

# Συστήματα ERP / CRM

Επικ. Καθ. Κωνσταντίνος Μεταξιώτης  
kmetax@unipi.gr



Πανεπιστήμιο Πειραιώς - Τμήμα Πληροφορικής

# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision

## Τι είναι η Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας (1/2)

- Ο όρος Customer Relationship Management (CRM) δηλώνει την μεθοδολογία που βοηθά στην επισήμανση και την προσέλκυση των καταναλωτών, μέσα από τη διαδικασία ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων (επιχείρηση – πελάτης)
- Πρόκειται για μια προσέγγιση που θέτει τον πελάτη στο επίκεντρο της επιχειρηματικής διαδικασίας
- Στόχος του πελατο-κεντρικού χαρακτήρα CRM είναι η διαχρονική πώληση κι εξυπηρέτηση πελατών, πιστών στα προϊόντα και τις υπηρεσίες, μέσα από ένα συγκεκριμένο σύστημα διαχείρισης

## Τι είναι η Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας (2/2)

- Στις προτεραιότητες της προσέγγισης αυτής τοποθετείται η συγκέντρωση των συγκεκριμένων και σε πολλές περιπτώσεις διαφορετικών μεταξύ τους αναγκών, που έχουν οι πελάτες
- Επίσης προτεραιότητα έχει η τοποθέτηση σειράς ενεργειών από τη πλευρά των επιχειρήσεων, με τελικό σκοπό την εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού
- Κυρίαρχο στοιχείο του CRM είναι η αλλαγή που φέρνει στην επιχειρηματική σκέψη και δομή, μέσα από τις διευκολύνσεις και φυσικά τις προοπτικές κέρδους
- Πρόκειται για μία επιτυχημένη μέθοδο , που εγκαινιάστηκε στο εξωτερικό κυρίως κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70, εξελίχθηκε σε αυτή του '80 αλλά γνώρισε την πιο σημαντική της ώθηση στα τέλη του '90, λόγω της μεγάλης εξέλιξης των πληροφοριακών συστημάτων και των εφαρμογών τους

## Τα πλεονεκτήματα του CRM

- Εντοπισμός σημαντικότερων πελατών
- Στόχευση της εμπορικής επικοινωνίας
- Περιορισμός των απωλειών στην καταναλωτική βάση
- Δημιουργία πιστού αγοραστικού κοινού
  
- Η μεγάλη υπόσχεση του CRM είναι η δυνατότητα ανταπόκρισης στις εξατομικευμένες ανάγκες των πελατών με μία συστηματοποιημένη προσέγγιση
  - Η νέα τεχνολογία και η εξέλιξη του λογισμικού των ηλεκτρονικών υπολογιστών επιτρέπουν τον προγραμματισμό και την ενεργοποίηση επαφών με τους πελάτες, με βάση την ίδια την αγοραστική συμπεριφορά και τις συνήθειες τους, τις οποίες μπορούμε να γνωρίζουμε σε αρκετά μεγάλο βάθος

## Τι είναι τα συστήματα CRM;

- Τα συστήματα CRM αποτελούν τεχνολογικά εργαλεία για την υλοποίηση ενιαίας, πελατο-κεντρικής επιχειρηματικής στρατηγικής από τα τμήματα και τα κανάλια εξυπηρέτησης του οργανισμού
- Τα συστήματα CRM είναι σχεδιασμένα ώστε να οργανώνουν τις διαδικασίες διαχείρισης πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την υπηρεσία, αυτοματοποιώντας τις λειτουργίες marketing, υπηρεσιών και εξυπηρέτησης πελατών
- Το σύστημα CRM προσφέρει γνώση του προφίλ του πελάτη και της συνολικής "αξίας" του για τον οργανισμό, καθώς και προσωποποιημένη διαχείριση και εξυπηρέτηση με βάση τις ιδιαίτερες ανάγκες και απαιτήσεις του
- Ο στόχος της εφαρμογής ενός συστήματος CRM είναι διττός:
  - αφ' ενός αποβλέπει στη βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών και
  - αφ' ετέρου στη μείωση του διαδικαστικού χρόνου

## Παράδειγμα χρήσης συστήματος CRM

- Έστω ότι διαθέτετε ένα μικρό κατάστημα πώλησης ζωοτροφών και επιδιώκετε την καλύτερη επικοινωνία σας με τους πελάτες
- Μέσα από το ήδη υπάρχον πελατολόγιο, μπορείτε να δημιουργήσετε μία βάση δεδομένων που θα σας επιτρέψει να έχετε συγκεντρωμένο στον υπολογιστή σας το αγοραστικό σας κοινό
- Συντάσσετε μία ενημερωτική επιστολή των προσφορών που το κατάστημα σας παρέχει και με βάση την ηλεκτρονική σας data base, σε ελάχιστο χρόνο θα αποστέλλετε τη συγκεκριμένη επιστολή σε εκατοντάδες ανθρώπους (direct mail)
- Μέσα από ειδικά προγράμματα, θα μπορέσετε να ενημερώνετε σε τακτά χρονικά διαστήματα το καταναλωτικό σας κοινό, να αποστέλλετε ακόμα και ευχετήριες κάρτες, τονώνοντας τους δεσμούς του καταστήματός σας με τον πελάτη
- Οι πελάτες σας θα μπορέσουν μέσω των ηλεκτρονικών ταχυδρομείων να σας απευθύνουν όποια ερώτηση θεωρούν κρίσιμη για τις αγορές τους, γλιτώνοντας αρκετό από τον πολύτιμο σας χρόνο που θα χρειαζόταν εντός του χώρου πώλησης

## Οι επιπτώσεις του CRM στις επιχειρήσεις

- Αν λάβουμε υπόψη το μεγάλο όγκο των καταναλωτών, οι δυνατότητες που παρέχει η πληροφορική είναι μεγάλες
  - Σκεφθείτε πόσες συναλλαγές λαμβάνουν χώρα καθημερινά
  - Βασική επίσης πρόκληση είναι οι μεγάλες αλλαγές που επιφέρει το CRM στον τρόπο με τον οποίο οριοθετούνται και υλοποιούνται τα πλάνα επικοινωνίας των εταιρειών
- Αντί πρώτα οι πελάτες να ζητούν κάτι το οποίο ενδεχομένως να μην μπορεί με άμεσο τρόπο να παράσχει μία επιχείρηση, ο καινούριος σχεδιασμός μέσα από τον προσδιορισμό των αναγκών του πελατολογίου, προχωρά σε προβλέψεις
- Μία επιχείρηση μπορεί εκ των προτέρων να γνωρίζει τις ανάγκες του πελάτη και να ανταποκρίνεται με ταχύτητα και χαμηλότερο κόστος
- Μία επιχείρηση επίσης με αυτό τον τρόπο έχει τη δυνατότητα να συλλέξει στοιχεία που θα την οδηγήσει σε εξέλιξη ή ανάπτυξη προϊόντων
  - θα μπορέσει να αξιολογήσει την προοπτική τους και τα τυχόντα προβλήματα που θα παρουσιαστούν



# Το CRM και η αξία μιας βάσης δεδομένων πελατών

- Όλες οι εφαρμογές του CRM έχουν ένα κοινό και σε μεγάλο βαθμό καθοριστικό παρονομαστή: Τη βάση δεδομένων
  - Η βάση δεδομένων με τη χρήση εξειδικευμένου software (π.χ. Data mining) επιτρέπει τη συλλογή, χρήση ανάλυση και τελική αξιολόγηση των υπάρχοντων στοιχείων του καταναλωτικού κοινού, δίνοντας βοήθεια στη διαχείριση αυτών των πληροφοριών
- Στο Customer Relationship Management η επικοινωνία έχει άμεση σύνδεση με τη γνώση των χαρακτηριστικών αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή
  - Μπορεί με τον τρόπο αυτό μία επιχείρηση να ενημερωθεί για μία σειρά θεμάτων όπως:
    - Ποια τα είδη που καταναλώνει περισσότερο ο πελάτης;
    - Σε ποιες ποσότητες;
    - Με ποιον τρόπο;
    - Τι άλλου είδους αγορές πραγματοποιεί;
    - Ποια είναι τα κανάλια αγορών στα οποία καταφεύγει;
    - Για ποιους λόγους διακόπτει τις αγορές του και σε ποια άλλα προϊόντα προσανατολίζεται;

## Κάρτα AB Βασιλόπουλος

- Πολλές επιχειρήσεις, έχουν δημιουργήσει υποδομές και εφαρμογές για την υιοθέτηση των νέων διαδικασιών CRM στο επιχειρηματικό τους μοντέλο
  - Κλασική περίπτωση συνιστά η κάρτα AB Βασιλόπουλος, η οποία καταγράφει τις συναλλαγές των πελατών των καταστημάτων της αλυσίδας Supermarkets
  - Ο πελάτης έχει κίνητρο να χρησιμοποιήσει τη κάρτα καθώς μετά από την κατανάλωση κάποιου ποσού και άνω, γίνεται δέκτης προσφορών
- Για την επιχείρηση η κάρτα AB συνιστά μια διαδικασία παρακολούθησης της καταναλωτικής συμπεριφοράς, προκειμένου να επιτυγχάνει καλύτερο προγραμματισμό των προμηθειών
  - Η εταιρεία διατηρεί στατιστικά στοιχεία αγορών των πελατών της, διακρίνει τις καταναλωτικές συνήθειες και προσαρμόζει τη διάθεση προϊόντων στα καταστήματα, ράφια κλπ.
- Αντίστοιχες είναι οι κινήσεις και πολλών ακόμη επιχειρήσεων λιανεμπορίου, οι οποίες έχουν κατανοήσει τη χρησιμότητα του CRM, όπως είναι
  - το σύστημα My Grocer των καταστημάτων Ατλάντικ ή
  - το ηλεκτρονικό σύστημα εξυπηρέτησης πελατών της Αφοί Βερόπουλοι

# Εστιάζοντας στους σημαντικούς πελάτες με την βοήθεια του CRM

- Από τη σωστή διερεύνηση και ανάλυση των στοιχείων που μας προσφέρει το CRM, μπορούμε να βγάλουμε πολλά συμπεράσματα για κάθε προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία
  - Αυξάνοντας το χρόνο παραμονής των πελατών για τους οποίους έχουμε ισχυρές ενδείξεις ότι είναι έτοιμοι να φύγουν (πελάτες υψηλού κινδύνου)
    - Ένα παράδειγμα είναι ένας σημαντικός πελάτης ο οποίος πρόκειται να διακόψει την πιστωτική κάρτα και σταματάει τις χρεώσεις για να μειώσει το υπόλοιπό του και σταδιακά να αποδευτεθεί
  - Προωθώντας άλλα συμπληρωματικά προϊόντα σε πελάτες οι οποίοι έχουν περιορισμένη γκάμα και γνώσεις για την αγορά
    - Με αυτό τον τρόπο γνωστοποιούμε περαιτέρω τα παρεχόμενα είδη και δημιουργούμε διεύρυνση των προοπτικών πώλησης της επιχείρησης
  - Επικεντρώνοντας στη διατήρηση των πιο επικερδών πελατών τους οποίους μπορούμε να ανακαλύψουμε με ανάλυση όπως είναι το Differential Marketing
    - Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουμε να τους δώσουμε επιπλέον κίνητρα να καταναλώσουν, παρέχοντάς τους επιπρόσθετες διευκολύνσεις

# CRM – ERP integration

- Το CRM δρα συμπληρωματικά στο Enterprise Resource Planning (ERP) και εφόσον ολοκληρωθεί με ένα σύστημα ERP μπορεί να παρέχει μια πλήρη εικόνα των σχέσεων πελατείας
- Για παράδειγμα:
  - Το Marketing χρειάζεται να γνωρίζει ποια προϊόντα προτίμησαν οι πελάτες στο παρελθόν προκειμένου να τους προσεγγίσουν με νέα προϊόντα ή προσφορές
    - Η πληροφορία αυτή μπορεί να προέλθει από το ιστορικό εντολών (order history) ενός συστήματος ERP
  - Οι Πωλήσεις πρέπει να γνωρίζουν τη διαθεσιμότητα των προϊόντων προκειμένου να δεχθούν νέες εντολές αγορών, έτσι ώστε η παράδοση των προϊόντων να είναι σύμφωνη με τις απαιτήσεις του πελάτη
    - Η πληροφορία αυτή μπορεί να προέλθει από την καρτέλα είδους της διαχείρισης αποθεμάτων
  - Η Παραγωγή πρέπει να έχει μια συνολική εικόνα των προμηθευτών και του χρόνου παράδοσης των απαραίτητων υλικών για την παραγωγή
  - Η Οικονομική Διαχείριση απαιτεί πρόσβαση σε πλήρως ενημερωμένη πληροφορία από τα συνεργαζόμενα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα
  - Η Τεχνική Υποστήριξη πρέπει να γνωρίζει εάν ο πελάτης δικαιούται υποστήριξη πριν ανταποκριθούν σε σχετικό αίτημά του
    - πληροφορία αυτή μπορεί να προέλθει από τις χρεώσεις του πελάτη

# Βασικά χαρακτηριστικά CRM

- Διαχείριση Επαφών (Contact Management)
  - Επισκόπηση των επαφών
  - Ο έλεγχος διπλο-εγγραφής προειδοποιεί αυτόματα το χρήστη εάν εισαχθούν ξανά στοιχεία για μια επαφή που ήδη υπάρχει
  - Κατηγοριοποίηση των επαφών με κριτήρια του χρήστη
  - Προσωποποιημένη προσέγγιση των επαφών
- Διαχείριση Εργασιών (Task Management)
  - Οργάνωση εκστρατείας marketing και πωλήσεων
  - Δημιουργία προσωπικής λίστας εκκρεμών εργασιών (to-do)
  - Ανάθεση εργασιών σε χρήστες ή ομάδες χρηστών που έχουν ορισθεί στο σύστημα
  - Δημιουργία δραστηριότητας αποτελούμενη από διάφορες εκκρεμής εργασίες
  - Δημιουργία εσωτερικών εκκρεμών εργασιών που δεν συνδέονται με κάποια επαφή
- Ταξινόμηση επαφών (Contact Classification)
  - Ταξινόμηση επαφών σε κατηγορίες και παραμετροποίηση των μηνυμάτων στις ιδιαίτερες απαιτήσεις κάθε πελάτη
  - Αυτοματοποιημένη ομαδοποίηση των επαφών βάσει κριτηρίων του χρήστη, πχ. Ομαδοποίηση επαφών βάσει εσόδων

# Βασικά χαρακτηριστικά CRM

- Διαχείριση Εκστρατειών (Campaign Management)
  - Οργάνωση εκστρατειών βάσει των τμημάτων αγοράς που ορίστηκαν από το χρήστη
  - Διαχωρισμός σε τμήματα των επαφών βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων, όπως πωλήσεις, προφίλ επαφών και αλληλεπιδράσεις
  - Επαναχρησιμοποίηση υπάρχοντων τμημάτων
    - πχ. προσδιορίζεται εάν τα τμήματα θα ενημερώνονται κάθε φορά που εισάγεται νέα πληροφορία για την επαφή ή αποκλεισμός μιας ομάδας από κάποιες ενέργειες όπως direct mailing
  - Χρήση πολύ-γλωσσικών εργαλείων για την προσέγγιση επαφών σε άλλες γλώσσες
  - Συγχώνευση (mail merge) ενός τμήματος με ένα κείμενο Microsoft Word
- Διαχείριση Αρχείων και Καταγραφή Επικοινωνιών (Document Management & Interaction Log)
  - Καταγραφή (log) της επικοινωνίας με τις επαφές όπως, τηλεφωνικές συνομιλίες, συναντήσεις ή αλληλογραφία
    - Εάν μια επικοινωνία περιλαμβάνει και κάποιο έγγραφο, αυτό μπορεί να αποθηκευτεί στη σχετική επαφή για μελλοντική χρήση
  - Καταγραφή επικοινωνιών που πραγματοποιήθηκαν με άλλες εφαρμογές, συμπεριλαμβανομένων εγγράφων που απεστάλησαν στις επαφές του χρήστη
  - Κλήση μια επαφή κάνοντας κλικ στο σχετικό κουμπί της κάρτας με χρήση των τηλεπικοινωνιακών τεχνολογιών TAPI (Telephony Application Programming Interface)

## Βασικά χαρακτηριστικά CRM

- Διαχείριση Ευκαιριών (Opportunity Management)
  - Παρακολούθηση των ευκαιριών πωλήσεων (sales opportunities)
  - Ορισμός φάσεων στη διαδικασία πωλήσεων
  - Επισκόπηση των ευκαιριών στο δίκτυο πωλήσεων
- Αναζήτηση Επαφών (Contact Search)
  - Αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με μια επαφή, όπως μια ευκαιρία πώλησης, τη διεύθυνση ή ένα σχόλιο
  - Ανεύρεση του ονόματος της επαφής

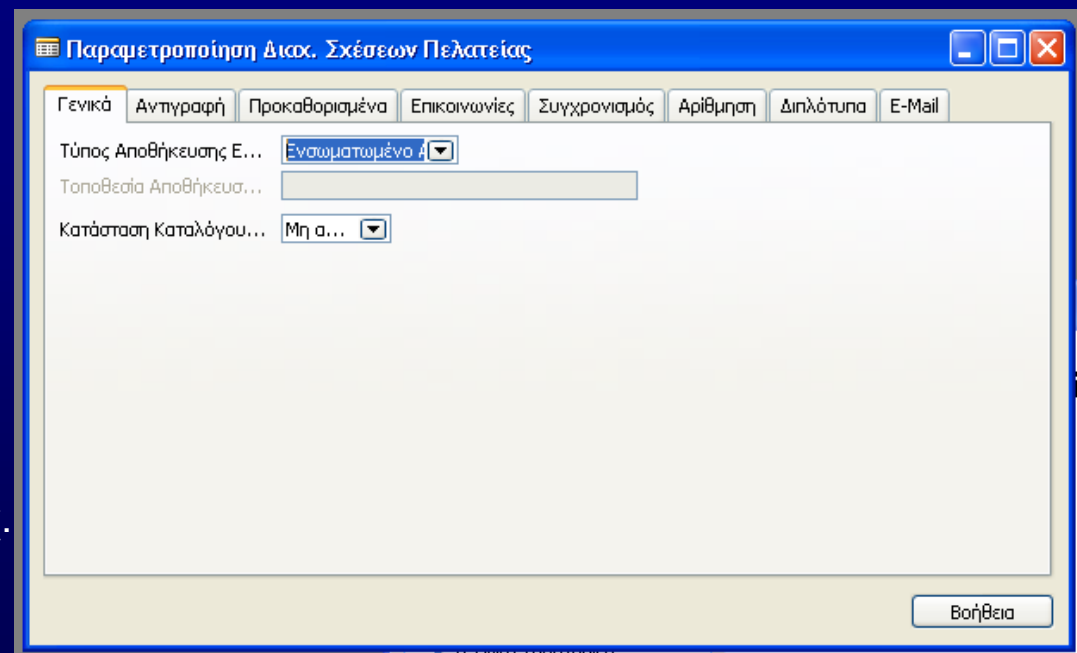
# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision



# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

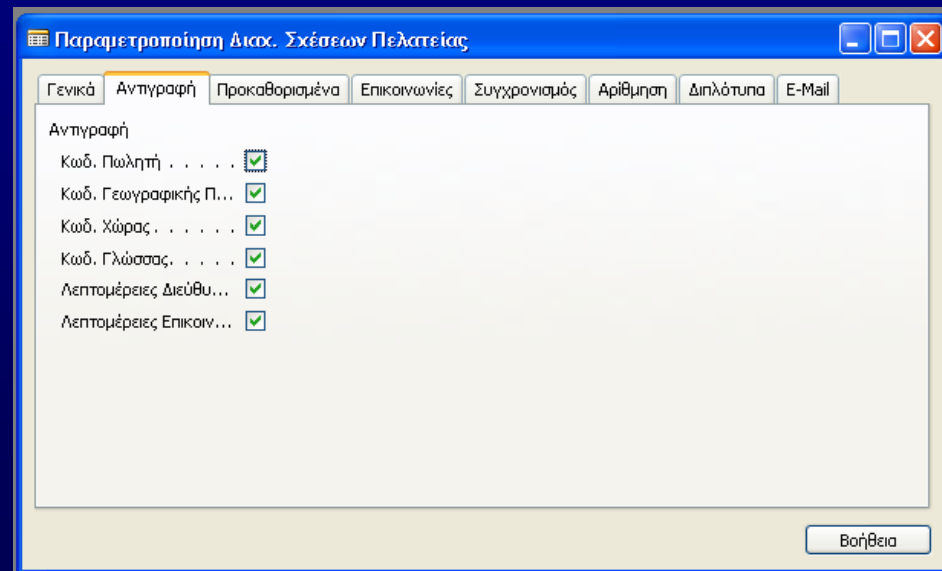
- Στο παράθυρο "Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας", μπορείτε να επιλέξετε τον τρόπο με τον οποίο θέλετε να γίνεται η διαχείριση ορισμένων ιδιοτήτων των επαφών σας
- «Γενικά» tab
  - Εάν σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε επισυναπτόμενα αρχεία στα πρότυπα επικοινωνίας, πρέπει να προσδιορίσετε τον τρόπο και τη θέση της αποθήκευσης τους
  - Μπορείτε να αποθηκεύσετε τα επισυναπτόμενα αρχεία εντός του Navision (Ενσωματωμένο Αρχείο) ή σε κάποιο αρχείο στο δίσκο
    - Η πρόσβαση στα επισυναπτόμενα αρχεία είναι ευκολότερη όταν τα αποθηκεύετε εντός του Navision
    - Ωστόσο, εάν αποφασίσετε να τα αποθηκεύσετε σε αρχείο στο δίσκο, βεβαιωθείτε ότι όλοι οι χρήστες της εφαρμογής "Διαχ. Σχέσεων Πελατείας" έχουν πρόσβαση σε αυτό



# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «Αντιγραφή» tab

- Ορισμένες πληροφορίες σχετικά με τις εταιρείες επαφής είναι πανομοιότυπες με τις πληροφορίες σχετικά με πρόσωπα που εργάζονται σε αυτές τις εταιρείες, για παράδειγμα η διεύθυνση
- Το πρόγραμμα μπορεί να αντιγράψει αυτόματα αυτά τα πεδία από την καρτέλα της εταιρείας επαφής στην καρτέλα επαφής του προσώπου κάθε φορά που δημιουργείτε επαφή για μια καταχωρημένη εταιρεία επαφής
- Μπορείτε να ρυθμίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να αντιγράψει αυτόματα τον κωδικό του πωλητή, τον κωδικό γεωγραφικής περιοχής, τον κωδικό της χώρας, τον κωδικό της γλώσσας, τη διεύθυνση (διεύθυνση, διεύθυνση 2, πόλη, Τ.Κ. και νομός) καθώς επίσης και λεπτομέρειες επικοινωνίας (αριθμός φαξ, αριθμός απάντησης τέλεξ και αριθμός τηλεφώνου)
- Όταν τροποποιείτε ένα από αυτά τα πεδία στην καρτέλα της εταιρείας επαφής, το πρόγραμμα θα τροποποιήσει αυτόματα το πεδίο και στην καρτέλα επαφής του προσώπου
  - (εκτός εάν έχετε τροποποιήσει με μη αυτόματο τρόπο το πεδίο στην καρτέλα επαφής του προσώπου)



# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «προκαθορισμένα» tab

- Μπορείτε να ρυθμίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να ορίζει έναν συγκεκριμένο κωδικό γλώσσας, κωδικό γεωγραφικής περιοχής, κωδικό πωλητή και κωδικό χώρας ως προκαθορισμένα στοιχεία για κάθε νέα επαφή που δημιουργείτε
- Μπορείτε επίσης να εισαγάγετε έναν προκαθορισμένο κωδικό κύκλου πωλήσεων ο οποίος αντιστοιχίζεται από το πρόγραμμα σε κάθε νέα ευκαιρία πώλησης που δημιουργείτε

Παραμετροποίηση Διακ. Σχέσεων Πελατείας

Γενικά Αντιγραφή Προκαθορισμένα Επικοινωνίες Συγχρονισμός Αρίθμηση Διπλότυπα E-Mail

Προκαθορισμένο

Κωδ. Πωλητή . . . . .  ↑

Κωδ. Γεωγραφικής Π...  ↑

Κωδ. Χώρας . . . . .  ↑

Κωδ. Γλώσσας . . . . .  ↑

Τύπος Ανταπόκρισης . .  ↓

Κωδ. Καμ. Χαιρετισμ... ΕΤΑΙΡΕΙΑ ↑

Κωδ. Καμ. Χαιρετισμ... UNISEX ↑

Κωδ. Κύκλου Πωλήσ...  ↑

Υπολ. Ημ/νίας Εκκρ. ...

Βοήθεια

# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «συγχρονισμός» tab

- Προκειμένου να συγχρονίσετε την καρτέλα επαφής με την καρτέλα πελάτη, την καρτέλα προμηθευτή και την καρτέλα τραπεζικού λογαριασμού, θα πρέπει να επιλέξετε έναν κωδικό επαγγελματικής σχέσης για πελάτες, προμηθευτές και τραπεζικούς λογαριασμούς
- Για παράδειγμα, μπορείτε να συνδέσετε μια επαφή με έναν υπάρχοντα πελάτη εάν έχετε ορίσει έναν κωδικό επαγγελματικής σχέσης για πελάτες στο παράθυρο "Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας"

Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας

Γενικά Αντιγραφή Προκαθορισμένα Επικοινωνίες **Συγχρονισμός** Αρίθμηση Διπλότυπα E-Mail

Κωδ. Σχέσης Εταιρειών...

Πελάτες . . . . . CUST ↑

Προμηθευτές . . . . . VEND ↑

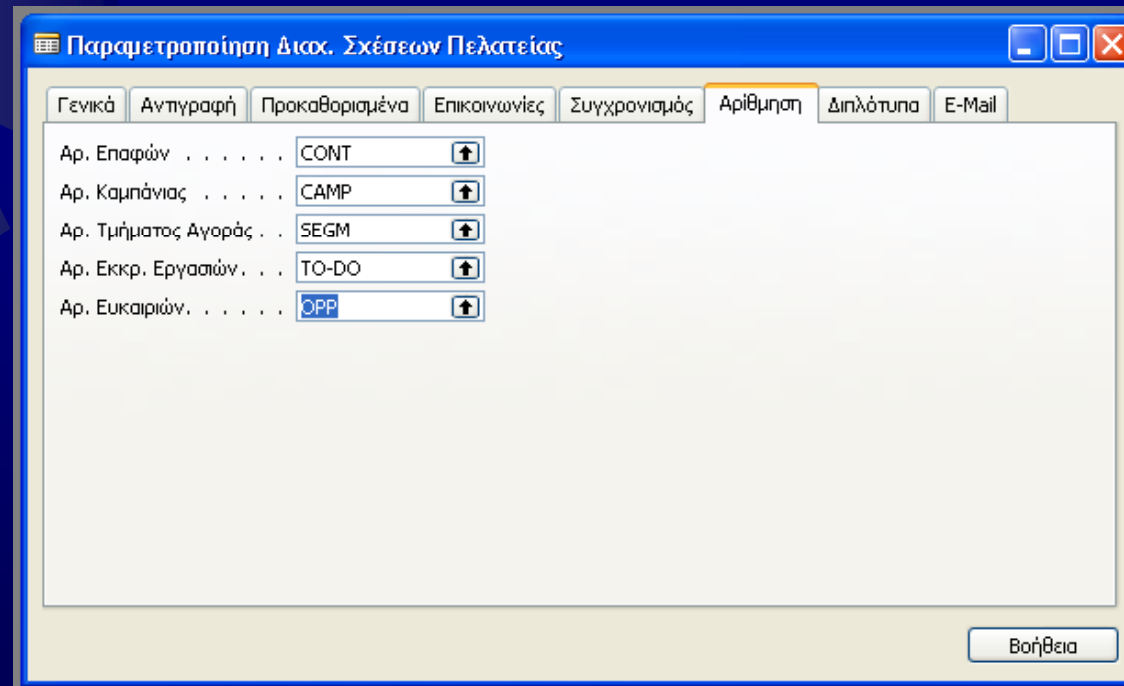
Τραπεζικοί Λογαριασμοί BANK ↑

Βοήθεια

# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «αρίθμηση» tab

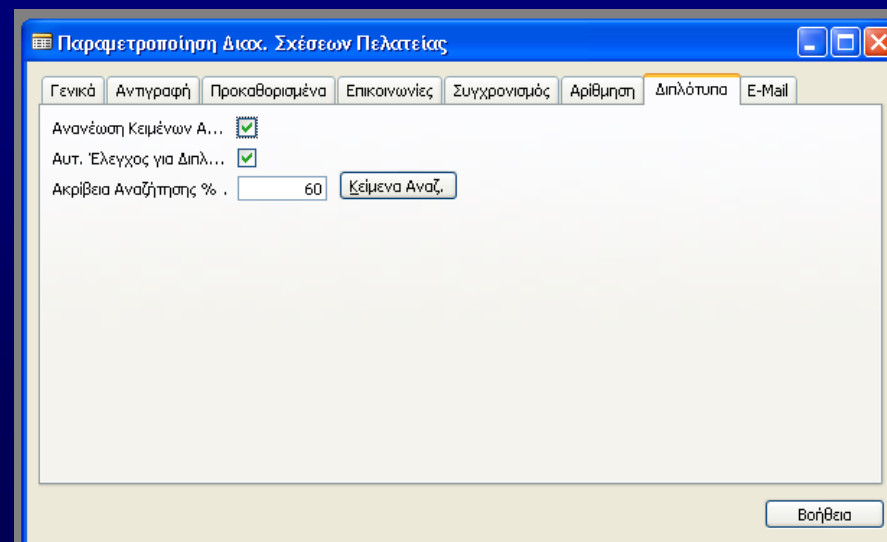
- Μπορείτε να ορίσετε σειρά αρίθμησης για επαφές, καμπάνιες, εκκρεμείς εργασίες, τμήματα αγοράς και ευκαιρίες.
- Εάν έχετε ορίσει αρίθμηση σειράς για επαφές, όταν δημιουργήσετε μια επαφή και πατήσετε Enter, το πεδίο "Κωδικός" στην καρτέλα επαφής συμπληρώνεται αυτόματα με τον επόμενο διαθέσιμο κωδικό.



# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «διπλότυπα (duplicates)» tab

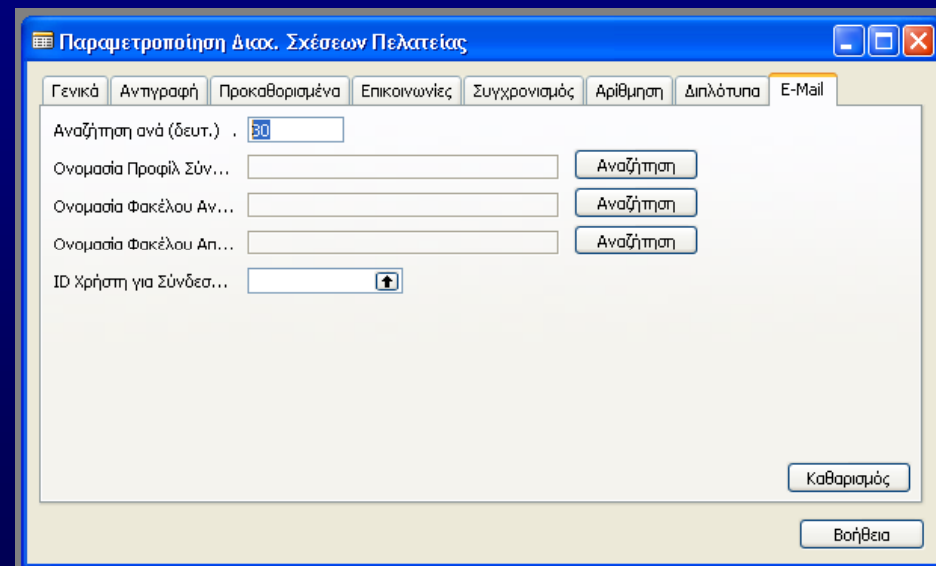
- Μπορείτε να ρυθμίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να αναζητά αυτόματα διπλότυπα στοιχεία κάθε φορά που δημιουργείτε μια εταιρεία επαφής.
  - Εναλλακτικά, μπορείτε να πραγματοποιείτε αναζήτηση με μη αυτόματο τρόπο μετά τη δημιουργία επαφών.
- Μπορείτε επίσης να ρυθμίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να ενημερώνει αυτόματα τα κείμενα αναζήτησης κάθε φορά που τροποποιείτε πληροφορίες των επαφών ή δημιουργείτε μια επαφή.
  - Μπορείτε να επιλέξετε το ποσοστό επιτυχίας αναζήτησης, δηλαδή το ποσοστό πανομοιότυπων κειμένων που πρέπει να διαθέτουν δύο επαφές προκειμένου να θεωρηθούν διπλότυπες από το πρόγραμμα.



# Παραμετροποίηση Διαχείρισης Σχέσεων Πελατείας

## ■ «e-mail)» tab

- Μπορείτε να ανταλλάξετε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τις επαφές, τους πελάτες, τους προμηθευτές σας κ.ο.κ. Μπορείτε να στείλετε και να λάβετε τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είτε μέσω του Navision είτε μέσω του Outlook ή άλλου mail client.
- Πριν αποκτήσετε τη δυνατότητα ανταλλαγής μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κατ' αυτόν τον τρόπο και τη δυνατότητα αποθήκευσης και τοποθέτησης των ηλεκτρονικών μηνυμάτων σε λίστα, πρέπει να ορίσετε ορισμένες παραμέτρους, όπως το χρονικό διάστημα που πρέπει να παρέλθει ώστε το πρόγραμμα να ελέγξει εάν υπάρχουν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προς επεξεργασία, το όνομα του προφίλ καταγραφής των μηνυμάτων κ.ο.κ.



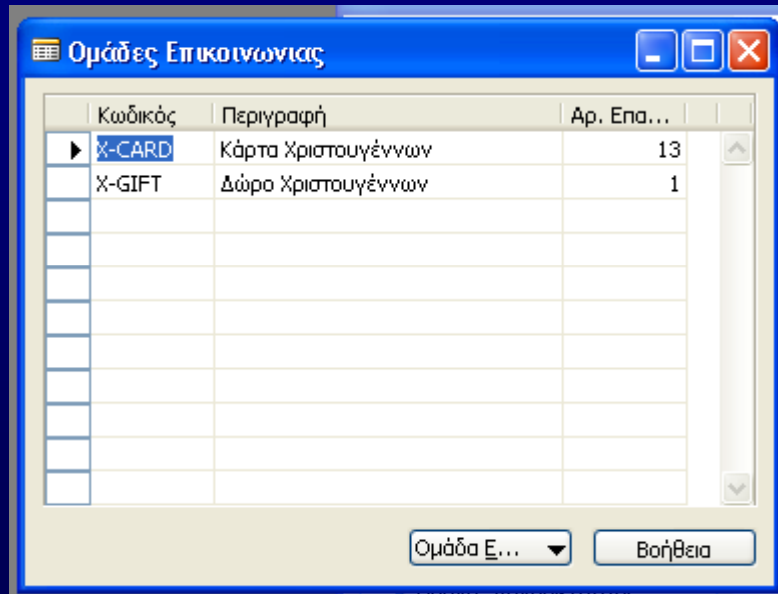
# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision



## Ορισμός ομάδων επικοινωνίας

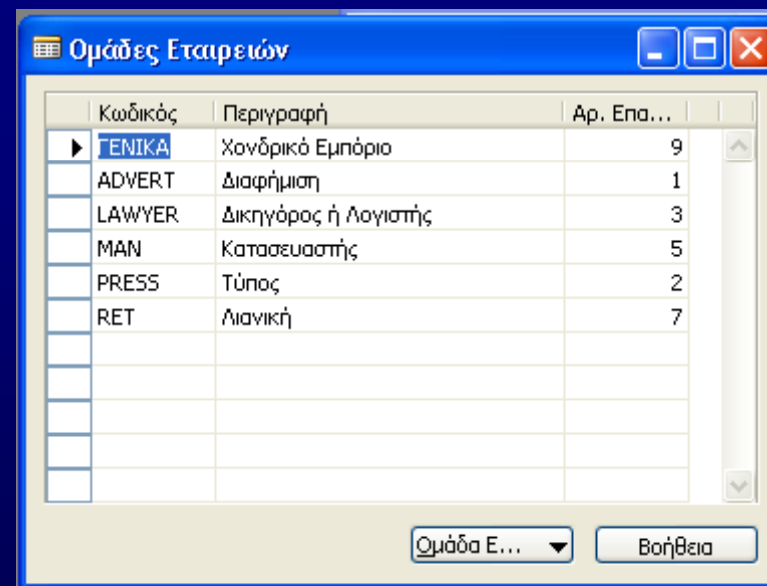
- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Ομάδες Επικοινωνίας για να ορίσετε τις ομάδες επικοινωνίας που θέλετε να αντιστοιχίσετε στις επαφές σας.
- Οι ομάδες επικοινωνίας χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό ομάδων επαφών που επιθυμείτε να λάβουν τις ίδιες πληροφορίες.
  - Για παράδειγμα, μπορείτε να ορίσετε μια ομάδα επικοινωνίας για τις επαφές στις οποίες επιθυμείτε να στείλετε μια χριστουγεννιάτικη κάρτα.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Ομάδες Ηλ. Ταχυδρομείου.



Κωδικός	Περιγραφή	Αρ. Επα...
X-CARD	Κάρτα Χριστουγέννων	13
X-GIFT	Δώρο Χριστουγέννων	1

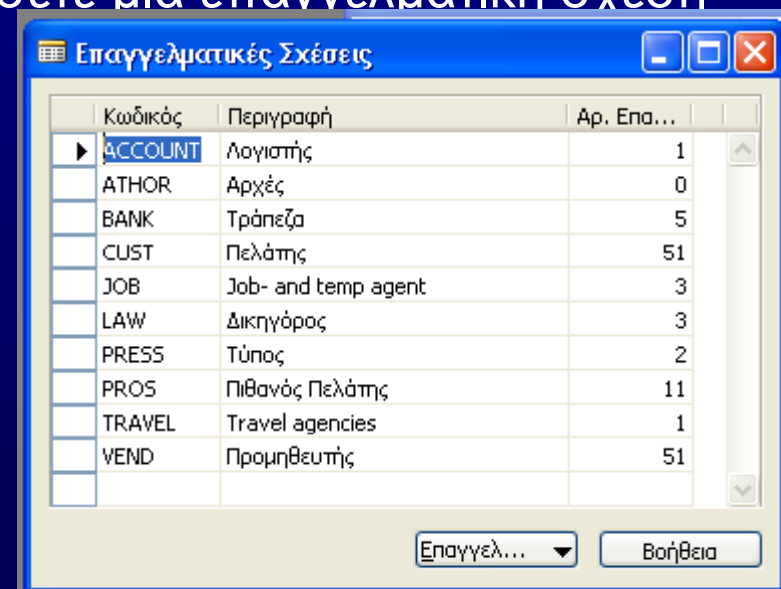
## Ορισμός ομάδων εταιρειών

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Ομάδες Εταιρειών για να ορίσετε όλες τις ομάδες εταιρειών που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε κατά την εισαγωγή πληροφοριών σχετικά με τις επαφές σας
- Οι ομάδες εταιρειών χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό της εταιρείας στην οποία ανήκουν οι επαφές, για παράδειγμα, μια εταιρεία αυτοκινήτων.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Εταιρεία, Ομάδες Εταιρειών



## Ορισμός επαγγελματικών σχέσεων

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Επαγγελματικές Σχέσεις για να ορίσετε τις επαγγελματικές σχέσεις που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε κατά την εισαγωγή πληροφοριών σχετικά με τις επαφές σας
- Οι επαγγελματικές σχέσεις χρησιμοποιούνται για τον εντοπισμό της επαγγελματικής σχέσης που έχετε με τις επαφές σας, για παράδειγμα, τράπεζα, σύμβουλος ή παροχέας Τ/Υ
- Εάν σκοπεύετε να συγχρονίσετε τις επαφές σας με προμηθευτές, πελάτες ή τραπεζικούς λογαριασμούς που υπάρχουν σε άλλα τμήματα της εφαρμογής, ενδεχομένως να χρειαστεί να δημιουργήσετε μια επαγγελματική σχέση ανάμεσά τους
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Εταιρεία, Επαγγελματικές Σχέσεις.



## Ορισμός πηγών διαδικτύου

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Πηγές Διαδικτύου για να ορίσετε τις πηγές διαδικτύου (μηχανές αναζήτησης δεδομένων και τοποθεσίες Web) τις οποίες επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε για την αναζήτηση πληροφοριών στο Internet, σχετικά με τις επαφές σας

## Ορισμός επιπέδων οργανογράμματος

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Επίπεδα Οργανογράμματος για να ορίσετε τα επίπεδα οργανογράμματος που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε κατά την εισαγωγή πληροφοριών σχετικά με τις επαφές σας

## Ορισμός αρμοδιοτήτων

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Αρμοδιότητες για να ορίσετε τις αρμοδιότητες που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε κατά την εισαγωγή πληροφοριών σχετικά με τις επαφές σας
- Οι αρμοδιότητες προσδιορίζουν τον τομέα ευθύνης της επαφής εντός της εταιρείας που εργάζεται, για παράδειγμα, διαχείριση, παραγωγή κ.τ.λ.

# Παράθυρο Καρτέλα Επαφής

- Στο παράθυρο "Καρτέλα Επαφής" μπορείτε να δείτε πληροφορίες σχετικά με τις επαφές σας
- Το παράθυρο "Καρτέλα Επαφής" αποτελείται από δύο μέρη:
  - Την επικεφαλίδα, η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες για τις κατηγορίες "Γενικά", "Επικοινωνία", "Τμήμα Αγοράς" και "Εξωτ. Εμπόριο"
  - Τις γραμμές, οι οποίες περιλαμβάνουν μια επισκόπηση του προφίλ της επαφής.  
Μπορείτε να μεταβείτε στο προφίλ της επαφής από το παράθυρο "Απαντήσεις Προφίλ Επαφής"

CT000001 Spotsmeyer's Furnishings - Καρτέλα Επαφής

Γενικά | Επικοινωνία | Τμήμα Αγοράς | Εξωτ. Εμπόριο | Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Κωδικός . . . . . CT000001    Κλειδί Αναζήτησης . . . . . SPOTSMYER'S F...

Τύπος . . . . . Εταιρεία    Αρ. Τηλεφώνου . . . . .

Κωδ. Εταιρείας . . . . . CT000001    Κωδ. Πωλητή . . . . . JR

Όνομα Εταιρείας . . . . . Spotsmeyer's Furnishings    Κωδ. Κειμένου Χαιρετ...    ETAIPEIA

Όνομασία . . . . . Spotsmeyer's Furnishings    Τελ. Ημ/νία Μεταβολής . . . . . 29/08/03

Διεύθυνση . . . . . 612 South Sunset Drive    Ημ/νία Τελευταίας Επικ...   

Διεύθυνση 2 . . . . .    Ημ/νία Τελευταίας Προ...   

ΤΚ/Πόλη . . . . . US-FL 37125    Miami    Ημ/νία Επόμενης Εκκρ...   

Κωδ. Χώρας. . . . . US

Ερώτηση	Απάντηση	Ερω...	Τελευταί...
▶ Έκπτωση (%) τρέχοντος έτους	Χαμηλή χρήση		31/01/01
Έκπτωση (%) προηγούμενου ...	Χαμηλή χρήση		31/01/01
Κέρδος (TN) τρέχοντος έτους	Στο κάτω 25 % των Πελατών		31/01/01
Ιδιοκτησία Εταιρείας	Συμμετοχική		31/01/01
Αρ. Εργαζομένων	100..499		31/01/01

Επαφή    Λειτουργίες    Δημιουργία Ε...    Βοήθεια

## Tab «Γενικά» (General)

- Στην κατηγορία «Γενικά» μπορείτε να δείτε γενικές πληροφορίες για μια επαφή
  - Τον τύπο της επαφής
  - Στοιχεία της εταιρείας
  - Όνομα
  - Τις σχετικές με την επαφή επικοινωνίες
    - Ημ/νια τελευταίας επικοινωνίας, Ημ/νια τελευταίας προσπάθειας

## Tab «Τμήμα Αγοράς» (Segmentation)

- Η κατηγορία «Τμήμα Αγοράς» περιλαμβάνει πληροφορίες για τις ομάδες επικοινωνίας, ομάδες εταιριών, επαγγελματικές σχέσεις, αρμοδιότητες και οργανωτικά επίπεδα που χαρακτηρίζουν την επαφή
  - Το πεδίο Αρ. Ομάδων Επικοινωνίας περιλαμβάνει τον αριθμό των mailing groups με τα οποία έχει συνδεθεί επαφή
  - Το πεδίο Αρ. Επαγγελματικών Σχέσεων περιλαμβάνει τον αριθμό των business relations με τα οποία έχει συνδεθεί επαφή
  - Το πεδίο Αρ. Ομάδων Εταιριών περιλαμβάνει τον αριθμό των industry groups με τα οποία έχει συνδεθεί επαφή.

CT000001 Sportsmeyer's Furnishings - Καρτέλα Επαφής

Γενικά | Επικοινωνία | **Τμήμα Αγοράς** | Εξωτ. Εμπόριο | Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Αρ. Ομάδων Επικοινων...

Αρ. Επαγγελματικών Σ...

Αρ. Ομάδων Εταιριών . . .

Αρ. Αρμοδιοτήτων . . . .

Κωδ. Θέσης σε Οργαν...

Δεν ανήκει σε Τμήμα Α...

Ερώτηση	Απάντηση	Ερω...	Τελευταί...
▶ Έκπτωση (%) τρέχοντος έτους	Χαμηλή Χρήση		31/01/01
Έκπτωση (%) προηγούμενου ...	Χαμηλή Χρήση		31/01/01
Κέρδος (TN) τρέχοντος έτους	Στο κάτω 25 % των Πελατών		31/01/01
Ιδιοκτησία Εταιρείας	Συμμετοχική		31/01/01
Αρ. Εργαζομένων	100..499		31/01/01

Επαφή | Λειτουργίες | Δημιουργία Ε... | Βοήθεια

## ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΕΠΑΦΕΣ

- Μπορείτε να δείτε τις επαφές που εργάζονται σε μια εταιρεία από το παράθυρο «Κατάλογος Επαφών». Το παράθυρο αυτό περιλαμβάνει ως επαφή τόσο την εταιρεία όσο και τα άτομα που εργάζονται σε αυτή.
- Επαφή -> Related Contacts

Κωδικός	Ονομασία	Αρ. Τηλεφώνου	Κωδ. Πω...	Κωδ. Γε...	Κλειδί Αν...
CT000001	Spotsmeyer's Furnishings		JR	ΕΞΩΤΕΡΙ...	SPOTSM...
CT100132	Andrew Gaze		JR	ΕΞΩΤΕΡΙ...	ANDRE...



## Δημιουργία εταιρειών επαφής

- Μπορείτε να δημιουργήσετε μια καρτέλα επαφής για κάθε νέα εταιρεία με την οποία έρχεστε σε επαφή, για παράδειγμα έναν πελάτη, έναν προμηθευτή, έναν πιθανό πελάτη, μια τράπεζα, ένα δικηγορικό γραφείο, ένα σύμβουλο επιχειρήσεων, κ.ο.κ.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα εταιρεία
  - Στο πεδίο Κωδικός, εισαγάγετε έναν κωδικό για την επαφή
  - Εναλλακτικά, αν έχετε ορίσει αρίθμηση σειράς για επαφές στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, μπορείτε να πατήσετε Enter έτσι ώστε το πρόγραμμα να εισαγάγει τον επόμενο διαθέσιμο αριθμό επαφής
  - Στο πεδίο Τύπος, το πρόγραμμα εισάγει αυτόματα την τιμή Εταιρεία
  - Συμπληρώστε τα υπόλοιπα πεδία στην καρτέλα επαφής

## Αντιστοίχιση ομάδων εταιρειών

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Επαφή Ομάδων Εταιρειών για να αντιστοιχίσετε ομάδες εταιρειών στις επαφές σας
  - Μόνο σε εταιρείες μπορείτε να αντιστοιχίσετε ομάδες εταιρειών
- Πρέπει πρώτα να ορίσετε ομάδες εταιρειών στο παράθυρο Ομάδες Εταιρειών
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές. Εμφανίζεται η καρτέλα επαφής
  - Επιλέξτε την επαφή στην οποία επιθυμείτε να αντιστοιχίσετε ομάδες εταιρειών και κάντε κλικ στις επιλογές Επαφή, Εταιρεία, Ομάδες Εταιρειών. Εμφανίζεται το παράθυρο Επαφή Ομάδων Εταιρειών
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα ομάδα εταιρειών
  - Στο πεδίο Κωδικός, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί για να εμφανιστούν οι ομάδες εταιρειών στο παράθυρο Ομάδες Εταιρειών

## Αντιστοίχιση επαγγελματικών σχέσεων

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Επαφή Επαγγελματικών Σχέσεων για να αντιστοιχίσετε επαγγελματική σχέση στην επαφή σας
- Μόνο σε εταιρείες μπορείτε να αντιστοιχίσετε επαγγελματικές σχέσεις
- Πριν συγχρονίσετε επαφές με πελάτες, προμηθευτές και τραπεζικούς λογαριασμούς, πρέπει να ορίσετε επαγγελματικές σχέσεις στο παράθυρο Επαγγελματικές Σχέσεις
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές
  - Επιλέξτε την επαφή στην οποία επιθυμείτε να αντιστοιχίσετε επαγγελματική σχέση και κάντε κλικ στις επιλογές Επαφή, Εταιρία, Επαγγελματικές Σχέσεις Εμφανίζεται το παράθυρο Επαφή Επαγγελματικών Σχέσεων
  - Εναλλακτικά, μπορείτε να ανοίξετε το παράθυρο Επαφή Επαγγελματικών Σχέσεων ακολουθώντας την ακόλουθη διαδικασία: στην καρτέλα επαφής, στη σελίδα Τμήμα Αγοράς, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί που βρίσκεται δεξιά από το πεδίο Αρ. Επαγγελματικών Σχέσεων
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια επαγγελματική σχέση
  - Στο πεδίο Κωδικός, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί για να εμφανιστεί ένας κατάλογος επαγγελματικών σχέσεων στο παράθυρο Επαγγελματικές Σχέσεις

## Δημιουργία επαφών (πρόσωπα)

- Μπορείτε να δημιουργήσετε μια καρτέλα επαφής για κάθε επαφή που εργάζεται στις εταιρίες με τις οποίες έρχεστε σε επαφή
  - Για κάθε εταιρεία επαφής μπορείτε να εισαγάγετε όσες επαφές (πρόσωπα) επιθυμείτε
  - Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε καρτέλες επαφής για τα πρόσωπα που θέλετε να καταχωρήσετε ξεχωριστά
- Για να δημιουργήσετε επαφές (πρόσωπα):
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε ένα νέο πρόσωπο
  - Στο πεδίο Κωδικός, εισαγάγετε έναν κωδικό για την επαφή
  - Στο πεδίο Τύπος, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί και επιλέξτε Πρόσωπο
  - Κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί που βρίσκεται δεξιά από το πεδίο Κωδ. Εταιρείας., επιλέξτε την εταιρεία επαφής στην οποία εργάζεται το πρόσωπο και κάντε κλικ στο OK
    - Εάν ένα πρόσωπο δεν εργάζεται σε μια καταχωρημένη εταιρεία και επιθυμείτε να τον καταχωρήσετε ξεχωριστά, αφήστε κενό το πεδίο Κωδ. Εταιρείας.
  - Στο πεδίο Ονομασία, εισαγάγετε το όνομα του προσώπου

## Συγχρονισμός επαφών με πελάτες, προμηθευτές και τραπεζικούς λογαριασμούς

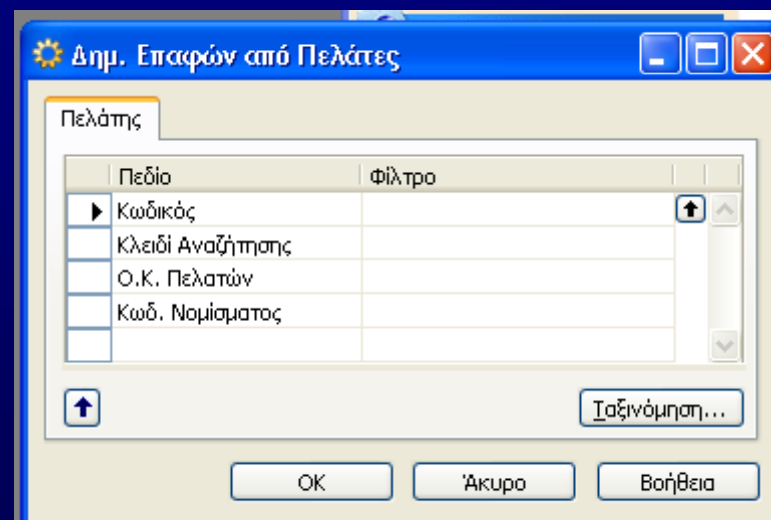
- Εάν ορισμένες επαφές σας είναι επίσης πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικοί λογαριασμοί, μπορείτε να συγχρονίσετε τις καρτέλες αυτών των επαφών με τις καρτέλες πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικού λογαριασμού
  - Πριν αποκτήσετε τη δυνατότητα συγχρονισμού των επαφών σας με πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικούς λογαριασμούς, θα πρέπει να προσδιορίσετε έναν κωδικό επαγγελματικής σχέσης για πελάτες, προμηθευτές και τραπεζικούς λογαριασμούς στο παράθυρο "Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας"
- Μπορείτε να συγχρονίσετε τις επαφές σας με πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικούς λογαριασμούς με τους ακόλουθους τρόπους:
  - σύνδεση επαφών με υπάρχοντες πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικούς λογαριασμούς από την καρτέλα επαφής
  - δημιουργία επαφών ως πελατών, προμηθευτών ή/και τραπεζικών λογαριασμών από την καρτέλα επαφής (πρέπει να καθορίσετε αρίθμηση σειράς για πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικούς λογαριασμούς)
  - δημιουργία επαφών από πελάτες, προμηθευτές ή/και τραπεζικούς λογαριασμούς

## Συνέπειες συγχρονισμού

- Όταν η καρτέλα επαφής συγχρονιστεί με την καρτέλα πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικού λογαριασμού:
  - η ενημέρωση των πληροφοριών απαιτείται μόνο μια φορά. Για παράδειγμα, εάν τροποποιήσετε τον αριθμό τηλεφώνου στην καρτέλα επαφής, το πρόγραμμα θα πραγματοποιήσει αυτόματα την ίδια τροποποίηση στην καρτέλα του πελάτη, του προμηθευτή ή/και του τραπεζικού λογαριασμού
  - εάν έχετε ορίσει αρίθμηση σειράς για επαφές, κατά τη δημιουργία καρτέλας πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικού λογαριασμού, το πρόγραμμα δημιουργεί αυτόματα μια καρτέλα επαφής για τον πελάτη, τον προμηθευτή ή τον τραπεζικό λογαριασμό
  - μπορείτε να δημιουργήσετε προσφορές και παραγγελίες πωλήσεων καθώς και προσφορές και παραγγελίες αγορών από την καρτέλα επαφής
  - μπορείτε να ρυθμίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να καταχωρεί επικοινωνίες κατά την πραγματοποίηση ενεργειών στο Navision, όπως η εκτύπωση παραγγελιών και ανοικτών παραγγελιών, η δημιουργία εντολών Τ/Υ πωλήσεων, η αποστολή μηνυμάτων ηλ. ταχυδρομείου, κ.τ.λ.
  - εάν διαγράψετε μια επαφή που συνδέεται με έναν πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικό λογαριασμό, από το πρόγραμμα διαγράφεται μόνο η καρτέλα επαφής. Η καρτέλα πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικού λογαριασμού παραμένει στο πρόγραμμα
  - εάν διαγράψετε έναν πελάτη, προμηθευτή ή/και τραπεζικό λογαριασμό που συνδέεται με μια επαφή, η καρτέλα επαφής παραμένει στο πρόγραμμα

## Δημιουργία επαφών από πελάτες

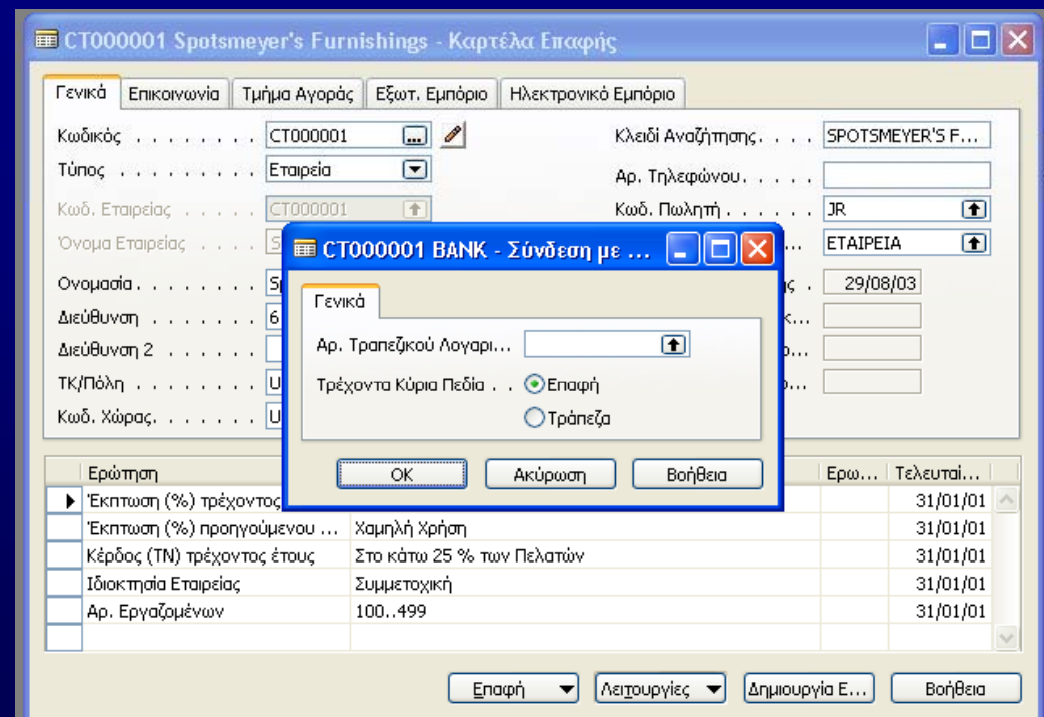
- Εάν έχετε ήδη ορίσει πελάτες στο πρόγραμμα, μπορείτε να δημιουργήσετε επαφές βασισμένοι στα υπάρχοντα δεδομένα πελατών
- Θα πρέπει να ορίσετε μια επαγγελματική σχέση για πελάτες στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Περιοδικές Εργασίες, Σύνδεση, Δημιουργία Επαφών από Πελάτες. Εμφανίζεται το παράθυρο Δημ. Επαφών από Πελάτες
  - Στη σελίδα Πελάτης, ορίστε φίλτρα εάν επιθυμείτε να δημιουργήσετε επαφές μόνο από συγκεκριμένους πελάτες





## Σύνδεση επαφών με υπάρχοντες πελάτες

- Εάν έχετε δημιουργήσει καρτέλα επαφής και καρτέλα πελάτη για την ίδια εταιρεία, μπορείτε να συνδέσετε τις δύο καρτέλες
- Κατά τη σύνδεση μιας καρτέλας επαφής με καρτέλα πελάτη, οι κοινές πληροφορίες των δύο καρτελών μπορούν να συγχρονιστούν. Θα πρέπει να ορίσετε μια επαγγελματική σχέση για πελάτες στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές
  - Επιλέξτε την επαφή που θέλετε να συνδέσετε με πελάτη και κάντε κλικ στις επιλογές Λειτουργίες, Σύνδεση με υπάρχον, Πελάτη.  
Εμφανίζεται το παράθυρο Σύνδεση με Πελάτη
  - Στο πεδίο Κωδ. Πελάτη, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί για να εμφανιστεί ο Κατάλογος Πελατών





# Περιεχόμενα

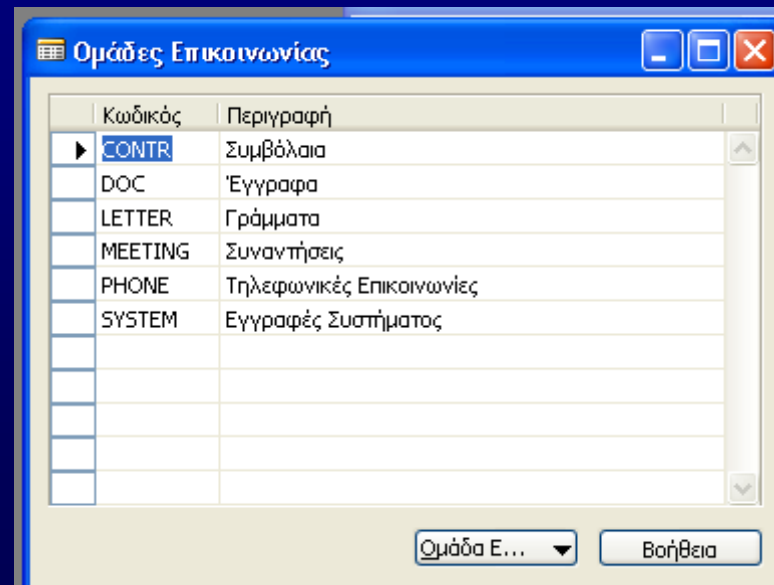
- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision

## Επικοινωνίες

- Στο Navision, ως επικοινωνίες θεωρούνται όλα τα είδη επικοινωνίας μεταξύ της εταιρείας και των επαφών
  - Για παράδειγμα, αλληλογραφία, φαξ, ηλεκτρονική αλληλογραφία, τηλεφωνική επικοινωνία, συναντήσεις κ.τ.λ.
- Η περιοχή εφαρμογών "Διαχ. Σχέσεων Πελατείας" δίνει τη δυνατότητα να καταχωρήσετε όλες τις επικοινωνίες με τις επαφές με σκοπό την παρακολούθηση των προσπαθειών για πωλήσεις και μάρκετινγκ καθώς και τη βελτίωση της μελλοντικής επικοινωνίας σας μαζί τους

## Ορισμός ομάδων επικοινωνίας

- Μπορείτε να ορίσετε ομάδες επικοινωνίας για να αποθηκεύσετε τα πρότυπα επικοινωνίας που χρησιμοποιείτε. Οι ομάδες επικοινωνίας χρησιμοποιούνται κυρίως για την προβολή στατιστικών στοιχείων για μια ομάδα προτύπων επικοινωνίας.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Επικοινωνία, Ομάδες Επικοινωνίας.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα ομάδα επικοινωνίας.
  - Συμπληρώστε τα πεδία Κωδικός και Περιγραφή.



## Ορισμός προτύπων επικοινωνίας

- Μπορείτε να ορίσετε πρότυπα επικοινωνίας ως μοντέλα για τις επικοινωνίες που χρησιμοποιείτε συχνά. Τα πρότυπα επικοινωνίας χρησιμοποιούνται ως μοντέλα για τη δημιουργία νέων επικοινωνιών. Κατά τη δημιουργία επικοινωνιών, πρέπει πάντα να προσδιορίζετε έναν κωδικό πρότυπης επικοινωνίας.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Επικοινωνία, Πρότυπο Επικοινωνίας.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε ένα νέο πρότυπο επικοινωνίας.
  - Συμπληρώστε τα πεδία Κωδ. Ομάδας Επικοινωνίας, Περιγραφή και Ενέργεια Οδηγού.
  - Συμπληρώστε τα υπόλοιπα σχετικά πεδία της γραμμής για το νέο πρότυπο επικοινωνίας.
  - Μετά την εισαγωγή των πληροφοριών σχετικά με το πρότυπο επικοινωνίας, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα επισυναπτόμενο αρχείο (για παράδειγμα, ένα έγγραφο Microsoft Word).

Κωδικός	Κωδ. Ομ...	Περιγραφή	Ε..	Κωδ. Γλ...	Επισύναψη	Παράβλε...	T..	Κόστος Μ
▶ ΤΛΗΡΩΜΗ	CONTR	Όροι Πληρωμής			Όχι	Παράβλεψη Τύπου Ανταπόκρ. Επ		
ABSTRACT	LETTER	Περίληψη Συνάντησης	Α..		Ναι	✓	Σ..	
BUS	LETTER	Επαγγελματικό Γράμμα	Α..		Ναι	✓	Σ..	
COVERSH	SYSTEM	Εισαγωγικό Γράμμα			Όχι			
CREDIT	SYSTEM	Πίστωση			Όχι			
GOLF	LETTER	Golf event	Α..		Ναι	✓	Ε..	
INCOME	PHONE	Εισερχόμενη Τηλεφωνική Κλήση			Όχι			
INHOUSE	MEETING	Συνάντηση στην CRONUS			Όχι			
INSDOC	DOC	Εισαγωγή Εγγράφου	Ε..		Όχι			
MEMO	LETTER	Memo	Α..		Ναι	✓	Σ..	

## Εισαγωγή πληροφοριών εκστρατείας (campaign)

- Εάν χρησιμοποιείτε πάντα το ίδιο πρότυπο επικοινωνίας για τη δημιουργία των επικοινωνιών που σχετίζονται με μια εκστρατεία, μπορείτε να συνδέσετε το πρότυπο αυτό με την εκστρατεία
  - Αυτό επιτυγχάνεται με τον προσδιορισμό ενός κωδικού εκστρατείας στο πεδίο Κωδ. Εκστρατείας στο παράθυρο Πρότυπα Επικοινωνίας
  - Το πρόγραμμα αυτόματα συνδέει τις επικοινωνίες που δημιουργήσατε, με το πρότυπο επικοινωνιών, με τη συγκεκριμένη εκστρατεία
- Εάν οι επαφές που εμπλέκονται στις επικοινωνίες που δημιουργήσατε με το πρότυπο επικοινωνιών αποτελούν συχνά το στόχο μιας εκστρατείας, βάλτε ένα check mark στο πεδίο Campaign Target
- Εάν σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε το πρότυπο επικοινωνιών για την καταγραφή των επικοινωνιών στο πλαίσιο μιας εκστρατείας, βάλτε ένα check mark στο πεδίο Campaign Response

## Δημιουργία επικοινωνίας

- Στην καρτέλα επαφής, πωλητή, αγοραστή ή στο παράθυρο Κατάλογος Εκκρεμών Εργασιών, επιλέξτε Δημιουργία Εγγραφής Επικοινωνίας
  - Τα πεδία Κωδ. Πρότυπης Επικοινωνίας, Κωδ. Πωλητή, Κωδ. Επαφής, Ημερομηνία και Περιγραφή είναι υποχρεωτικά και πρέπει να συμπληρωθούν πριν κάνετε κλικ στο κουμπί Επόμενη ή Τέλος
  - Εάν το πρότυπο επικοινωνίας που επιλέξατε περιέχει επισυναπτόμενο αρχείο, όταν επιλέξετε Επόμενη στο πρώτο παράθυρο του οδηγού, η ενέργεια που θα πραγματοποιήσει το πρόγραμμα εξαρτάται από το περιεχόμενο του πεδίου Ενέργεια Οδηγού στον πίνακα Πρότυπα Επικοινωνίας
    - Το πρόγραμμα είτε θα ανοίξει το επισυναπτόμενο πεδίο είτε θα εμφανίσει ένα παράθυρο διαλόγου από όπου μπορείτε να εισαγάγετε ένα επισυναπτόμενο αρχείο
  - Μπορείτε να πραγματοποιήσετε αλλαγές στο επισυναπτόμενο αρχείο, στη συνέχεια να το κλείσετε και τέλος να αποδεχθείτε το μήνυμα επιβεβαίωσης
  - Συμπληρώστε τα υπόλοιπα σχετικά πεδία στα παράθυρα του οδηγού. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1

## Τηλεφωνικές Κλήσεις

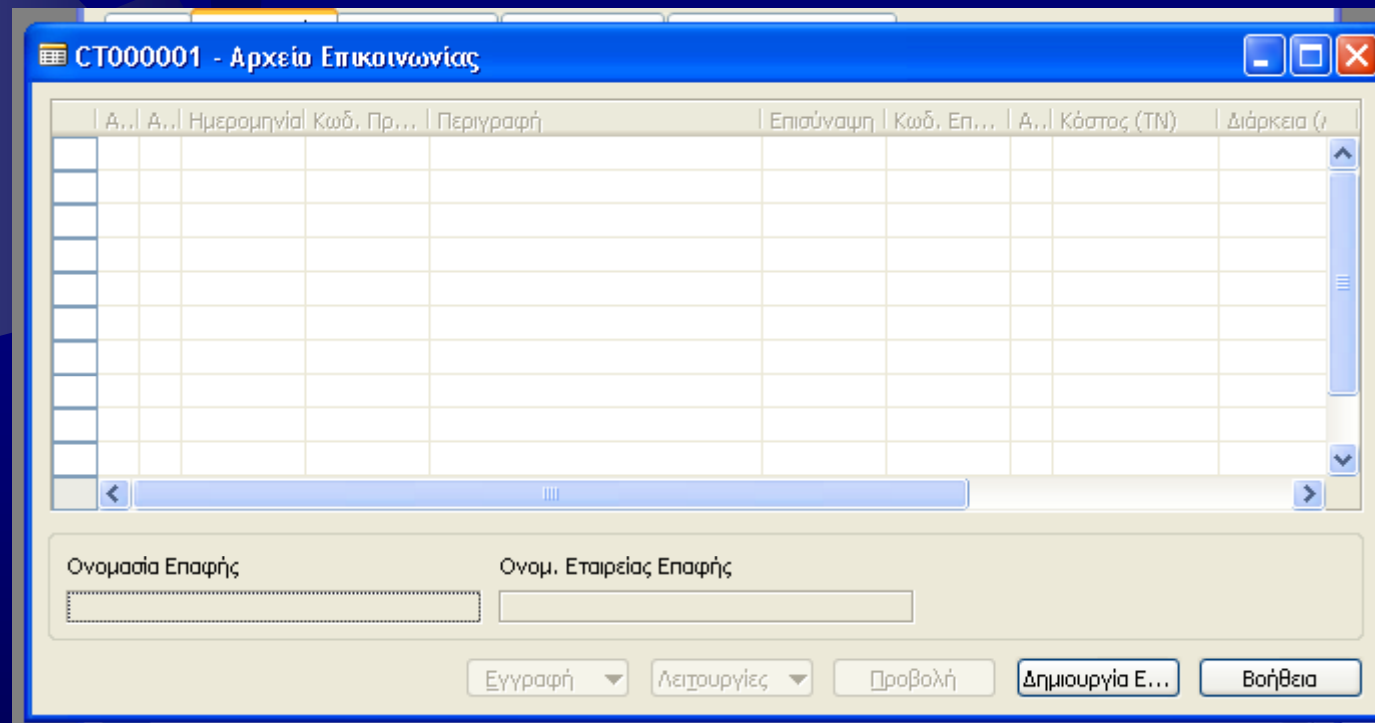
- Διαχείριση σχέσεων Πελατείας -> Επαφές
- Εντοπισμός της σχετικής καρτέλας επαφής και επιλογή του tab Επικοινωνία
- Κάντε κλικ στο εικονίδιο-τηλέφωνο που βρίσκεται δεξιά του πεδίου Αρ. Τηλεφώνου.  
Εμφανίζεται το βοηθητικό παράθυρο (wizard) Make Phone Call.

## E-MAILS

- Μπορείτε να καταγράψετε (log) ως επικοινωνίες, όλα τα e-mails που ανταλλάσσετε με μια επαφή προκειμένου εσείς και οι συνάδελφοί σας να γνωρίζετε όλη την επικοινωνία που πραγματοποιήθηκε με κάποια εξωτερική επαφή με ηλεκτρονική μορφή.
  - Αυτό επιτρέπει και στα υπόλοιπα στελέχη μιας επιχείρησης να ενημερώνονται σχετικά με την ηλεκτρονική επικοινωνία που πραγματοποιήθηκε.

# Αρχείο Επικοινωνίας

- Από το Αρχείο Επικοινωνίας (Interaction Log Entries) μπορείτε να επιλέξετε τα μηνύματα και να δείτε το περιεχόμενό τους επιλέγοντας Show.





# Αποστολή E-Mails

- Κάντε κλικ στο εικονίδιο-φάκελο που βρίσκετε δεξιά του πεδίου E-Mail στην κατηγορία Επικοινωνία της Καρτέλας Επαφής και ακολουθήστε τα βήματα που προτείνει το βοηθητικό παράθυρο (wizard) Δημιουργία αλληλογραφίας.

The screenshot shows a software window titled "CT000001 Spotsmeyer's Furnishings - Καρτέλα Επαφής". It has several tabs: "Γενικά", "Επικοινωνία", "Τμήμα Αγοράς", "Εξωτ. Εμπόριο", and "Ηλεκτρονικό Εμπόριο". The "Επικοινωνία" tab is active, showing a form with fields for "Αρ. Τηλεφώνου", "Αρ. Κινητού Τηλ.", "Αρ. Φαξ", "Αρ. Telex", "Τηλεξιοποίηση", "Αρ. Απάντησης Telex", "E-Mail" (with value "spotsmeyer's.furnishings@cronusc..."), and "Αρχική Σελίδα URL". Below the form is a table with two columns: "Ερώτηση" and "Απάντηση".

Ερώτηση	Απάντηση
▶ Έκπτωση (%) τρέχοντος έτους	Χαμηλή Χρήση
Έκπτωση (%) προηγούμενου ...	Χαμηλή Χρήση
Κέρδος (TN) τρέχοντος έτους	Στο κάτω 25 % των Πελατών
Ιδιοκτησία Εταιρείας	Συμμετοχική
Αρ. Εργαζομένων	100..499

Overlaid on the bottom right is a dialog box titled "CT000001 Spotsmeyer's Furnishings - Δημιουργία Αλληλογραφ...". It contains the following text and fields:

Ο οδηγός σας βοηθάει για να δημιουργήσετε e-mails. Τα Mails αποθηκεύονται σαν εγγραφές επικοινωνίας.

Mail στην Επαφή (Όνομα):

Ποια είναι η διεύθυνση e-mail;

Ποιο είναι το θέμα του e-mail;

Ποιος είναι ο υπεύθυνος πωλητής;

Αποστολή Mail με το Επόμενο.

Navigation buttons at the bottom: "< Προηγούμε...", "Επόμενη >", "Τέλος", and "Ακύρωση".

## Αυτόματα καταχωρημένες επικοινωνίες

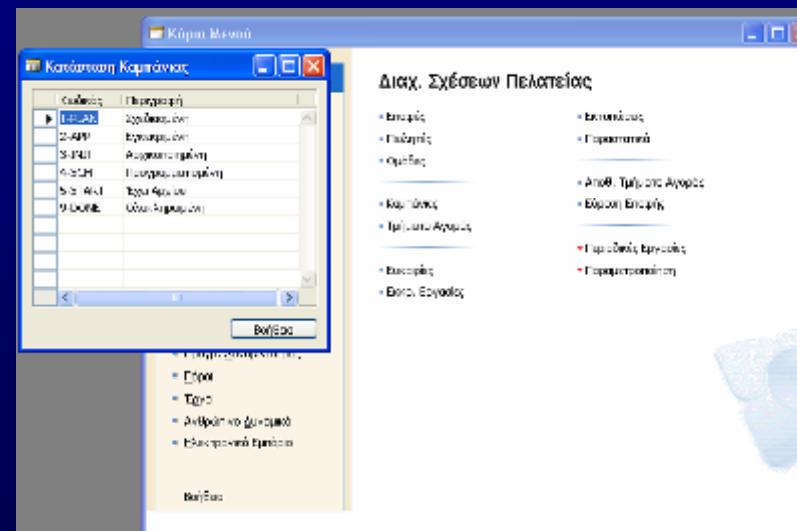
- Το πρόγραμμα καταχωρεί αυτόματα παραστατικά πωλήσεων, αγορών και Τ/Υ, αρχικές σελίδες, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τηλεφωνήματα ως επικοινωνίες εάν είχατε επιλέξει πρότυπα επικοινωνίας για αυτά τα έγγραφα και τις ενέργειες στο παράθυρο "Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας".
- Μπορείτε να ορίσετε το πρόγραμμα έτσι ώστε να καταχωρεί επικοινωνίες όταν:
  - εκτυπώνετε προσφορές πωλήσεων ή αγορών, παραγγελίες ή τιμολόγια.
  - εκτυπώνετε ανοικτές παραγγελίες πωλήσεων ή αγορών ή πιστωτικά τιμολόγια.
  - εκτυπώνετε σημειώματα υπενθύμισης για πωλήσεις, δηλώσεις ή σημειώσεις αποστολής.
  - εκτυπώνετε παραλαβές αγορών.
  - εκτυπώνετε επιστροφές πωλήσεων και παραλαβών.
  - εκτυπώνετε τιμολόγια τόκων πωλήσεων.
  - εκτυπώνετε αποστολές επιστροφών αγορών και επιβεβαιώσεις επιστροφών.
  - εκτυπώνετε συμβόλαια Τ/Υ, προσφορές συμβολαίων και προσφορές.
  - εκτυπώνετε αρχικές σελίδες.
  - δημιουργείτε εντολές Τ/Υ για πωλήσεις.
  - καταχωρείτε εντολές Τ/Υ για πωλήσεις.
  - αποστέλλετε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στις επαφές σας από την καρτέλα επαφής κάνοντας κλικ στο εικονίδιο που βρίσκεται δεξιά από το πεδίο "Ηλ. Ταχυδρομείο".
  - καλείτε τις επαφές, εάν διαθέτετε τηλεφωνική συσκευή συμβατή με TAPI καθώς και τις κατάλληλες τηλεφωνικές εγκαταστάσεις.

# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision

## Διαχείριση καμπάνιας

- Μπορείτε να δημιουργήσετε μια καμπάνια για όλες τις δραστηριότητες πωλήσεων και μάρκετινγκ που αφορούν τις επαφές σας όπως για παράδειγμα, μια καμπάνια προώθησης πωλήσεων
- Πρέπει πρώτα να ορίσετε κωδικούς κατάστασης καμπάνιας για διάφορα στάδια της καμπάνιας, για παράδειγμα, έναρξη, ολοκλήρωση, αναβολή κ.τ.λ.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Καμπάνια, Κατάσταση Καμπάνιας
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα κατάσταση καμπάνιας
  - Συμπληρώστε τα πεδία Κωδικός και Περιγραφή



## Δημιουργία καμπάνιας

- Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Καμπάνιες
- Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα καμπάνια
- Στο πεδίο Κωδικός, εισαγάγετε έναν κωδικό για την καμπάνια
- Εναλλακτικά, αν έχετε ορίσει σειρές αρίθμησης για καμπάνιες στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, μπορείτε να πατήσετε Enter έτσι ώστε το πρόγραμμα να εισαγάγει τον επόμενο διαθέσιμο αριθμό καμπάνιας
- Στο πεδίο Περιγραφή, εισαγάγετε την περιγραφή της καμπάνιας
- Συμπληρώστε τα υπόλοιπα πεδία στην καρτέλα καμπάνιας

CP1001 Αύξηση Πωλήσεων - Καρτέλα Καμπάνιας

Γενικά Τιμολόγηση

Κωδικός . . . . .	CP1001	Κωδ. Πωλητή . . . . .	NK
Περιγραφή . . . . .	Αύξηση Πωλήσεων	Τελ. Ημ/νια Μεταβολής . .	16/03/04
Κωδ. Κατάστασης . . . . .	5-START	Ενεργό . . . . .	<input type="checkbox"/>
Ημ/νια Έναρξης . . . . .	01/11/00		
Ημ/νια Λήξης . . . . .	01/04/01		

Καμπάνια    Λειτουργίες    Βοήθεια

## Δημιουργία τμημάτων αγοράς

- Μπορείτε να δημιουργήσετε τμήματα αγοράς προκειμένου να επιλέξετε μια ομάδα επαφών, για παράδειγμα, εάν επιθυμείτε να δημιουργήσετε μια επικοινωνία, όπως αλληλογραφία, που αφορά συγκεκριμένες επαφές
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Τμήματα Αγοράς
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε ένα νέο τμήμα αγοράς
  - Στο πεδίο Κωδικός, εισαγάγετε έναν κωδικό για το τμήμα αγοράς
  - Εναλλακτικά, αν έχετε ορίσει σειρές αρίθμησης για τμήματα αγοράς στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, μπορείτε να πατήσετε Enter έτσι ώστε το πρόγραμμα να εισαγάγει τον επόμενο διαθέσιμο αριθμό τμήματος αγοράς
  - Στο πεδίο Περιγραφή, εισαγάγετε την περιγραφή του τμήματος αγοράς
  - Συμπληρώστε τα υπόλοιπα πεδία στην επικεφαλίδα
  - Κάντε κλικ στην πρώτη γραμμή για να προσθέσετε μια επαφή στο τμήμα αγοράς
  - Συμπληρώστε τα πεδία στη γραμμή

SM10001 Αύξηση Πωλήσεων - Τμήμα Αγοράς

Γενικά | Επικοινωνία | Καμπάνια

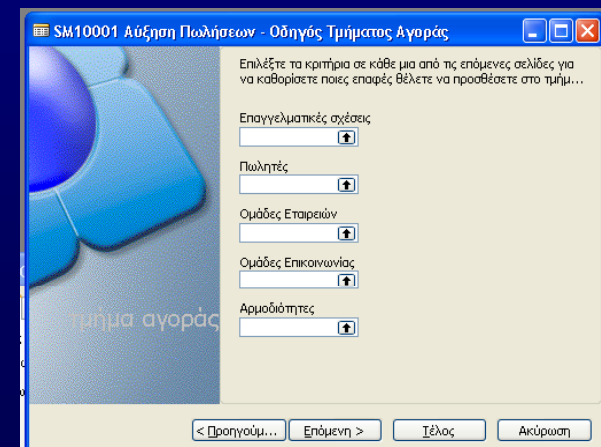
Κωδικός . . . . . SM10001      Ημερομηνία . . . . . 25/01/01  
 Περιγραφή . . . . . Αύξηση Πωλήσεων      Αρ. Γραμμών . . . . . 62  
 Κωδ. Πωλητή . . . . . NK      Πλήθος Κριτηρίων . . . . . 2

Κωδ. Επ. . . . .	T. . . . .	Όνομ. Εταιρείας Επαφής	Όνομασία Επαφής	Περιγραφή
CT100189	Σ..	A G Husgogn	Michael Klim	Αύξηση Πωλήσεων
CT000042	Σ..	Allghödrnet AS		Αύξηση Πωλήσεων
CT000011	Σ..	ALLCOPY		Αύξηση Πωλήσεων
CT000046	Σ..	Auto-GBnther KG		Αύξηση Πωλήσεων
CT000045	Σ..	Beef House		Αύξηση Πωλήσεων

Τμήμα A...    Λειτουργίες    Καταγραφή    Εκτύπωση    Βοήθεια

## Προσθήκη επαφών σε τμήματα αγοράς

- Μετά τη δημιουργία ενός τμήματος αγοράς και την εισαγωγή βασικών πληροφοριών, μπορείτε να προσθέσετε επαφές στο τμήμα αγοράς. Αυτό μπορείτε να το κάνετε συμπληρώνοντας με μη αυτόματο τρόπο τις γραμμές στο παράθυρο Τμήμα Αγοράς, αλλά η χρήση της λειτουργίας Τμήμα Αγοράς, Εισαγωγή Επαφής αποτελεί μια πιο γρήγορη και πιο εύκολη μέθοδο.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Τμήματα Αγοράς
  - Εντοπίστε το τμήμα αγοράς στο οποίο επιθυμείτε να προσθέσετε επαφές και κάντε κλικ στις επιλογές Λειτουργία, Τμήμα Αγοράς, Εισαγωγή Επαφής. Εμφανίζεται το παράθυρο Εισαγωγή Επαφής
  - Στη σελίδα Επαφή, στο πεδίο Πεδίο, επιλέξτε ένα ή περισσότερα πεδία για να ορίσετε τις πληροφορίες που θα χρησιμοποιηθούν για την επιλογή συγκεκριμένων επαφών
  - Στο πεδίο Φίλτρο, εφαρμόστε ένα φίλτρο σε αυτά τα πεδία
  - Για να εισαγάγετε ένα ή περισσότερα πρόσθετα φίλτρα, επαναλάβετε τα βήματα 3 και 4 σε κάθε μία από τις υπόλοιπες σελίδες
  
- Εναλλακτικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο Οδηγός Τμήματος Αγοράς
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Τμήματα Αγοράς
  - Εντοπίστε το τμήμα αγοράς στο οποίο επιθυμείτε να προσθέσετε επαφές ή από το οποίο επιθυμείτε να αφαιρέσετε επαφές και κάντε κλικ στις επιλογές Λειτουργίες, Τμήμα Αγοράς, Οδηγός





## Δημιουργία επικοινωνιών για τμήματα αγοράς

- Μπορείτε να δημιουργήσετε επικοινωνίες για την καταγραφή όλων των ειδών επικοινωνίας που πραγματοποιείτε με τα τμήματα αγοράς σας, για παράδειγμα, αλληλογραφία
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Τμήματα Αγοράς
  - Εντοπίστε το τμήμα αγοράς για το οποίο επιθυμείτε να δημιουργήσετε επικοινωνία
  - Στο παράθυρο Τμήμα Αγοράς, στη σελίδα Επικοινωνία, συμπληρώστε τα πεδία για να προσδιορίσετε την επικοινωνία που επιθυμείτε να αντιστοιχίσετε στο τμήμα αγοράς
  - Μετά την αντιστοίχιση επικοινωνίας στο τμήμα αγοράς, μπορείτε να προσαρμόσετε την επικοινωνία για κάθε επαφή του τμήματος αγοράς ξεχωριστά, για παράδειγμα, επιλέγοντας διαφορετικό πρότυπο επικοινωνίας ή τροποποιώντας το επισυναπτόμενο αρχείο στις γραμμές του παραθύρου Τμήμα Αγοράς
  - Επιλέξτε Καταγραφή
  - Στη σελίδα Επιλογές, ενεργοποιήστε το πεδίο Αποστολή Επισυνάψεων εάν επιθυμείτε την αποστολή (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή φαξ) ή την εκτύπωση του επισυναπτόμενου αρχείου
  - Κάντε κλικ στο πεδίο Δημιουργία Παρακολούθησης Τμήματος Αγοράς, εάν επιθυμείτε τη δημιουργία ενός νέου τμήματος αγοράς με τις ίδιες επαφές
    - Για να δημιουργηθεί αντίγραφο του τμήματος αγοράς θα πρέπει να έχετε προσδιορίσει αρίθμηση σειράς για τα τμήματα αγοράς στο παράθυρο Παραμετροποίηση Διαχ. Σχέσεων Πελατείας



## Εκτύπωση ετικετών τμημάτων αγοράς

- Μετά την επιλογή των επαφών για το τμήμα αγοράς, μπορείτε να εκτυπώσετε ετικέτες αλληλογραφίας με τα ονόματα και τις διευθύνσεις των επαφών. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτές τις ετικέτες για την αποστολή, για παράδειγμα, επιστολών στα πλαίσια μιας εκστρατείας πωλήσεων ή μάρκετινγκ.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Τμήματα Αγοράς
  - Εντοπίστε το τμήμα αγοράς για το οποίο επιθυμείτε να εκτυπώσετε ετικέτες και κάντε κλικ στις επιλογές Εκτύπωση, Εκτύπωση Ετικετών
  - Στη σελίδα Επιλογές, επιλέξτε την επιθυμητή μορφή των ετικετών που θα εκτυπωθούν
  - Επιλέξτε Προεπισκόπηση για να προβάλλετε το αποτέλεσμα ή Εκτύπωση για να εκτυπώσετε τις ετικέτες

# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision

## Δημιουργία Ομάδων

- Μπορείτε να δημιουργήσετε μια ομάδα για εκείνους τους εργαζόμενους της εταιρείας σας που συνεργάζονται μεταξύ τους για την επίτευξη κοινών στόχων. Στην ομάδα μπορούν να συμπεριληφθούν μόνο εργαζόμενοι που έχουν καταχωρηθεί στο πρόγραμμα ως πωλητές/αγοραστές στον πίνακα Πωλητής/Αγοραστής.
- Μπορείτε να δημιουργήσετε ομάδες εργαζομένων για να αντιστοιχίσετε σε αυτές εκκρεμείς εργασίες ή δραστηριότητες.
- Για να δημιουργήσετε ομάδες:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Ομάδες.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα ομάδα.
  - Στο πεδίο Κωδικός, εισαγάγετε έναν κωδικό για το τμήμα αγοράς.
  - Στο πεδίο Περιγραφή, εισαγάγετε την περιγραφή της ομάδας.
  - Για να επιλέξετε τους πωλητές/αγοραστές της ομάδας, κάντε κλικ στις επιλογές Ομάδα, Πωλητές. Εμφανίζεται το παράθυρο Κατάλογος Πωλητών Ομάδας.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε ένα νέο πωλητή στην ομάδα.
  - Στο πεδίο Κωδ. Πωλητή/Αγοραστή, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί για να εμφανιστεί ένας κατάλογος πωλητών/αγοραστών στον πίνακα Πωλητές/Αγοραστές. Επιλέξτε τον πωλητή που επιθυμείτε και κάντε κλικ στο κουμπί OK.

# Ορισμός δραστηριοτήτων

- Μπορείτε να ορίσετε δραστηριότητες ώστε να διαμερίσετε σε αρκετά βήματα την αντιστοίχιση μιας εργασίας σε έναν πωλητή η οποία είναι πολύπλοκη. Οι εκκρεμείς εργασίες που απαρτίζουν την δραστηριότητα συνδέονται μεταξύ τους με έναν τύπο υπολογισμού ημερομηνίας.
- Για να ορίσετε δραστηριότητες:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Εκκρεμείς εργασίες, Δραστηριότητες.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα δραστηριότητα.
  - Στην κεφαλίδα, συμπληρώστε τα πεδία Κωδικός και Περιγραφή.
  - Κάντε κλικ στην πρώτη κενή γραμμή για να εισαγάγετε την πρώτη εκκρεμή εργασία μέσα στη δραστηριότητα.
  - Στο πεδίο Τύπος, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί και επιλέξτε μία από τις τρεις επιλογές: "Κενό", "Συνάντηση" και "Τηλεφώνημα".
  - Συμπληρώστε το πεδίο Προτεραιότητα και Τύπος Ημερομηνίας για τη συγκεκριμένη γραμμή. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.

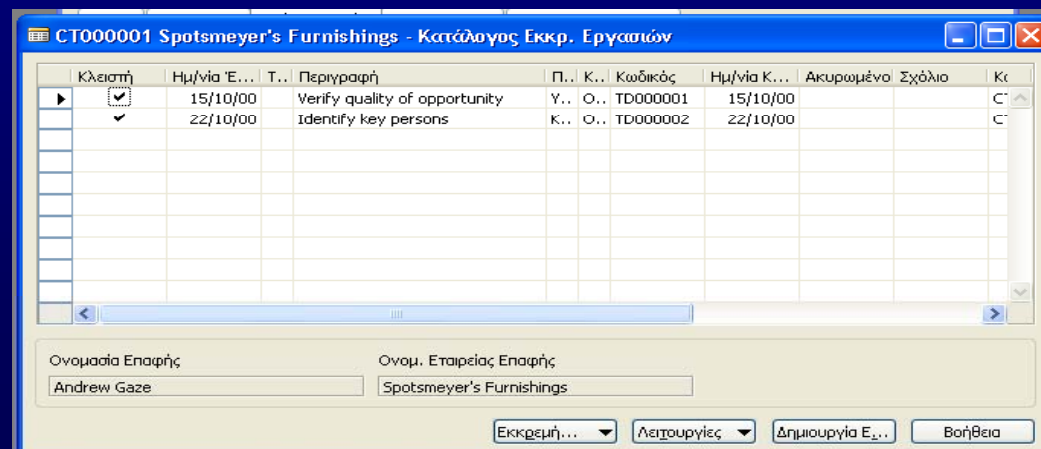
**Σημείωση:** Κατά την αντιστοίχιση μιας δραστηριότητας σε έναν πωλητή, το πρόγραμμα αντιστοιχίζει ταυτόχρονα όλες τις εκκρεμείς εργασίες εντός της δραστηριότητας και χρησιμοποιεί την τρέχουσα ημερομηνία του προγράμματος για να υπολογίσει την ημερομηνία εκτέλεσης των εκκρεμών εργασιών.

T.. Περιγραφή	Π.. Τύπος Ημ/νίας	
Write key persons to presentation	Y..	
Check dates for showroom availab...	K..	+1W
T.. Call customer to confirm date	Y..	+1W
Book showroom ect.	K..	+1W
Tailor presentation to customer	Y..	+2W

At the bottom of the window, there are buttons for 'Δραστηρι...' and 'Βοήθεια'.

## Δημιουργία εκκρεμών εργασιών

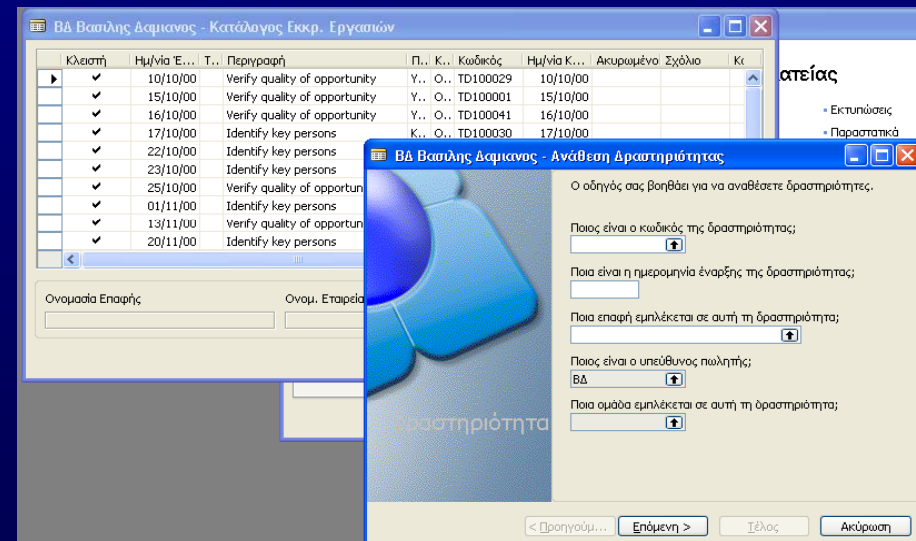
- Μπορείτε να δημιουργήσετε εκκρεμείς εργασίες για όλες τις εργασίες που αφορούν επαφές που επιθυμείτε να αντιστοιχίσετε σε πωλητές/αγοραστές. Μπορείτε να αντιστοιχίσετε εκκρεμείς εργασίες μόνο σε εργαζομένους που έχουν καταχωρηθεί στο πρόγραμμα ως πωλητές/αγοραστές.
- Μπορείτε να δημιουργήσετε εκκρεμείς εργασίες μέσα από το παράθυρο Κατάλογος Εκκρεμών Εργασιών. Ανάλογα με το παράθυρο από το οποίο ανοίγετε τον Κατάλογο Εκκρεμών Εργασιών, σε αυτόν θα εμφανίζονται εκκρεμείς εργασίες για επαφές, πωλητές, καμπάνιες ή ομάδες.
- Για να δημιουργήσετε εκκρεμείς εργασίες:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Επαφές.
  - Στην καρτέλα επαφής, επιλέξτε την επαφή που αφορά την εκκρεμή εργασία, και στη συνέχεια επιλέξτε Επαφή, Εκκρεμείς Εργασίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Εκκρ. Εργασιών, επιλέξτε Δημιουργία Εκκρ. Εργασίας. Εμφανίζεται ο οδηγός Δημιουργία Εκκρ. Εργασίας.
  - ...



- Συμπληρώστε όλα τα πεδία στο πρώτο παράθυρο του οδηγού και στη συνέχεια κάντε κλικ στο κουμπί Επόμενη.
- Το πεδίο Περιγραφή είναι υποχρεωτικό και πρέπει να συμπληρωθεί πριν κάνετε κλικ στο κουμπί Επόμενη. Το κείμενο σε αυτό το πεδίο θα χρησιμοποιηθεί ως θέμα στην πρόσκληση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Για εκκρεμείς εργασίες τύπου Συνάντηση, πρέπει επίσης να συμπληρώσετε το πεδία Ώρα Έναρξης και Διάρκεια σε περίπτωση που η εκκρεμής εργασία δεν διαρκεί όλη την ημέρα.
- Εάν η εκκρεμής εργασία είναι μια συνάντηση, στο δεύτερο παράθυρο του οδηγού, επιλέξτε το πρότυπο μιας πρόσκλησης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τον κωδικό της γλώσσας. Στο πεδίο Επισύναψη μπορείτε να δείτε εάν η πρόσκληση για τη συγκεκριμένη εκκρεμή εργασία διαθέτει επισυναπτόμενο αρχείο. Για να προβάλλετε και να επεξεργαστείτε το επισυναπτόμενο αρχείο, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί στο πεδίο. Τα επισυναπτόμενα αρχεία είναι διαθέσιμα μόνο για τους συμμετέχοντες τύπου Επαφή .
- Στις γραμμές Προγραμματισμός για Συμμετέχοντες, συμπληρώστε τα πεδία για κάθε συμμετέχοντα.
- Οι πληροφορίες σχετικά με την οργάνωση των εκκρεμών εργασιών δεν είναι δυνατόν να τροποποιηθούν ή να διαγραφούν. Η επιλογή Προβολή Ημερολογίου είναι διαθέσιμη μόνο για συμμετέχοντες τύπου Πωλητής. Η επιλογή Αποστολή Πρόσκλησης είναι διαθέσιμη μόνο για επαφές και πωλητές που διαθέτουν διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Εάν η εκκρεμής εργασία είναι τύπου "Κενό" ή Τηλεφώνημα , στο δεύτερο παράθυρο του οδηγού, πρέπει να συμπληρώσετε το πεδίο Κωδ. Πωλητή ή το πεδίο Κωδ. Ομάδας πριν κάνετε κλικ στα κουμπιά Επόμενη ή Τέλος.
- Συμπληρώστε τα υπόλοιπα σχετικά πεδία στα επόμενα παράθυρα του οδηγού. Εάν η εκκρεμής εργασία είναι επαναλαμβανόμενη, συμπληρώστε τα πεδία στο τελευταίο παράθυρο του οδηγού.

# Αντιστοίχιση δραστηριοτήτων

- Μπορείτε να αντιστοιχίσετε μεγάλες δραστηριότητες, οι οποίες αποτελούνται από αρκετές εκκρεμείς εργασίες, σε πωλητές/αγοραστές. Μπορείτε να αντιστοιχίσετε δραστηριότητες μόνο στους εργαζόμενους που έχουν καταχωρηθεί ως πωλητές/αγοραστές στο πρόγραμμα.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Εντοπίστε τον πωλητή στον οποίο επιθυμείτε να αντιστοιχίσετε τη δραστηριότητα και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής, Εκκρεμείς Εργασίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Εκκρ. Εργασιών, επιλέξτε Λειτουργίες, Σύνδεση Δραστηριοτήτων. Εμφανίζεται ο οδηγός Ανάθεση Δραστηριότητας.
  - Συμπληρώστε τα πεδία στον οδηγό και στη συνέχεια επιλέξτε Τέλος. Για βοήθεια σχετικά με ένα συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.
  - Τα πεδία Κωδ. Δραστηριότητας, Ημερομηνία, Κωδ. Επαφής, Κωδ. Πωλητή (ή Κωδ. Ομάδας) είναι υποχρεωτικά και πρέπει να τα συμπληρώσετε πριν κάνετε κλικ στο κουμπί Τέλος





# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision



## Ευκαιρίες πωλήσεων

- Μπορείτε να δημιουργήσετε ευκαιρίες για τις ευκαιρίες πώλησης που έχετε αντιστοιχίσει στις επαφές σας. Όλες οι ευκαιρίες πρέπει να αντιστοιχιστούν σε έναν πωλητή/αγοραστή και πρέπει να αφορούν μια επαφή.
- Πριν δημιουργήσετε ευκαιρίες πρέπει να ορίσετε κύκλους διαχείρισης ευκαιριών πωλήσεων .

## Κύκλοι διαχείρισης ευκαιριών πωλήσεων

- Για να ορίσετε κύκλους διαχείρισης ευκαιριών πωλήσεων:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Ευκαιρία, Κύκλος Πωλήσεων.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε έναν νέο κύκλο διαχείρισης ευκαιριών πωλήσεων.
  - Συμπληρώστε τα πεδία Κωδικός, Περιγραφή και Υπολογισμός Πιθανότητας. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.

Κωδικός	Περιγραφή	Υπολογισμός Πιθα...	Α.	Σ.
EX-LARGE	Ήδη Πελάτης - Μεγάλος Λογ.	Πολλαπλασιασμός		
EX-SMALL	Ήδη Πελάτης - Μικρός Λογ.	Πρόσθεση		
FIRSTLA...	Πρώτη Φορά - Μεγάλος Λογ.	Πολλαπλασιασμός		
FIRSTSM...	Πρώτη Φορά - Μικρός Λογ.	Πρόσθεση		

# Ορισμός καταστάσεων κύκλου πωλήσεων

- Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παράθυρο Καταστάσεις Κύκλου Πωλήσεων για να ορίσετε τις διάφορες καταστάσεις εντός κάθε κύκλου ευκαιριών πωλήσεων.
- Για να ορίσετε καταστάσεις κύκλου πωλήσεων:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Ευκαιρία, Κύκλος Πωλήσεων.
  - Εντοπίστε τον κύκλο διαχείρισης ευκαιριών πωλήσεων για τον οποίο επιθυμείτε να ορίσετε καταστάσεις και κάντε κλικ στις επιλογές Κύκλος Πωλήσεων, Καταστάσεις. Εμφανίζεται το παράθυρο Καταστάσεις Κύκλου Πωλήσεων.
  - Πατήστε F3 για να εισαγάγετε μια νέα κατάσταση στον κύκλο πωλήσεων.
  - Συμπληρώστε τα πεδία στη γραμμή. Για βοήθεια σχετικά με ένα συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.

**Κύκλος Πωλήσεων**

Κωδικός	Περιγραφή	Υπολογισμός Πιθα...	A..	Σ..
EX-LARGE	Ήδη Πελάτης - Μεγάλος Λογ.	Πολλαπλασιασμός		
EX-SMALL	Ήδη Πελάτης - Μικρός Λογ.	Πρόσθεση		
FIRSTLA...	Πρώτη Φορά - Μεγάλος Λογ.	Πολλαπλασιασμός		
FIRSTSM...	Πρώτη Φορά - Μικρός Λογ.	Πρόσθεση		

Κύκλος Π...    Βοήθεια

**EX-LARGE Ήδη Πελάτης - Μεγάλος Λογ. - Καταστάσεις Κύκλου Πωλήσεων**

Στάδιο	Περιγραφή	Ολοκλη...	Κωδ. Δρ...	Υποχρεω...	Επιτρεπ...	Τύπος Ημ...	Σ..
1	Initial		2 INIT		✓		
2	Understanding needs meeting		35 NEEDS		✓		
3	Product Presentation/Workshop		70 P-WORK	✓	✓		
4	Proposal		85 PROPOSAL	✓			
5	Sign Contract		95 SIGN	✓			

Κατάστα...    Βοήθεια

# Δημιουργία ευκαιριών

- Μπορείτε να δημιουργήσετε ευκαιρίες μέσα από το παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών. Ανάλογα με το παράθυρο από το οποίο μεταβαίνετε στον Κατάλογο Ευκαιριών, σε αυτόν θα εμφανίζονται ευκαιρίες για επαφές, καμπάνιες ή πωλητές. Η ακόλουθη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο δημιουργίας ευκαιριών από την καρτέλα πωλητή/αγοραστή.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Εντοπίστε τον πωλητή που χειρίζεται την ευκαιρία και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής/Αγοραστής, Ευκαιρίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, επιλέξτε Δημιουργία Ευκαιρίας. Εμφανίζεται ο οδηγός Δημιουργία Ευκαιρίας.
  - Εναλλακτικά, μπορείτε να πατήσετε F3 για να δημιουργήσετε μια ευκαιρία.
  - Συμπληρώστε όλα τα πεδία στο πρώτο παράθυρο του οδηγού και στη συνέχεια κάντε κλικ στο κουμπί Επόμενη.
  - Συμπληρώστε όλα τα πεδία στο δεύτερο παράθυρο του οδηγού και στη συνέχεια κάντε κλικ στο κουμπί Επόμενη.
  - Τα πεδία Περιγραφή, Προτεραιότητα, Ημερομηνία, Κωδ. Πωλητή και Κωδικός Κύκλου Πωλήσεων είναι υποχρεωτικά και πρέπει να τα συμπληρώσετε πριν κάνετε κλικ στο κουμπί Επόμενη ή Τέλος.
  - Συμπληρώστε τα υπόλοιπα σχετικά πεδία στα παράθυρα του οδηγού. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.
  - Όταν ολοκληρώσετε την εισαγωγή των απαραίτητων πληροφοριών, επιλέξτε Τέλος.
  - Όταν δημιουργήσετε μια ευκαιρία, μπορείτε να ενεργοποιήσετε την πρώτη κατάσταση του κύκλου πωλήσεων καθώς και να ενημερώσετε την ευκαιρία.

The screenshot displays two windows from the 'BΔ Βασίλης Δαμιανός' system. The left window, 'Κατάλογος Ευκαιριών', shows a table of opportunities with columns for code, date, description, and status. The right window, 'Δημιουργία Ευκαιρίας', is a wizard for creating a new opportunity, with fields for description, date, priority, and contact information.

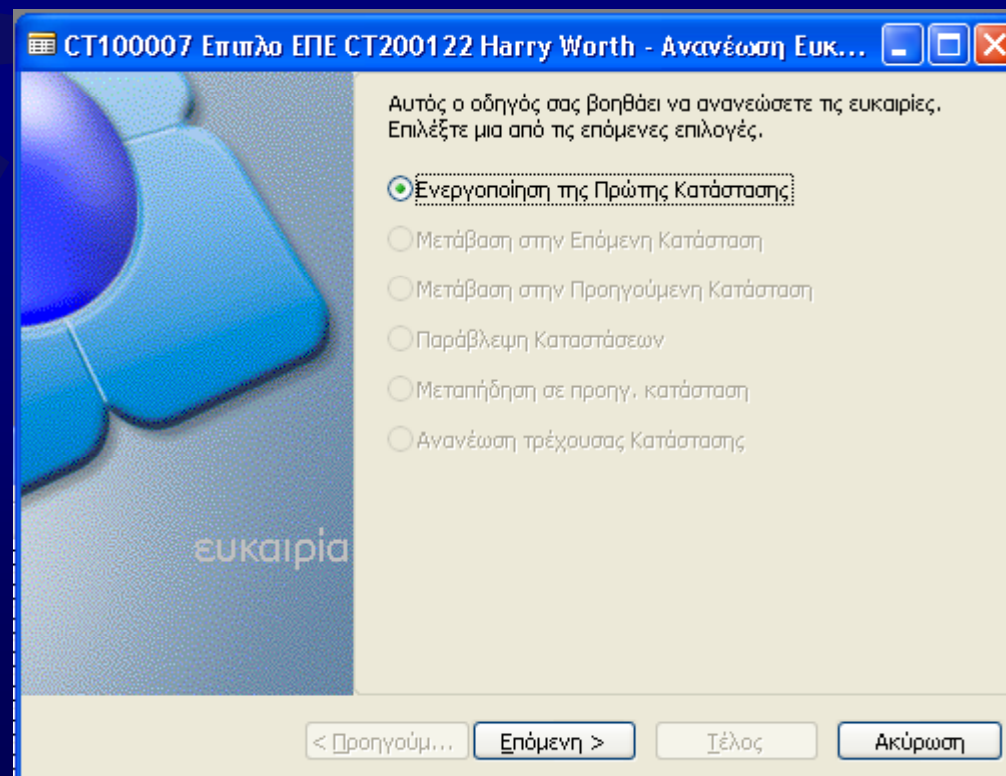
Κωδικός	Κ...	Ημ/νία Δ...	Περιγραφή	Κωδ. Επ...	Κωδ. Πω...	Κ...	Τρέχουσ...	Κωδ. Κα...	Περιγ...
OP100001		04/11/00	New tables	CT200116	ΒΔ	Σ..	1	CP1002	Εκδήςλ
OP100002		04/12/00	New tables	CT200097	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100003		04/12/00	New tables	CT200094	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100004		04/12/00	New tables	CT200091	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100005		04/12/00	New tables	CT100002	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100006		04/12/00	New tables	CT200107	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100007		04/12/00	New tables	CT200112	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100008		04/12/00	New tables	CT200127	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100009		04/12/00	New tables	CT200002	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ
OP100010		04/12/00	New tables	CT200122	ΒΔ	Π..		CP1002	Εκδήςλ

The 'Δημιουργία Ευκαιρίας' wizard includes the following fields and options:

- Περιγραφή ευκαιρίας: [Text input field]
- Ποια είναι η ημερομηνία της ευκαιρίας: 28/02/01
- Ποια είναι η προτεραιότητα της ευκαιρίας: Κανονική
- Ονομασία Επαφής: Bernard Wilkes
- Όνομ. Εταιρείας Επαφής: Νομικοί Συμβούλοι
- Buttons: Ευκαιρία, Λειτουργίες, Δημιουργία Ε..., Βοήθεια
- Wizard navigation: < Προηγούμε..., Επόμενη >, Τέλος, Ακύρωση

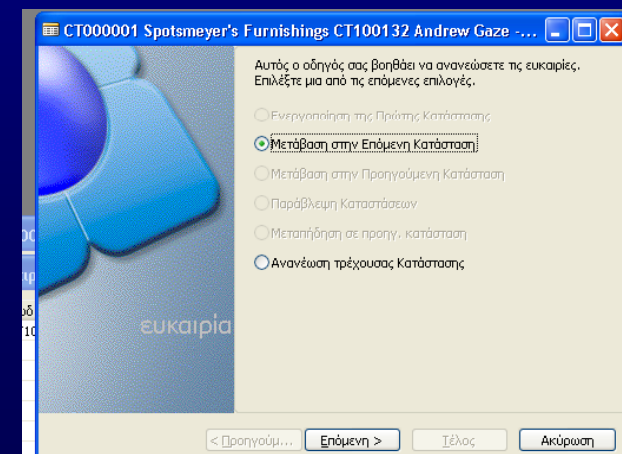
## Ενεργοποίηση Ευκαιριών

- Μια ευκαιρία παραμένει ανενεργή έως ότου την ενεργοποιήσετε. Αυτό το επιτυγχάνετε με το βοηθητικό παράθυρο (wizard) Ανανέωση Ευκαιριών. Ακολουθήστε αυτή τη διαδικασία:
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, επιλέξτε την ευκαιρία που θέλετε να ενεργοποιήσετε και κάντε κλικ στις Λειτουργίες, Ανανέωση. Εμφανίζεται το βοηθητικό παράθυρο (wizard) Ανανέωση Ευκαιριών



## Ενημέρωση ευκαιριών

- Μπορείτε να ενημερώσετε ευκαιρίες, για παράδειγμα, προκειμένου να τροποποιήσετε την εκτίμηση των πιθανοτήτων επιτυχίας και των προϋπολογισθεισών αξιών.
- Η ακόλουθη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο ενημέρωσης ευκαιριών από την καρτέλα πωλητή/αγοραστή.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Εντοπίστε τον πωλητή που χειρίζεται την ευκαιρία και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής/Αγοραστής, Ευκαιρίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, επιλέξτε Λειτουργίες, Ενημέρωση. Εμφανίζεται ο οδηγός Ενημέρωση Ευκαιρίας.
  - Στο πρώτο παράθυρο του οδηγού, επιλέξτε Ενημέρωση Τρέχουσας Κατάστασης και κάντε κλικ στο κουμπί Επόμενη.
  - Συμπληρώστε τα πεδία στα υπόλοιπα παράθυρα του οδηγού για να προσδιορίσετε νέες πληροφορίες σχετικά με την ευκαιρία, για παράδειγμα, για να υπολογίσετε εκ νέου την προϋπολογισθείσα αξία της ευκαιρίας. Για βοήθεια σχετικά με ένα συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.
  - Τα πεδία Ημερομηνία, Προϋπολογισθείσα Αξία (TN), Πιθανότητες Επιτυχίας (%) και Προϋπολογισθείσα Ημ/νια Κλεισίματος είναι υποχρεωτικά και πρέπει να τα συμπληρώσετε πριν επιλέξετε Επόμενη ή Τέλος.





## Δημιουργία προσφορών για ευκαιρίες

- Κατά τον χειρισμό των ευκαιριών πωλήσεων, ίσως χρειαστεί να δημιουργήσετε μια προσφορά για την επαφή στην οποία συνδέεται η ευκαιρία.
- Μπορείτε να δημιουργήσετε προσφορές πωλήσεων για επαφές που δεν έχουν καταχωρηθεί ως πελάτες στην περιοχή εφαρμογής Πωλήσεις & Εισπράξεις.
- Μπορείτε να δημιουργήσετε προσφορές μέσα από το παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών. Ανάλογα με το παράθυρο από το οποίο μεταβαίνετε στον Κατάλογο Ευκαιριών, σε αυτόν θα εμφανίζονται ευκαιρίες για επαφές, καμπάνιες ή πωλητές. Η ακόλουθη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο δημιουργίας προσφορών από την καρτέλα πωλητή/αγοραστή.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Στην καρτέλα πωλητή/αγοραστή, επιλέξτε τον πωλητή/αγοραστή που χειρίζεται την ευκαιρία και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής, Ευκαιρίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, επιλέξτε Λειτουργίες, Σύνδεση Προσφοράς Πώλησης.
  - Συμπληρώστε τα πεδία του παραθύρου Προσφορά Πώλησης. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.

1002 Νομικοί Συμβούλοι - Προσφορά Πώλησης

Γενικά | Τιμολόγηση | Αποστολή | Εξωτ. Εμπόριο | E-Commerce

Κωδικός . . . . . 1002    Ημ/νία Παραγγελίας . . . 10/11/01  
 Πώληση σε Πελάτη (Κ...    Ημ/νία Παραστατικού . . . 28/02/01  
 Πώληση σε Επαφή (Κα... CT200116    Επιθυμητή Ημ/νία Παρ...   
 Πώληση σε Πελάτη (Π...    Κωδ. Πωλητή . . . . . ΒΔ     
 Πώληση σε Πελάτη (Ο... Νομικοί Συμβούλοι Κωδ. Καμπάνιας . . . . . CP1002     
 Πώληση σε Διεύθυνση . . . Κικλάδων 35 Κέντρο Ευθύνης . . . . .     
 Πώληση σε Διεύθ. 2 . . .  Κατάσταση . . . . . Αναγκαστή   
 Πώληση σε ΤΚ/Πόλη . . . 13121   ΑΘΗΝΑ     
 Πώληση σε Επαφή . . . Bernard Wilkes  
 Αρ. Αρχαιοθετημένων ...  0

T...	Κωδικός	Περιγραφή	Κωδ. Απο...	Ποσότητα	Κωδ. Μο...	Τμή Μον...	Ποσό Γραμμ...
➡							

Προσφορά | Γραμμή | Λειτουργίες | Δημιουργία... | Εκτύπωση... | Βοήθεια

## Δημιουργία παραγγελιών για ευκαιρίες

- Μπορείτε να δημιουργήσετε παραγγελίες πωλήσεων από τις προσφορές πωλήσεων που δημιουργήσατε για τις ευκαιρίες σας.
- Πριν αποκτήσετε τη δυνατότητα να δημιουργήσετε παραγγελίες πωλήσεων για τις επαφές σας, πρέπει να δημιουργήσετε την επαφή ως πελάτη στην περιοχή εφαρμογής Πωλήσεις & Εισπράξεις.
- Μπορείτε να δημιουργήσετε παραγγελίες μέσα από το παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών. Ανάλογα με το παράθυρο από το οποίο μεταβαίνετε στον Κατάλογο Ευκαιριών, σε αυτόν θα εμφανίζονται ευκαιρίες για επαφές, καμπάνιες ή πωλητές. Η ακόλουθη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο δημιουργίας παραγγελιών από την καρτέλα πωλητή/αγοραστή.
- Για να δημιουργήσετε παραγγελίες για ευκαιρίες:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Στην καρτέλα πωλητή/αγοραστή, επιλέξτε τον πωλητή/αγοραστή που χειρίζεται την ευκαιρία και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής/Αγοραστής, Ευκαιρίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, εντοπίστε την ευκαιρία για την οποία δημιουργήσατε προσφορά πώλησης και κάντε κλικ στις επιλογές Λειτουργίες, Σύνδεση Προσφοράς Πώλησης. Εμφανίζεται το παράθυρο "Σύνδεση Προσφοράς Πώλησης", το οποίο περιέχει την προσφορά πώλησης που αντιστοιχίσατε στην ευκαιρία.
  - Εισαγάγετε πρόσθετες πληροφορίες στο παράθυρο Προσφορά Πώλησης και κάντε κλικ στην επιλογή Δημιουργία Παραγγελίας.



## Κλείσιμο Ευκαιριών

- Όταν οι διαπραγματεύσεις ολοκληρωθούν, μπορείτε να κλείσετε τις ευκαιρίες. Κατά το κλείσιμο μιας ευκαιρίας, μπορείτε να προσδιορίσετε τις αιτίες για το κλείσιμο της. Αρχικά, πρέπει να ορίσετε κωδικούς κλειστών ευκαιριών.
- Μπορείτε να κλείσετε ευκαιρίες μέσα από το παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών. Ανάλογα με το παράθυρο από το οποίο μεταβαίνετε στον Κατάλογο Ευκαιριών, σε αυτόν θα εμφανίζονται ευκαιρίες για επαφές, καμπάνιες ή πωλητές. Η ακόλουθη διαδικασία περιγράφει τον τρόπο κλεισίματος ευκαιριών από την καρτέλα πωλητή/αγοραστή.
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Πωλητές.
  - Στην καρτέλα πωλητή/αγοραστή, επιλέξτε τον πωλητή/αγοραστή που χειρίζεται την ευκαιρία και κάντε κλικ στις επιλογές Πωλητής/Αγοραστής, Ευκαιρίες.
  - Στο παράθυρο Κατάλογος Ευκαιριών, επιλέξτε Λειτουργίες, Κλείσιμο. Εμφανίζεται ο οδηγός Κλείσιμο Ευκαιρίας.
  - Στο πρώτο παράθυρο του οδηγού, επιλέξτε τη σχετική επιλογή για να προσδιορίσετε εάν η ευκαιρία είχε ευτυχή κατάληξη και στη συνέχεια κάντε κλικ στο κουμπί Επόμενη.
  - Συμπληρώστε τα σχετικά πεδία στα υπόλοιπα παράθυρα του οδηγού. Για βοήθεια σχετικά με ένα συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1.
  - Τα πεδία Κωδ. Κλειστών Ευκαιριών και Ημ/νία Κλεισίματος είναι υποχρεωτικά και πρέπει να συμπληρωθούν πριν επιλέξετε Επόμενη ή Τέλος.

# Περιεχόμενα

- Διαχείριση σχέσεων πελατείας
- Παραμετροποίηση διαχείρισης σχέσεων πελατείας στο MBS Navision
- Διαχείριση επαφών στο MBS Navision
- Διαχείριση επικοινωνιών στο MBS Navision
- Διαχείριση καμπάνιας στο MBS Navision
- Διαχείριση ενεργειών στο MBS Navision
- Διαχείριση ευκαιριών πωλήσεων στο MBS Navision
- Προφίλ και ταξινόμηση επαφών στο MBS Navision

## Δημιουργία αξιολόγησης επαφών

- Μπορείτε να δημιουργήσετε αξιολογήσεις για τις επαφές σας οι οποίες θα εμφανιστούν στην Καρτέλα Επαφής. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις υπάρχουσες ερωτήσεις και απαντήσεις και να τις συνδυάσετε με περισσότερες ερωτήσεις και απαντήσεις προκειμένου να δημιουργήσετε τη βάση της αξιολόγησης. Κάθε απάντηση εντός της αξιολόγησης αντιστοιχεί σε ορισμένους βαθμούς. Ανάλογα με το εύρος που θα ορίσετε για τις κατηγορίες (Από Τιμή και Έως Τιμή), το σύστημα αξιολόγησης ομαδοποιεί τις επαφές σας στις κατηγορίες που έχετε ορίσει, για παράδειγμα Υψηλή, Χαμηλή ή Α, Β και Γ.

## (συνέχεια)

- Υπάρχουν δύο μέθοδοι αξιολόγησης των επαφών: Μπορείτε είτε να χρησιμοποιήσετε τον οδηγό (επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Προφίλ, Παραμετροποίηση Ερωτηματολογίου, κάντε κλικ στο κουμπί Λειτουργίες και επιλέξτε Δημιουργία Αξιολόγησης) είτε να χρησιμοποιήσετε την ακόλουθη διαδικασία για να ορίσετε την αξιολόγηση με μη αυτόματο τρόπο:
  - Επιλέξτε Διαχ. Σχέσεων Πελατείας, Παραμετροποίηση, Προφίλ, Παραμετροποίηση Ερωτηματολογίου.
  - Κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί στο πεδίο Κωδ. Ερωτηματολογίου Προφίλ για να εμφανιστεί ο κατάλογος των ερωτηματολογίων προφίλ.
  - Επιλέξτε ένα υπάρχον ερωτηματολόγιο ή εισαγάγετε ένα νέο συμπληρώνοντας τα σχετικά πεδία στο παράθυρο.
  - Στο παράθυρο Παραμετροποίηση Ερωτημ. Προφίλ, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί στο πεδίο Τύπος, επιλέξτε Ερώτηση και πληκτρολογήστε την ερώτηση στο πεδίο Περιγραφή.
  - Στην επόμενη κενή γραμμή, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί στο πεδίο Τύπος, επιλέξτε Απάντηση και πληκτρολογήστε την απάντηση στο πεδίο Περιγραφή.
  - Στο πεδίο Προτεραιότητα, κάντε κλικ στο βοηθητικό κουμπί για να επιλέξετε προτεραιότητα.
  - Εισαγάγετε τιμές στα πεδία Από Τιμή και Έως Τιμή. Οι επαφές που λαμβάνουν βαθμούς εντός του καθορισμένου εύρους θα λάβουν την απάντηση. Για βοήθεια σχετικά με συγκεκριμένο πεδίο, κάντε κλικ στο πεδίο και πατήστε F1

The screenshot shows a window titled "Profile Questionnaire Setup" with a table of questionnaires. The table has columns for Description, Multiple..., Priority, Auto Co..., From Value, To Value, and No. of C... (likely Customers). The table contains several rows for different questionnaires, including "Profit (LCY) last year" and "Discount (%) Last Year".

T...	Description	Multiple ...	Priority	Auto Co...	From Value	To Value	No. of C...
Q...	<b>Profit (LCY) last year</b>			✓			
A..	Top 25 % of Customers		Very Low (Hidden)				25 17
A..	Middle 50 % of Customers		Very Low (Hidden)		26	75	34
A..	Bottom 25 % Customers		Very Low (Hidden)		76		17
Q...	<b>Profit (LCY) Current Year</b>			✓			
A..	Top 25 % of Customers		Normal				25 17
A..	Middle 50 % of Customers		Normal		26	75	34
A..	Bottom 25 % Customers		Normal		76		17
Q...	<b>Discount (%) Last Year</b>			✓			
A..	High discount usage		High		5		
A..	Medium discount usage		Normal		2		4