункти Завдання, зазначені вище (стор. 3)

Література:

- 1. Керівництво користувача по системі Quick Sales v.2.0.**
- 2. www.crmpartner.ru**

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Методичні вказівки для виконання самостійних робіт по темі «Інформаційні технології управління роботою з клієнтами». Технологія роботи в CRM-системі Quick Sales з дисциплін: «Інформаційні системи і технології на підприємстві», «Інформаційні технології в підприємствах туристської індустрії (для студентів 4 курсу спец. 6.050400 – «Туризм і Готельне господарство»)

Укладачі: Анатолій Леонідович Шаповалов
Микола Васильович Гринчак
Катерина Володимирівна Кузьмичова

Редактор: М.З. Аляб'єв

Верстка: М.В. Гринчак

План 2008, поз. 178М

| | | |
|---------------------------|-----------------------|--------------------|
| Підп. до друку 10.06.2008 | Формат 60×84 1/16 | Папір офісний |
| Друк на ризографі | Умовн.- друк.арк. 3,1 | Обл.-вид. арк. 3,5 |
| Тираж 30 прим. | Замовл. № | |

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12

Сектор оперативної поліграфії ЦНІТ ХНАМГ
61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції, 12