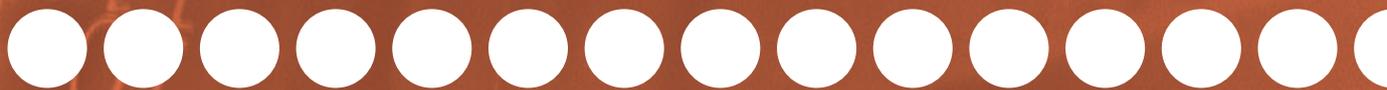


ERP
Монолит
5.0

**Управление
взаимоотношениями
с клиентами**

**Управление
территорией**



СОДЕРЖАНИЕ

Цели	3
Концепция решения задачи	4
Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой	5
Информационная база клиентов	5
Подсистема расширения клиентской базы	7
Средства формирования мониторингов.....	8
<i>Анкета сбытового цикла</i>	9
Механизм планирования деятельности и управления заданиями мобильного сотрудника.....	10
Система ввода отчетов о визитах и контроля выполнения запланированных работ	13
Преимущества использования системы.....	15

Цели

Для построения оптимальной системы управления взаимоотношениями с клиентами блок задач по управлению территорией должен удовлетворять следующим требованиям:

- ❑ Управление продажами в условиях разветвленной структуры продаж
- ❑ Развитие территории (расширение клиентской базы)
- ❑ Оперативность (система предоставляет менеджеру необходимую информацию для принятия решения о типе обслуживания каждого клиента)
- ❑ Гибкость в методах развития (Принцип работы: *клиент — задача*, обеспечивает возможность селективно ставить и выполнять множество задач по специальным группам клиентов)
- ❑ Сокращение времени на администрирование, ликвидация бумажных отчетов
- ❑ Единая стандартизованная отчетность
- ❑ Контроль за соответствием стратегии продаж и исполнением операционного метода
- ❑ Управление эффективностью исполнения заказов переданных торговыми представителями, в т.ч. внештатных
- ❑ Оптимизация взаимодействия с дистрибьюторами

Концепция решения задачи

В модуле управления взаимоотношениями с клиентами ERP Монолит для эффективного решения задач по управлению территорией реализован следующий набор функциональных возможностей:

- ❑ Информационная база клиентов (торговых точек);
- ❑ Подсистема расширения клиентской базы;
- ❑ Система формирования мониторингов (анкеты для сбора информации);
- ❑ Система планирования деятельности и управления заданиями мобильного сотрудника (визиты, звонки, работы);
- ❑ Подсистема автоматического планирования визитов;
- ❑ Система ввода отчетов о визитах и контроля выполнения запланированных работ со стороны руководства;
- ❑ Система построения отчетности.



Рисунок 1. Концепция решения задачи управления территорией

Примеры и ключевые возможности, предоставляемые системой

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА КЛИЕНТОВ

Система предоставляет средства ведения информационной базы и различной дополнительной информации о клиентах и торговых точках, включая:

- ❑ общие (титульные) характеристики торговой точки — код торговой точки, название и юридическое наименование, адрес, телефон, факс, адрес электронной почты, комментарий;
- ❑ категории торговых точек;
- ❑ время работы торговых точек;
- ❑ информация о контактных лицах (должность, ФИО, телефон, местонахождение);
- ❑ перечень арендного оборудования, находящегося у клиента с указанием характеристик (серийный номер, инвентарный номер, номер договора, наименование оборудования);
- ❑ перечень поставщиков — указывает на организации-дистрибуторов, поставляющих товары клиенту по его заказам.

Уполномоченным пользователям предоставляется возможность самостоятельно определять и расширять набор дополнительных атрибутов.

Информация о клиентах (торговых точках) хранится в системе в виде классификатора, который позволяет классифицировать записи справочника в виде иерархической структуры с произвольным числом уровней вложенности. Сами классифицируемые объекты могут быть поставлены в соответствие любому уровню классификации, т.е. на одном иерархическом уровне могут находиться как сами объекты, так и группы. Имеется возможность одновременно поддерживать несколько различных иерархических классификаций одного и того же списка объектов.

Классификатор клиентов предназначен для описания торговых точек, которые посещаются исполнителями.

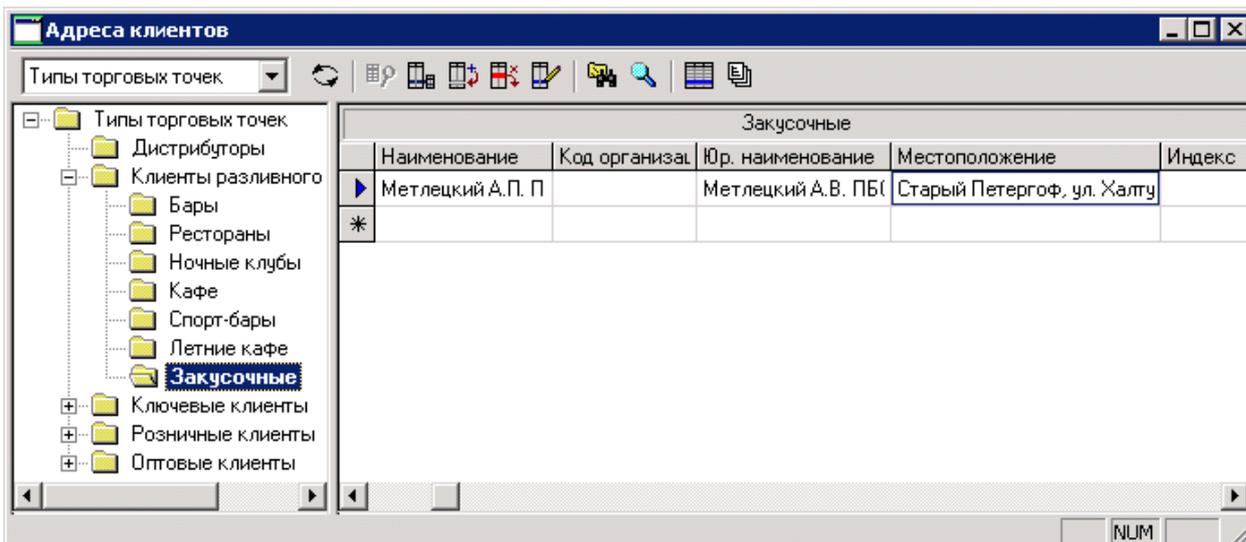


Рисунок 2. Классификатор клиентов

Классификатор обладает возможностью группировки элементов классификатора в нескольких иерархиях (верхняя часть экрана — выбор из списка):

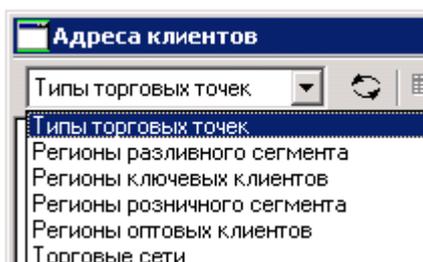


Рисунок 3. Альтернативные иерархические группировки клиентов

Для каждой роли указывается иерархия классификатора клиентов, определяющая территориальное деление клиентов для должностных позиций данной роли. В общем случае, территориальное деление клиентов для должностных позиций, имеющих разные роли, может быть выполнено с использованием одной иерархии.

Использование различных иерархий обеспечивает:

- Возможность ограничения прав доступа пользователей по группам классификатора
- Возможность описания дополнительных атрибутов для групп клиентов

Дополнительные атрибуты могут быть как текстовыми строками, так и выбираться из списка predetermined значений. Для каждого спискового атрибута в системе указывается свой список возможных значений.

Дополнительные атрибуты	
Атрибут	Значение
2142219308	
Сетевой	
Независимая	независимый
Ключевой клиент	
Местоположение	центр города
Около	0601 Образование / Уч. зав
Метод обслуживания	через окно
Наличие разлив. пива	
Наличие бут. пива	✓
Активная	
Торговая наценка %	20+
Номер договора субаренды	
Наличие б/а напитков	
	✓
Лицензионное	25
Премиум Integer	40
Остальное	50
Расчётный счёт	
Банк	
ИНН	1765200552

Рисунок 4. Дополнительные атрибуты клиента и их значения

ПОДСИСТЕМА РАСШИРЕНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

Задача развития территории является первостепенной для сотрудника, взаимодействующего с клиентами. Решение этой задачи включает следующие элементы:

- ❑ Расширение клиентской базы — достигается путем заключения договоров с новыми торговыми точками, располагающихся на выделенной территории;
- ❑ Повышение лояльности существующих клиентов — выражается в участии клиента в специальных акциях/программах, предоставлении бонусов за выполнение определенных условий и т.п.

Для решения задачи расширения клиентской базы система предоставляет возможность сотрудникам добавлять новых клиентов либо непосредственно в мобильном рабочем месте (на КПК), либо с использованием стационарного рабочего места в офисе. Для добавления нового клиента с использованием мобильного рабочего места требуется выполнить сеанс синхронизации с центральной БД, в рамках которого будут переданы данные о новом клиенте. Работа с новым клиентом будет возможна после его активации. В зависимости от утвержденной политики активации новых клиентов, они могут быть добавлены в клиентскую базу либо в автоматическом режиме, либо после их активации уполномоченным пользователем (менеджером или специалистом по развитию территории).

Решение задачи повышения лояльности достигается посредством участия клиента в специальных акциях/программах. В рамках проведения акции сотрудники контролируют и регистрируют выполнение определенных условий. По результатам проведения акции клиентам предоставляется бонус. Для контроля и регистрации выполнения условий акции используются средства формирования мониторингов.

СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ МОНИТОРИНГОВ

Планирование деятельности мобильных сотрудников в системе выполняется в двух разрезах:

- Планирование активностей** выполняется на уровне региона или области (может включать как группу клиентов, так и конкретного клиента) — соответствующий специалист определяет и формирует анкеты для сбора информации в ходе визита к клиенту.
- Планирование визитов** выполняется на уровне выделенной сотруднику территории — менеджер либо вышестоящее руководство определяет и устанавливает периодичность и частоту посещения клиентов, а также распределяет визиты по дням недели и упорядочивает визиты в пределах каждого рабочего;

Для реализации планирования деятельности сотрудников на уровне региона или области система поддерживает понятие «Сбытовые циклы», выступающие средством планирования активностей исполнителей и используются для привязки анкет к визитам и определения задач и целей по этим задачам для исполнителей на период цикла.

Каждый сбытовой цикл ограничивается:

- периодом действия;
- ролью исполнителей, для которых он действует;
- списком групп клиентов (территорий или регионов).

Сбытовые циклы							
Дата начала							
Дата окончания							
	№	Начало	Окончание	Наименование	Обязанность	Группы адресов	Товары
	1	01.03.2005	31.03.2005	март 05 - общий	Магазины	(1)	(0)
	1	01.04.2005	30.04.2005	апрель 05 - общий	Магазины	(1)	(0)
	2	01.05.2005	02.05.2005	май 05 - общий	Магазины	(1)	(0)
	3	01.05.2005	30.06.2005	балтика 2 - плакаты	Магазины	(6)	(3)
	4	01.05.2005	31.05.2005	input test	Разливное	(1)	(0)
	5	01.05.2005		Пробник	Магазины	(1)	(1)
	1	01.05.2005	31.05.2005	Май 2005 общий	Магазины	(6)	(3)
	2	01.06.2005	30.06.2005	июнь 2005 общий	Магазины	(1)	(0)
	4	01.06.2005	30.06.2005	Июнь 2005 Проверка	Ключевые клиенты	(1)	(1)
	1	01.06.2005	30.06.2005	Действующий цикл	Магазины	(1)	(0)
	6	15.06.2005	20.06.2005	Июнь 2005 тест	Магазины	(1)	(0)
	*						

Рисунок 5. Настройка сбытовых циклов

Сбытовой цикл позволяет отделить планирование активностей от планирования визитов, так как обладает своим полем применения (периодом, ролью и регионом), определяемым независимо от планирования визитов.

Анкета сбытового цикла

Набор анкет визитов обеспечивает возможность сбора информации мобильным сотрудником у клиента, в зависимости от:

- роли мобильного сотрудника (торговый агент, мерчендайзер и др.);
- типа визита (определяет набор активностей и задач, выполняемых в рамках визита к клиенту);
- сбытового цикла (временного периода);
- типа торговой точки, расположения и т.п.

Каждому сбытовому циклу в системе может соответствовать несколько анкет. Анкета представляет собой сущность, описывающая шаблон для сбора информации.

Визуально анкета представляет собой таблицу, в которой в строках могут быть строки из матрицы товаров (список товаров) или список мониторингов, а в каждом столбце хранится информация определенного типа — цена, наличие товаров, выкладка и т.п. При такой организации анкет значения, хранимые в каждом столбце, однородны — принадлежат одному мониторингу, меняется только код товара в строках. Наряду с однородными анкетами поддерживаются и неоднородные анкеты — для них в строке описания указывается мониторинг и его наименование. В таком случае каждому мониторингу соответствует отдельная строка.

№	Наименование анкеты	Вкл.	Скры	Источник списка товаров	Строки	Столбцы	Привязка к типам визита	Просмотр анкеты
13	РКА_Осн. выкладка пиво	✓		Отсутствует	(3)	(1)	(1)	...
14	РКА_Доп. выкладка пиво	✓		Отсутствует	(14)	(1)	(1)	...
15	РКА_Осн. выкладка напитки	✓		Отсутствует	(2)	(1)	(1)	...
16	РКА_Доп. выкладка напитки	✓		Отсутствует	(4)	(1)	(1)	...
17	РКА_Холодильники	✓		Отсутствует	(7)	(1)	(1)	...
18	РКА_Мониторинг розницы	✓		Матрица	Матрица	(1)	(1)	...
19	РКА_Контроль наличия SKU	✓		Матрица	Матрица	(1)	(1)	...
20	OfT_Активности ARPU	✓		Отсутствует	(4)	(1)	(1)	...
21	OfT_Мониторинг остатков	✓		Матрица	Матрица	(1)	(2)	...
22	РКА_Цены конкурентов в РКА	✓		Отсутствует	(15)	(1)	(1)	...

Рисунок 6. Список видов анкет сбытового цикла

№ столбца	Наименование столбца	Код типа информации	Тип информации	Код товара	Товар	Код организации	Организация	Код акции
1	фейсинг	01003	Фейсинг					
2	Цена в розницу	01006	Цена в розницу					

Рисунок 7. Пример настройки структуры анкеты

Если анкета не содержит описания столбцов и поле «**Источник списка товаров**» имеет значение «**матрица**», то в качестве столбцов анкеты используются товары ассортиментной матрицы клиента, для которого отображается анкета.

Пример подобной анкеты представлен ниже.

Анкета цикла							
№	Наименование анкеты	Вкл.	Источник списка товаров	Строки	Столбцы	Просмотр анкеты	
▶ 1	Анкета для всех магазинов	<input checked="" type="checkbox"/>	Матрица	Матрица	(2)	...	
*			фейсинг		Цена в розницу		
▶	_Светлое Б/а (бут 0.5 ориг) в вак на поддоне 40			1,0000	1,0000		
	_Светлое-2 (бут 0.5 ориг) в вак			1,0000	1,0000		
	_Светлое-3 (бут 0.5 ориг) в вак			1,0000	1,0000		
	_Светлое-6 (бут 0.5 ориг) в вак			1,0000	1,0000		
	_Светлое-9 (бут 0.5) в вак			1,0000	1,0000		
	_Специальное (бут 0.5 ориг) в вак			1,0000	1,0000		

Рисунок 8. Пример анкеты в виде ассортиментной матрицы

МЕХАНИЗМ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ ЗАДАНИЯМИ МОБИЛЬНОГО СОТРУДНИКА

Планирование визитов выполняется на уровне выделенной сотруднику территории для этого менеджер либо вышестоящее руководство устанавливает набор активностей и задач, подлежащих выполнению в рамках визита к клиенту.

Управление заданиями мобильного сотрудника подразумевает создание в системе списка заданий на каждый рабочий день для каждого исполнителя и включает в себя:

- планирование заданий и контроль выполнения запланированных заданий;
- сбор данных о фактическом выполнении заданий и их сопоставление с запланированными заданиями.

Процесс планирования заданий осуществляется в несколько этапов, каждый следующий этап детализирует план, полученный на предыдущем этапе.

В системе существует четыре уровня детализации планов:

- **Общий план** — определяет количество визитов за определенный период планирования;
- **План по неделям** — определяет количество визитов с разбивкой по неделям;
- **План по дням недели** — детализирует визиты по дням недели;
- **Упорядоченный план по дням недели** — детализация порядка визитов внутри каждого дня недели.

Уровни детализации планов реализованы в виде формы «План работы исполнителя»:

План работы исполнителя										
Включать документы:					Режим просмотра					
за период: 23.06.2005 - 23.06.2005					<input checked="" type="radio"/> количество визитов <input type="radio"/> количество визитов по неделям <input type="radio"/> распределение визитов по дням недели <input type="radio"/> порядок визитов внутри дня <input type="checkbox"/> номер недели					
по исполнителю: СПб - представитель 1										
по типу задания:										
по клиенту:										
показывать незапланированных клиентов: <input type="checkbox"/>										
Задание	Код	Клиент	Адрес	Тип	Начало	Окончание	Начало отсчета	Количество интервалов	Тип интервала	Количество посещений
Retail Стандартное	11110	Гарма Борис *	КР ДС Ю. ул. СВОБОДЫ, 11		01.10.2004		30.11.2004	4	Неделя	1
Retail Стандартное	11501	ВМ ОВО	ПЕТРОВСКИЙ, БОГАТЫРСКИЙ УЛ	Мини	01.10.2004			1	Неделя	2
Retail Стандартное	36510	ВМ ОВО	Петровский, ул. Волковская 10/3	Мини	01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	36511	ВМ ОВО	ПЕТРОВСКИЙ, ул. Св. Давыдовский	Мини	01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	36510	ВМ ОВО	Пав. обл. т. Ломоносова, ул. Александр	Мини	01.10.2004			1	Неделя	2
Retail Стандартное	51640	ИЛЬИНА	КР ДС Ю. СВОБОДЫ 10		01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	51660	МАНОВА В.С.	198328 г Санкт-Петербург, ул. Стара		01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	55410	КУРКИН Г.В.	г. Санкт-Петербург, Петровский ул.		01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	55510	ВРЧАКОВА В.В.	Крылатовская Станица, 10/1		01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	55630	ОБЛАДОВ А.А.	198328 г Санкт-Петербург, ул. Писка		01.10.2004			1	Неделя	2
Retail Стандартное	56320	КООН В.Г. ПРОВОД	КР ДС Ю. СВОБОДЫ		01.10.2004			1	Неделя	1
Retail Стандартное	57710	ЧЕРНЫШОВ ВОД	г. Санкт-Петербург, Александровский	2	01.10.2004			1	Неделя	2
Retail Стандартное	58910	ОГНЕНКО А.А. ВОДН	в. Гурьяна, Автостанция, в. 26		01.10.2004			1	Неделя	1

Рисунок 9. План работы по исполнителям

Процесс планирования на первых двух этапах может выполняться либо в ручном режиме, либо в автоматическом режиме.

В ручном режиме ответственный за планирование менеджер определяет и устанавливает для каждого клиента период и частоту посещения индивидуально. Как правило, период и частота посещения клиентов регламентируется внутренними документами и определяется в зависимости от:

- типа торговой точки,
- категории торговой точки,
- расположения торговой точки,
- потенциала торговой точки
 - ✓ к примеру, новая точка недавно открылась и имеет потенциал увеличения объема продаж, либо в точке представлено много продукции конкурентов которую можно вытеснить.

Автоматический режим планирования позволяет формировать план работы сотрудников на первом и втором уровне на основе матрицы соответствия, которая содержит следующие характеристики:

- тип визита (код задания)* — определяет поставленные задачи и активности, выполняемые сотрудником в ходе визита к клиенту;
- категория торговой точки* — признак классификации позволяющий сопоставить периодичность и частоту посещения клиента в зависимости от его значимости, потенциала развития;
- группа торговых точек* — множество клиентов, расположенных на территории сотрудника для которых создается план;
- начало отсчета* — начальная дата планирования визитов к клиенту;
- количество интервалов* — количество интервалов планирования;
- тип интервала* — выбор из списка значений — неделя, месяц, год;
- количество раз для периодичности* — определяет количество посещений клиента определенной категории в пределах интервала планирования;

Матрица соответствия Категории ТТ кол-ву визитов									
Задание									
Категория ТТ									
Код задания	Задание	Категория ТТ	Код группы	Группа ТТ	Начало отсчета	Кол-во интервалов	Кол-во раз для периодичности	Тип интер...	Порядок выбора
02012	Retail Стандартное пос	1	sth63111	sv1 (Плугахин)	01.01.2009	1	1	Неделя	
02012	Retail Стандартное пос	2	sth63111	sv1 (Плугахин)	01.01.2009	1	2	Неделя	
02012	Retail Стандартное пос	3	sth63111	sv1 (Плугахин)	01.01.2009	2	3	Неделя	
02012	Retail Стандартное пос	4	sth63111	sv1 (Плугахин)	01.01.2009	2	4	Неделя	
1003	Retail Стандартное пос	1			01.01.2009	1	1	Неделя	
1003	Retail Стандартное пос	2			01.01.2009	1	2	Неделя	
1003	Retail Стандартное пос	3			01.01.2009	1	3	Неделя	
1003	Retail Стандартное пос	4			01.01.2009	1	4	Неделя	
*									

Рисунок 10. Матрица соответствия категорий торговых точек кол-ву визитов

Планирование визитов исполнителей на третьем и четвертом уровне детализации планов выполняется менеджером вручную. На третьем уровне детализации плана в итоговой строке табличной части формы «План работы исполнителя» выводится сводная информация по:

1. Количеству визитов запланированных на каждый день

for task type	<input type="text"/>	<input checked="" type="radio"/> visit division in days of a week
for client	<input type="text"/>	<input type="radio"/> visit order during a day
days' totals in hours	<input type="checkbox"/>	1 week number
show non-planned clients		<input type="checkbox"/>

Адрес	Территория	Тип	Начало	Окончание	Количество посещений за неделю	Остаток за неделю	Пн.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.	Вс.
Алексеевский р-н Варваровка с. Про...	osk1051 (Гааг	FSD M	18.02.2009	31.03.2009	1	0		✓					
Алексеевский р-н Матрена Гезова с.	osk1051 (Гааг	FSD M	18.02.2009	31.03.2009			?	?					
Алексеевский р-н Мухомодеровка д.18	osk1051 (Гааг	FSD K	18.02.2009	31.03.2009			?	?	?	?	?	?	?
Алексеевский р-н Матрена Гезова с.	osk1051 (Гааг	FSD K	17.09.2007		1	0						✓	
Алексеевский р-н Мухомодеровка с. д.5	osk1051 (Гааг	FSD K	18.02.2009	31.03.2009			?	?	?	?	?	?	?
					10	0	1	3	0	2	1	3	0

Рисунок 11

2. Количеству запланированных часов на выполнение визитов

days' totals in hours	<input checked="" type="checkbox"/>	show non-planned clients	<input type="checkbox"/>	1 week number
-----------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------

Адрес	Территория	Тип	Начало	Окончание	Количество посещений за неделю	Остаток за неделю	Пн.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.	Вс.
Алексеевский р-н Варваровка с. д.6	osk1051 (Гааг	FSD M	18.02.2009	31.03.2009			?	?	?	?	?	?	?
Ровеньской р-н Лазное с. Горького у	osk1051 (Гааг	FSD M	18.02.2009	31.03.2009			?	?	?	?	?	?	?
					10	0	0.5	1	0	0.75	0.5	1.5	0

Рисунок 12

СИСТЕМА ВВОДА ОТЧЕТОВ О ВИЗИТАХ И КОНТРОЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ РАБОТ

По результатам выполнения визита исполнителем в системе создается документ «Отчет о выполненных работах». Отчет создается для каждого посещения каждой торговой точки и содержит признак выполнения работ, включенных в задание на посещение, собранную во время визита информацию, атрибуты клиента, которые были введены или изменены во время визита, и данные о фактическом наличии оборудования в торговой точке на момент визита.

Отчеты о выполненных работах отображаются в виде реестра в форме «Ввод отчетов о визитах по графику работ»:

Ввод отчетов о визитах по графику работ												
Включать документы:												
за период	22.06.2005	-	22.06.2005	по дате	<input checked="" type="radio"/> планирования	<input type="radio"/> выполнения						
по исполнителю							...					
по титулу задания							...					
по клиенту							...					
с номерами по шаблону							<input type="checkbox"/> Свои документы					
Дата планирования	Менеджер	Задание	Код клиента	Клиент	Местонахождение	№	Признак	Дата маршрута	Номер отчета	Дата отчета	Дата выполнения	Вид
22.06.2005	001	Retail Стандартное	563201	КОСЯН Л.Г. ПБОЮЛ	КР СЕЛО ЛЕНИНА59		Выполнение начато		<input checked="" type="checkbox"/> WR000041	22.06.2005		План
22.06.2005	001	Retail Стандартное	706800	ИВАНОВ А.Ю. ПБОЮЛ	189510 Лен. обл., п. Н, Роп		Ожидает выполнения		N			План
22.06.2005	001	Retail Стандартное	805300	ЗДОРОВЬЕ ООО	198320 г.Санкт-Петербург, ф		Выполнение начато		<input checked="" type="checkbox"/> WR000039	22.06.2005		План
22.06.2005	001	Retail Стандартное	947601	Двенадцать ООО	Красное Село, пр. ЛЕНИНА		Ожидает выполнения		N			План
22.06.2005	001	Retail Стандартное	951900	Костелов Г.В. ПБОЮЛ	198320 г. Санкт-Петербург,		Ожидает выполнения		N			План
22.06.2005	001	Retail Стандартное	959301	Фидарова Р.Т. ПБОЮ.	пос. Гостилицы, ул. Централ		Ожидает выполнения		N			План

Рисунок 13. Отчеты о визитах по графику работ

Содержимое каждого отчета включает следующую информацию:

- Произведенные работы;
- Собранные мониторинги (заполнение анкет);
- Изменения основных и дополнительных атрибутов клиента;
- Изменения в составе арендного оборудования находящегося у клиента;

Пример отчета о выполненных работах приведен на иллюстрации ниже (см. Рисунок 14):

Отчет о выполненных работах

Number: CRM03784 of 19.03.2009 Internal number: CRM03784
 Action date: 19.03.2009 Time(PPC): 19.03.2009 10:03 Склад заказа: Склад ГП центральный
 Manager: 01 Усунов Нурек
 Client: Юнг С.С. ИП, маг. Солнечный
 Cash:

Работы | Мониторинги | **Анкета** | Атрибуты клиента | Доп. атрибуты клиента | Оборудование клиента | Состояния

Form: **Общая**

	Остатки	Дистрибуция	Количество, соответс
▶ Пиво Crona Extra, бут. 0.33		?	
Tubbes Green, бут. 0.5	1,00	✓	
Tubbes Green, бан. 0.5	0,00	✓	
Пиво Tubbes Twist, бут. 0.5	0,00	✓	
Пиво Tubbes Twist, бан. 0.5		?	
Ирбис Golden, бут. 0.5	0,00	✓	
Ирбис Golden, бан. 0.5	0,00	✓	
Derlass Classic, бут. 0.5	0,00	✓	
Derlass Classic, бан. 0.5	1,00	✓	
Пиво Derlass Легкое, освежающее, бу	1,00	✓	
Derlass Strong, бут. 0.5	0,00	✓	
Derlass Strong, бан. 0.5	2,00	✓	
Derlass Dark, бут. 0.5	0,00	✓	
Derlass безалкогольное, бут. 0.5		?	
Шоу-бокс "Derlass легкое освеж." раз			✓
Кол-во типов PDS "Derlass легкое осе			2,0000
Шоу-бокс "Derlass Классическое" (или			✓
Кол-во типов PDS "Derlass Классическ			3,0000
Кол-во холодильников			1,0000
Планограмма соответствует (кол-во х			1,0000

Рисунок 14. Пример отчета о выполненных работах

Преимущества использования системы

Эффект от внедрения средств «Монолит: CRM» для управления территорией:

- ❑ для клиентов:
 - ✓ Оперативность
 - ✓ Минимизация ошибок
 - ✓ Возможность оптимизации заказа
- ❑ для сотрудников:
 - ✓ Оперативный доступ к информации
 - ✓ Снижение рутинной работы с бумажными документами
 - ✓ Снижение рисков ошибок
 - ✓ Повышение мобильности
- ❑ для руководителей:
 - ✓ Улучшение управляемости
 - ✓ Планирование деятельности сотрудников
 - ✓ Прозрачность и подконтрольность
 - ✓ Оперативность и достоверность отчетности
- ❑ для Компании:
 - ✓ Снижение операционных затрат
 - ✓ Повышение прозрачности деятельности сотрудников
 - ✓ Повышение скорости и качества обслуживания
 - ✓ Улучшение условий работы сотрудников
 - ✓ Налаживание взаимодействия между ключевыми подразделениями
 - ✓ Интеграция с КИС
 - ✓ Апробированное решение для автоматизации службы продаж компании национального масштаба (более 4000 торговых представителей);
 - ✓ Ликвидация бумажных носителей информации, используемых в качестве основного средства сбора информации;
 - ✓ Увеличение скорости поступления данных в офис (в центральную БД);
 - ✓ Снижение числа ошибок обусловленных переводом информации с бумажных носителей в цифровую форму;

© 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
<http://www.monolit.com>