

طرح پیشنهادی برای راه اندازی سامانه ارتباط با مشتریان
Microsoft Dynamics CRM بر بستر
برای
هومن ژن پارس

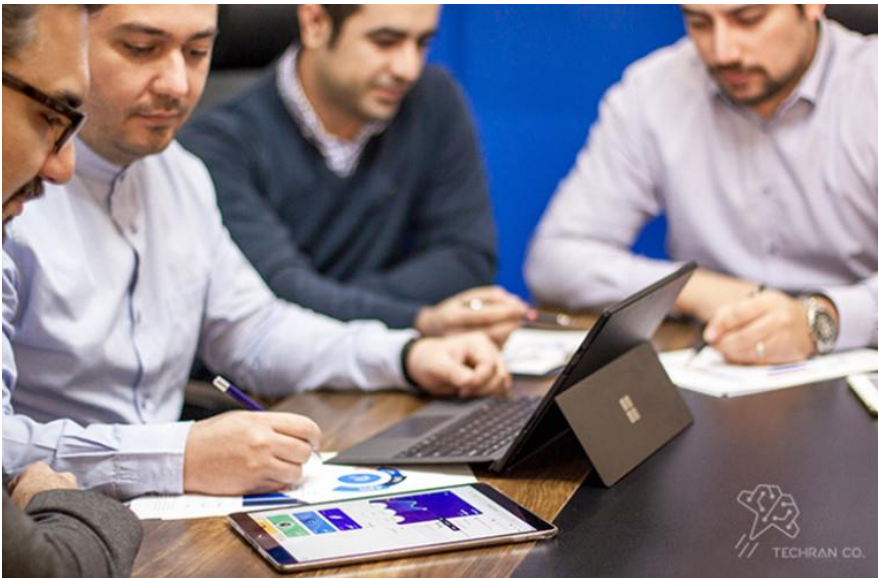
مرداد ماه ۱۴۰۰

سرفصل ها

- ۳ معرفی شرکت فناوری اطلاعات تک ران آتیه
- ۴ نرم افزار CRM یا مدیریت ارتباط با مشتری چه کمکی به سازمان می کند؟
- ۷ پرتال سازمانی یا CRM برای چه شرکت هایی کاربردی است؟
- ۹ جدول خدمات و هزینه ها
- ۱۰ پیوست ۱ – توسعه راهکار
- ۱۱ پیوست ۲ – پشتیبانی خدمات

معرفی شرکت فناوری اطلاعات تک ران آتیه

شرکت تکران، گروهی از نخبگان و متخصصین جوان در عرصه فناوری اطلاعات را گرد هم آورده است تا با بهره گیری از تخصص و دانش روز، بهترین و مناسبترین خدمات را به مشتریان خود ارائه دهد. حیطه ی اصلی فعالیت تکران، فناوری اطلاعات است که همواره سعی شده است حوزه فعالیت خود را نیز در این زمینه گسترش دهد. امروزه، تکران نه تنها در زمینه فناوری اطلاعات



بلکه در زمینه های تخصصی دیگر همچون برندینگ، طراحی اپلیکیشن و وب سایت نیز فعالیت می کند. بهره گیری از نیروی انسانی جوان، متخصص و متعهد از مهم ترین سرمایه های شرکت تکران است که توانسته با تلاش و کوشش فراوان میزبان بسیاری از مشتری های داخلی و خارجی باشد. تیم تکران با تجربه پروژه های موفق در کشورهای آلمان، انگلستان و سوئد و ارائه قوی ترین و متنوع ترین سرویس ها در زمینه فناوری اطلاعات، روز به روز در حال پیشرفت است و یکی از شرکت های پیشرو در این حیطه است. لطفاً از [وب سایت ما](#) جهت آشنایی با برخی از پروژه ها و مشتریان تک ران بازدید نمایید.

فرهنگ کاری شرکت تکران

خانواده تکران، خانواده ای جوان، مستعد و متخصص در زمینه فناوری اطلاعات است که با بهره گیری از دانش و تخصص روز و همچنین انگیزه های فراوان خود، همواره به دنبال ارائه خدمات برتر و متفاوت تر به مشتریان است. گروه تکران همواره بر این



باور است که ارائه خدمات برتر و متفاوت تر به مشتریان و همچنین جلب رضایت آنان، ضامن رسیدن به موفقیت های چشمگیر در عرصه فناوری اطلاعات است. ما با تاکید بر بهره گیری از استعداد های جوان در محیطی با نشاط، با انگیزه و صمیمی در جهت دستیابی به اهداف فردی و سازمانی تلاش میکنیم. تیم های فنی ما با انرژی مثبت و همیاری در تلاشند زیرساختی باثبات و قابل توسعه را پیاده سازی کرده تا فرآیند تولید و انتشار نرم افزارها و اپلیکیشن های موبایل ساده و لذت بخش گردد.

نرم افزار CRM یا مدیریت ارتباط با مشتری چه کمکی به سازمان می کند؟

CRM یا مدیریت ارتباط با مشتری نرم افزاری تجاری است که به افراد و تیم ها کمک می کند تا ارتباطات و فروش خود را به حداکثر برسانند. این نرم افزار یک کتاب آدرس ساده نمی باشد. این نرم افزار شما را قادر می کند تا روابط را به طور موثرتری برقرار کند و بهترین تجربه مشتری را از ارزیابی تا خرید و فراتر از آن فراهم کند. در گذشته تنها شرکت ها و سازمان های بزرگ توانایی این نرم افزار را داشتند و یادگیری و پیاده سازی آن بسیار پیچیده بود. امروزه مشاغل مختلف از هر اندازه به گزینه های [نرم افزار CRM](#) با کاربرد آسان و ارزان دسترسی دارند.

هنگامیکه کسب و کار شما برای اولین بار شروع به فعالیت کرد، ردیابی مشتریان از طریق ایمیل و صفحات گسترده منطقی بود. اما اکنون شرکت شما در حال رشد و بزرگ شدن است و رشد بیشتر به معنای فرصت بیشتر برای تغییر نحوه اداره مشاغل شما می باشد.



CRM یا مدیریت ارتباط با مشتری به شما و سازمان شما در موارد زیر کمک بسیاری می کند:

۱. تمامی داده ها در یک مکان با دسترسی آسان جمع و تلفیق می شوند. نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری داده های مشتریان را متمرکز می کند تا همه افراد شرکت شما بتوانند از یک سیستم عامل به تمام اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند. به آدرس های ایمیل مشتری، شماره تماس ها، آدرس های پستی، وب سایت ها و حساب های

شبکه های اجتماعی مراجعه می شود. همه تعاملات از طریق ایمیل، تلفن، گپ های آنلاین و بلیط های پشتیبانی مشتری پیگیری می شود. به سابقه مشتریان و خرید آن ها و چگونگی یافتن مشتریان برای تجارت مراجعه می شود.

۲. فروش بیشتر و سریع تر. انجام داده های دستی ورود به سیستم یکی از بزرگترین عامل های تولید برای تولید مجدد فروش است. CRM بسیاری از این کارها را به طور خودکار انجام می دهد تا سازمان بتواند زمان کمتری را برای کارهای تکراری صرف کند. CRM همچنین به شما کمک میکند تا یک فرایند فروش استاندارد ایجاد کرده که به سازمان با توجه به **راهکار های سازمانی** که از قبل برای آن تعیین شده است، برنامه ای مرحله به مرحله برای انجام معاملات دهد. فرایند های فروش، داده های مورد نیاز شما را برای شناسایی دلایل اصلی معاملات متوقف شده، گام برداشتن در جهت حل مشکلات و اطمینان از تمرکز تیم بر روی فعالیت هایی که بیشترین درآمد را دارند فراهم می کند. داشتن یک درک دقیق از میزان موفقیت، به مدیران این امکان را می دهد که به طور قابل اعتماد میزان فروش تیم خود را پیش بینی کنند. یک فرایند فروش استاندارد با نشان دادن آنچه که در هر مرحله از فروش باید انجام شود، باعث تکرار فروش سریع، ساده و بی عیب و نقص می شود. فروشندگان تازه وارد نیز می توانند وقتی مراحل اساسی روند فروش را فرا میگیرند، تاثیر فوری بر آن بگذارند.

۳. تمرکز بر روی مشتریان. با دسترسی به اطلاعات مربوط به علاقه و رفتار مصرف کننده، نمایندگان فروش میتوانند فرصت های مناسبی در زمان مناسب ایجاد کنند یا با تیم بازاریابی خود برای ارائه محتوای هدفمند و مفید همکاری کنند. فروش به تجربه شخصی تری تبدیل می شود که بر مشتری متمرکزتر می باشد. همچنین داده های CRM به سازمان کمک می کند تا نیازهای مشتری خود را پیش از تماس با او شناسایی کند و تیم پشتیبانی می تواند مشتریان را به محض بروز مشکلات با حل کردن آن مشکلات راضی نگه دارد.



پیدا کردن مشتریان درست:

هدف اصلی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری پشتیبانی از مشاغل در جهت درگیر کردن مشتریان خود است. مشتری و همچنین افرادی که محصول یا خدماتی را خریداری میکنند برای شرکا، ذینفعان، اهدا کنندگان و هر مخاطب دیگری که با یک سازمان تجارت می کنند نیز اعمال می شود. افزایش فروش نمونه دیگری از چگونگی کمک CRM به ارتباط مشاغل با مشتریان می باشد. این امر از طریق موارد زیر انجام می گیرد:

۱. شناسایی با ارزش ترین حساب ها و ارائه سطح خدمات مناسب

۲. استفاده از جزئیات رابطه و سفارش برای کشف فرصت های جدید فروش و فروش متقابل
۳. مدیریت فرصت برای کمک به فروشندگان در فرصت مناسب با چشم اندازهای مناسب
۴. کمپین های یکپارچه ای که مشتریان را پرورش می دهند و تیم را در هنگام پاسخگویی هوشیار می کند
۵. افزایش تولید خالص با استفاده از لیست های تقسیم شده و پیام های شخصی طنین انداز

رشد موثر:

با همسویی بهتر افراد و فرایندهای تجاری، سیستم های CRM به سازمان ها کمک میکند مقیاس بیشتری کسب کرده و به طور موثر رشد کنند. چند نمونه از این موارد عبارتند از:

۱. کارهای تکراری را با گردش کار خودکار هوشمند جایگزین کرده که اقدامات را کامل انجام میدهد.
۲. با مدیریت همه گردش کار در یک رابط واحد از جابجایی کارکنان بین سیستم ها جلوگیری می شود.
۳. قوانین کسب و کار و بهترین روش ها را برای گردش کار CRM اعمال می شود تا کاربران بتوانند در هنگام رسیدگی به اهداف فروش و غیره مراحل را دنبال کرده و به نتایج موفقیت آمیز برسند.

اطلاعات جدید از داده های کسب و کار کشف می شود:

متمرکز کردن مشتری و پردازش داده ها، چالشی جدید برای ترجمه و انتقال این موارد به اقدامات معنی دار و عملی است. داده های بزرگ یا Big Data در مدیریت ارتباط با مشتری یک راه حل نیست، بلکه پایه ای برای یادگیری بینش های جدید است که می تواند توسط همه کاربران اعمال شود. با در دسترس بودن کلیه داده ها و ارتباط از طریق یه رابط واحد، می توان تصمیمات آگاهانه و به موقع را اتخاذ کرد تا سازمان ها را قادر به فعالیت با افزایش چابکی آنها کنند.

همه جا تجارت کنید:

از طریق برنامه های تلفن همراه، رابط وب یا Web interface و دسترسی آفلاین، فناوری CRM به افراد امکان می دهد کار را در هر مکان انجام دهند.



محافظت از تجارت و کسب و کار: با ذخیره ایمن داده ها در فضای ابری، دسترسی به اطلاعات مهم مشتریان و کسب و کار را کنترل کنید. با محافظت پیشرفته و پشتیبانی خودکار، این داده ها در برابر حوادث غیرمترقبه محافظت می شوند.

پرتال سازمانی یا CRM برای چه شرکت هایی کاربردی است؟

با استفاده از CRM، ارتباط مشتریان با سازمان و شرکت ها و همچنین نیازمندی های آنان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. CRM در واقع فرآیندی جهت جمع آوری و یکپارچه سازی اطلاعات جهت بهره برداری موثر و هدف دار می باشد. چنین اطلاعاتی می توانند در برقراری ارتباط با مشتریان، بازاریابی و فروش، حساسیت و یا نیازهای بازار موثر واقع شوند. مدیریت ارتباط با مشتری بخشی از استراتژی یک شرکت یا سازمان جهت شناسایی مشتریان، راضی نگه داشتن آنها و تبدیل آنها به مشتری دائمی می باشد. مدیریت ارتباط با مشتری در راستای مدیریت ارتباط مشتری با سازمان و به منظور به حداکثر رساندن ارزش هر مشتری با سازمان، سازمان را یاری می کند. از جمله مزایای پرتال سازمانی یا CRM می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- افزایش رضایستگی مشتری
یکی از مزایای اصلی استفاده از مدیریت ارتباط با مشتری بهبود رضایت مشتریان می باشد. با استفاده از این استراتژی کلیه شرکت ها می توانند معاملات خدماتی، بازاریابی و فروش محصولات و خدمات به مشتریان را به صورت سازمان یافته و منظم انجام دهند. همچنین می توانند از طریق درک بهتر مسائل مرتبط با مشتریان خدمات بهتری را نیز به آن ها ارائه دهند.
- بهبود فرآیند حفظ مشتری
با استفاده از استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری برای هر کسب و کاری، سازمان ها قادر خواهند بود نرخ حفظ مشتری خود را بهبود ببخشند که اغلب به افزایش در آمد سازمان منجر می شود.
- ارتباطات داخلی بهتر و قوی تر
پیروی از استراتژی ارتباط با مشتری به ایجاد ارتباطات بهتر در سازمان ها کمک بسیاری می کند. به اشتراک گذاری داده های مشتریان در بخش های مختلف، سازمان را قادر می کند تا به صورت تیمی فعالیت انجام داده و به بهینه سازی تجربه مشتریان کمک کنند.
- بهینه سازی مارکتینگ
یکی دیگر از مزایای مهم مدیریت ارتباط با مشتری امکان دادن به سازمان جهت ایجاد یک برنامه بازاریابی هدفمند و مقرون به صرفه می باشد. با درک نیازها و رفتار مشتریان می توانید زمان درستی تبلیغ محصول خود را تشخیص دهید.
- دریافت دیدگاه های ارزشمند
از آنجایی که مدیریت ارتباط با مشتری تمام اطلاعات را در یک مکان متمرکز ذخیره میکند، تجزیه و تحلیل عملکرد سازمان بطور کلی بسیار آسان تر می باشد. با تعیین دقیق اطلاعات مهم مانند درآمدزایی، بازدهی تبلیغاتی و همچنین نتایج فعالیت های بازاریابی خود، به راحتی می توانید گزارش تهیه کنید.

چه سازمان ها و شرکت هایی از CRM بهره می برند:

- هر شرکت یا سازمانی که تیم فروش دارد. چنین سازمان یا شرکتی به عنوان مدیریت ارتباط با مشتری می تواند می تواند به فروشندگان کمک کند تا روند های مختلف رفتار مشتریان خود را شناسایی کند که این امر می تواند در هنگام فروش محصولات، فروش بالا یا گسترده به آن ها کمک کند. به علاوه، نرم افزار CRM تیم های فروش را قادر می سازد تا یادداشت های مربوط به چشم انداز را به روز نگه دارند تا احتمال بسته شدن معاملات را افزایش دهند.
- هر شرکت یا سازمانی که از هر شکلی از بازاریابی استفاده می کند. هنگام استفاده از راه حل مناسب ارتباط با مشتری، مشاغل می توانند از اطلاعات فروش تا سوابق مشتری برای تنظیم دقیق برنامه های بازاریابی خود استفاده کنند. آمار

ها نشان داده است که بازاریابی هدفمند بسیار سودآور تر از درگیری هر چه بیشتر تماس با کمپین های بازاریابی می باشد. انجام این کار نه تنها باعث اتلاف پول می شود بلکه بی نتیجه و ناکارآمد نیز می باشد.

○ هر سازمانی که قیمت و فاکتور ایجاد میکند. داشتن یه ابزار پروسه داخلی در برنامه های CRM که به نام **مایکروسافت داینامیک** این روزها معروف است که روزانه از آنها استفاده میشود، می تواند سرعت و کیفیت پروسه را تسریع کند. استفاده از فقط یک برنامه نرم افزایش برای انجام هر کاری در یک تجارت می تواند بهره وری را به طرز چشمگیری افزایش دهد. دیگر بین برنامه ها برای تکمیل وظایف جابه جایی ندارید و کل فعالیت شما می تواند از یک مکان واحد مدیریت شود.

○ هر سازمانی که میخواهد به مشتریان خود نشان دهد که از اولویت برخوردار است. مشتریان دوست دارند احساس کنند که تحت تعقیب هستند و استفاده از CRM می تواند این کار را انجام دهد. به عنوان مثال، حتی اگر مشتری با شرکت تماس تلفنی برقرار کند و با شخصی به اشتباه صحبت کند، می تواند با استفاده از CRM خود جزئیات بیشتری از مشتری را پیدا کند و او را به بخش درست منتقل کند. این امر با کمک در حل سریع تر و کاملتر مسائل باعث افزایش رضایت مشتریان می شود. این امر ممکن است برای یک کسب و کار کوچک کارایی داشته باشد، اما وقتی در واقعیت برای مشتری اتفاق بیفتد، برای آنها تجربه بهتری به ارمغان می آورد.

○ هر سازمان یا کسب و کاری که می خواهد کارایی خود را افزایش دهد. فقط با استفاده از یک راه حل CRM به معنای صرفه جویی در وقت در طی روز می باشد. نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری به شما کمک می کند تا در چندین زمینه کارایی بیشتری داشته باشید، چه با قابلیت کلیک برای تماس، مدیریت یکپارچه پروژه، جزئیات یادداشت برداری مشتری و چیم انداز، اتوماسیون بازاریابی یکپارچه و امتیازدهی سر به سر، CRM به تمامی کسب و کارها از هر اندازه کمک می کند تا هزینه ها را کاهش داده و پایگاه داده های قوی تری ایجاد کنند.

سه نوع از مشاغل و سازمان ها که نیاز به CRM دارند

۱. **تولید کننده ها:** یک سیستم CRM عملکرد های متنوعی را ارائه می دهد تا موفقیت تولید را تامین کند. به عنوان مثال تولید کننده های قطعات اصلی یا OEM های بزرگ بر روی تمدید و افزایش کار خود متمرکز خواهند شد و برای پیگیری آنها قراردادهای چند فاز می خواهند بست. در اینجا CRM به عنوان ابزاری برای همکاری بین فروش، بازاریابی، مهندسی و پشتیبانی عمل خواهد کرد.

۲. **شرکت های تیم ها و خدمات حرفه ای:** در یک شرکت با خدمات حرفه ای، هیچ چیز ارزشمندتر از روابط با مشتریان و همکاران صنعت نمی باشد. روابط دیرینه فرصت های جدید فروش را ایجاد می کند. مشتریان وفادار شما با ارائه معرفی نامه های تجاری و نوشتن نظرات مثبت، اعتبار شرکت شما را افزایش می دهند.

۳. **شرکت های B2B:** شرکت های تجارت به تجارت یا B2B اغلب دوره های پیچیده فروش را طی می کنند. به هر حال مشتری های آن ها مشاغلی هستند که نیاز ها و فرایندهای پیچیده خود را دارند و به دنبال محصولات یا خدماتی هستند که گران و سفارشی باشد. این امر منجر به چرخه های فروش طولانی تر، توجه بیشتر به مشتری و تعامل با چندین تصمیم گیرنده می شود.

جدول خدمات و هزینه ها

ردیف	عنوان	توضیحات	نفر ساعت	تحويل (روز کاری)	هزینه (تومان)
۱	نصب و راه اندازی نرم افزار میکروسافت CRM	<ul style="list-style-type: none"> نصب و راه اندازی سرور (از زمان در اختیار گذاشتن سرور توسط کارفرما) نصب و راه اندازی نرم افزار sql server برطرف کردن خطا و باگ های احتمالی نصب و راه اندازی Report server 	۴۰	۵	۳,۶۰۰,۰۰۰
۲	نصب و راه اندازی پکیج فارسی ساز	این پکیج به صورت آماده قابل خریداری از شرکت های عرضه کننده این حوزه می باشد	۶	۱	۵۴۰,۰۰۰
۳	نصب و راه اندازی Email Router	حداقل نسخه Exchange 2010 برای نصب این ویژگی نیاز است	۲۰	۳	۱,۸۰۰,۰۰۰
۴	پیاده سازی و برنامه نویسی سرویس پیامک	<ul style="list-style-type: none"> فراهم سازی پتل پیامک (به جهت دستیابی به api مربوطه) پیاده سازی و کدنویسی ارتباط با پتل پیامک 	۶۰	۵	۵,۴۰۰,۰۰۰
۵	پیاده سازی ارتباط با تماس ها (Telephone Integration)	<ul style="list-style-type: none"> نیاز به دسترسی به API مربوطه کدنویسی و پیاده سازی ارتباط لاگ انداختن برای هر تماس توانایی دیتابیس رویت روی شماره ها کال مانیتورینگ خودکار امکان calling 	۱۸۰	۱۵	۱۶,۲۰۰,۰۰۰
۶	اتصال با نرم افزار حسابداری	<ul style="list-style-type: none"> نیاز به دسترسی به API مربوطه کدنویسی و پیاده سازی ارتباط تایم تخمین زده شده به جهت برقراری اتصال (کدنویسی و پیاده سازی سرویس) بین دو نرم افزار است. برای نمایش مازول ها و امکانات بیشتر از نرم افزار بیرونی (وب سایت، app و ...) باید نوع درخواست و نیازمندی از سمت مشتری مطرح گردد تا با توجه به هر مورد زمان تخمینی آن اعلام گردد. 	۱۸۰	۱۵	۱۶,۲۰۰,۰۰۰
۷	پیاده سازی Phonebook profile	<ul style="list-style-type: none"> بستری برای ورود اطلاعات مشتریان گرفتن دیتا از کارفرما تحلیل دیتا پیاده سازی جداول و فرم های مورد نیاز تست فرآیند 	۸۰	۵	۷,۲۰۰,۰۰۰
۸	پیاده سازی فرآیندها	<ul style="list-style-type: none"> تحلیل هر فرآیند طراحی هر فرآیند پیاده سازی آن در CRM تست فرآیند لازم به ذکر است که زمان پیش بینی شده برای یک فرآیند متوسط است مواردی از قبیل ارسال پیام های یادآوری، پیگیری تایم لاین بیمار، پیگیری بعد از جلسات، امکان نوبت دهی و ... بسته به فرآیند کاری تعریف شده توسط گردش کارهای تعریف شده در نرم افزار انجام پذیر است 	۱۰۰	۸	۹,۰۰۰,۰۰۰
۹	بومی سازی مازول بازاریابی و خدمات پس از فروش CRM	نرم افزار CRM دارای مازول فروش، خدمات پس از فروش و بازاریابی با فرآیندهای اجرا شده استاندارد می باشد. با توجه به فرآیندهای مربوطه شرکت	۱۲۰	۱۵	۱۰,۸۰۰,۰۰۰

			مذکور، این ماژول ها قابلیت بومی سازی مطابق با نیاز مشتری را دارند • بهبود خدمات پس از فروش و جلب رضایت مشتری • علاوه بر جذب مشتری توانایی در حفظ و نگهداری آن • امکان ایجاد کمپین		
۷,۲۰۰,۰۰۰	۵	۸۰	• گرفتن نیازمندی ها و دیتاهای کارفرما (شروع پیاده سازی از زمان تحویل دیتا) • پیاده سازی گزارشات بر مبنای دیتای تحویلی • لازم به ذکر است که زمان پیش بینی شده برای یک گزارش است • قابلیت ارزیابی عملکرد پرسنل • تحلیل داده های مشتریان • پیدا کردن اینکه مشتری از چه بستری آمده است	پیاده سازی ارتباط با PowerBI و داشبوردهای مدیریتی و گزارشات تحلیلی	۱۰
رایگان			• پاسخگویی تلفنی با سوالات همکاران • پشتیبانی نرم افزار و سرویس ها	پشتیبانی ۲ ماهه	۱۳
۷۷,۹۴۰,۰۰۰	۳ ماه	۱۲۱۵	هزینه خالص خدمات و نفر ساعت نهایی پروژه • کسورات قانونی به مبلغ فوق اضافه میگردد. • هزینه خرید پوسته فارسی ساز بر عهده کارفرما میباشد. • در بخش های مربوط به ارتباط با سایر سامانه های جانبی، تایم تخمین زده شده به جهت برقراری اتصال (کدنویسی و پیاده سازی سرویس) بین دو نرم افزار است. برای نمایش ماژول ها و امکانات بیشتر از نرم افزار بیرونی (وب سایت، app و ...) باید نوع درخواست و نیازمندی از سمت مشتری مطرح گردد تا با توجه به هر مورد زمان تخمینی آن اعلام گردد. • مسئولیت تهیه زیرساخت های سخت افزاری و محیط عملیاتی و خرید و یا تمدید لایسنس های استفاده شده خارج از محدوده قرارداد میباشد. • هزینه و نفر ساعات بصورت برآورد اولیه بوده و ارقام نهایی پس از توافق در رابطه با جزییات و فرآیندهای مورد نیاز تعیین خواهد شد. • هزینه هر ساعت خدمات (توسعه و پشتیبانی) خارج از محدوده بقرار ساعتی ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال میباشد.		

پیوست ۱ – توسعه راهکار

انجام هر گونه توسعه های سفارشی بنا به درخواست کارفرمای محترم، منوط به تحلیل و ارائه و تایید برآورد نفر ساعات موردنیاز خواهد بود. شرکت تک ران متعهد میگردد در سریعترین زمان با توجه به تمامی ملاحظات فنی و کیفی جهت تحویل مطلوب ترین خدمات را به کارفرما ارائه نموده و پس از تایید نسبت به تولید، نصب و تحویل آن اقدام نماید.

پیوست ۲ - پشتیبانی خدمات

پشتیبانی سامانه در دو حوزه زیرساختی و دانشی انجام خواهد شد. در حوزه زیر ساخت، سرویس ها و فرآیندهای تعریف شده در سامانه بصورت دوره ای مورد پایش قرار میگیرد. شرکت تکران متعهد میگردد در صورت بروز خطا و ارجاع تیکت در سریعترین زمان یک کارشناس را جهت مرتفع کردن مشکل تخصیص داده و براساس نفر-ساعات مورد نیاز با هماهنگی کارفرما نسبت به رفع اولیه و دائم خطا اقدامات مقتضی انجام خواهد دهد. پروسه فوق الذکر بصورت ریموت انجام میگردد. در حوزه دانشی، سوالات و راهنمایی های مورد نیاز بصورت تلفنی و یا در موارد خاص با برگزاری جلسه بصورت حضوری پاسخ داده خواهد شد.

خدمات پشتیبانی طی دوره مورد توافق شامل موارد ذیل میباشد :

- مراجعه به محل کارفرما در صورت عدم امکان رفع مشکل بصورت ریموت
- پشتیبان گیری و بازیابی داده ها (مهیا نمودن فضا جهت نگهداری داده های پشتیبان و یا نرم افزارهای مورد نیاز در این حوزه بر عهده کارفرما میباشد)
- مشاوره، آموزش و پاسخگویی آنکال به سوالات کارفرما
- سرویس دوره ای و نصب آپدیت ها به صورت ریموت
- جابجایی سرویس و نصب مجدد فارم در صورت لزوم
- سطح خدمات عبارت است از:
 - پاسخگویی به صورت ۸*۵ (۸ ساعت در ۵ روز اداری شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۹:۳۰ الی ۱۷:۳۰) می باشد
 - مراجعه حضوری برای رفع ایرادات ایجاد شده در صورت لزوم و عدم رفع ایرادات بصورت راه دور