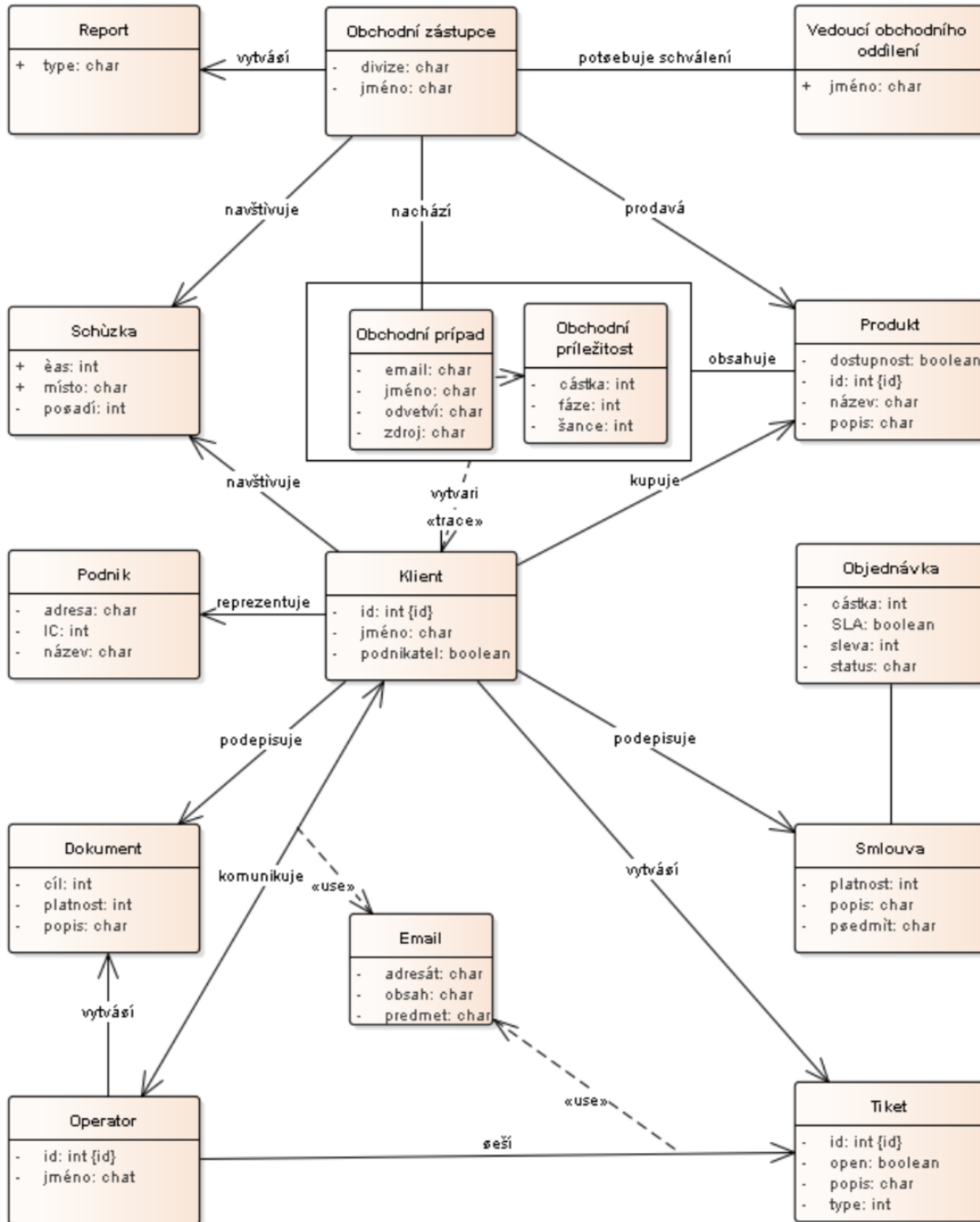


5. cvičení

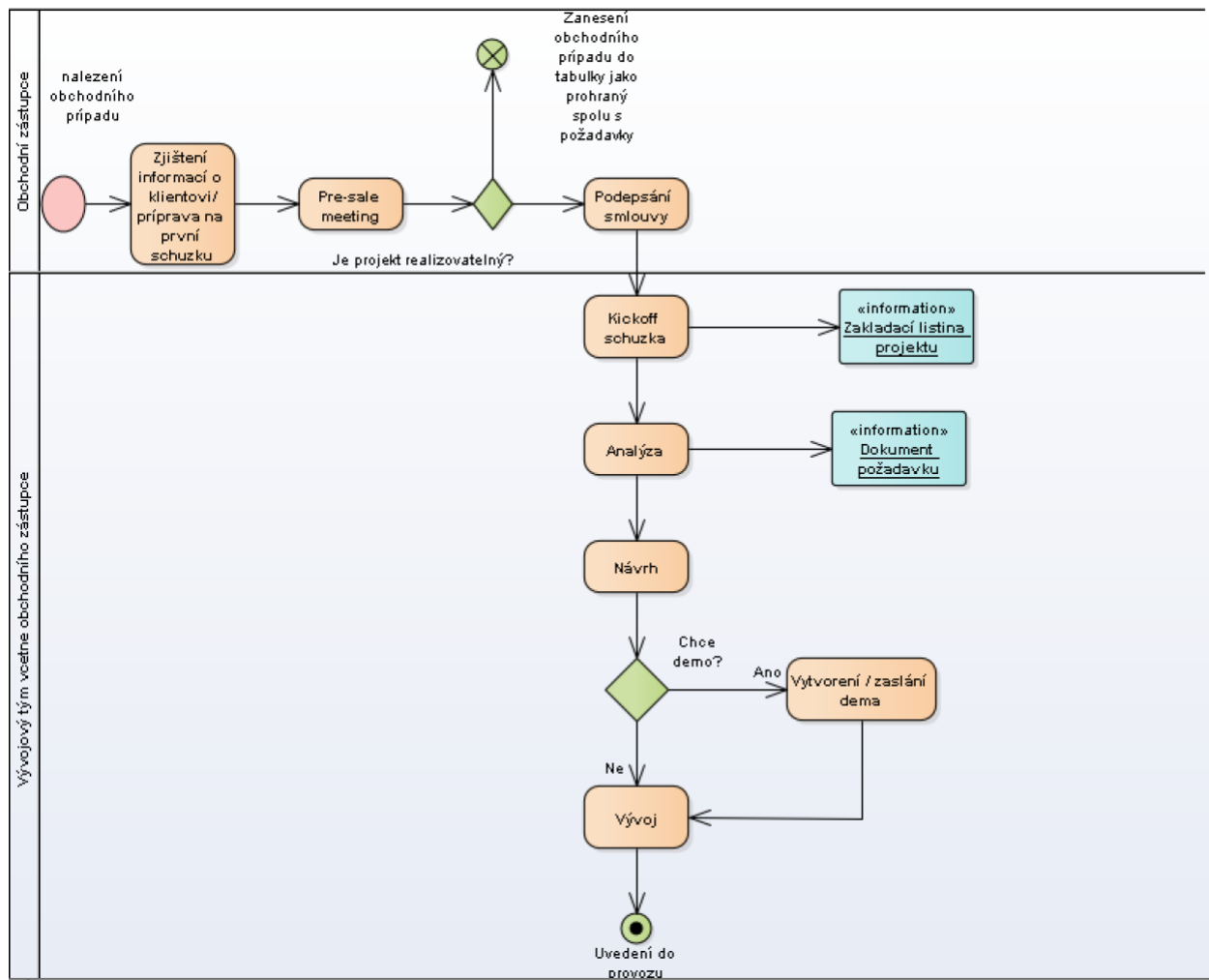
Vypracovali: Victoria Savvateeva, Yevgen Ponomarenko, Jakhongir Tashpulatov, Egor Stepanov

Business Domain Model

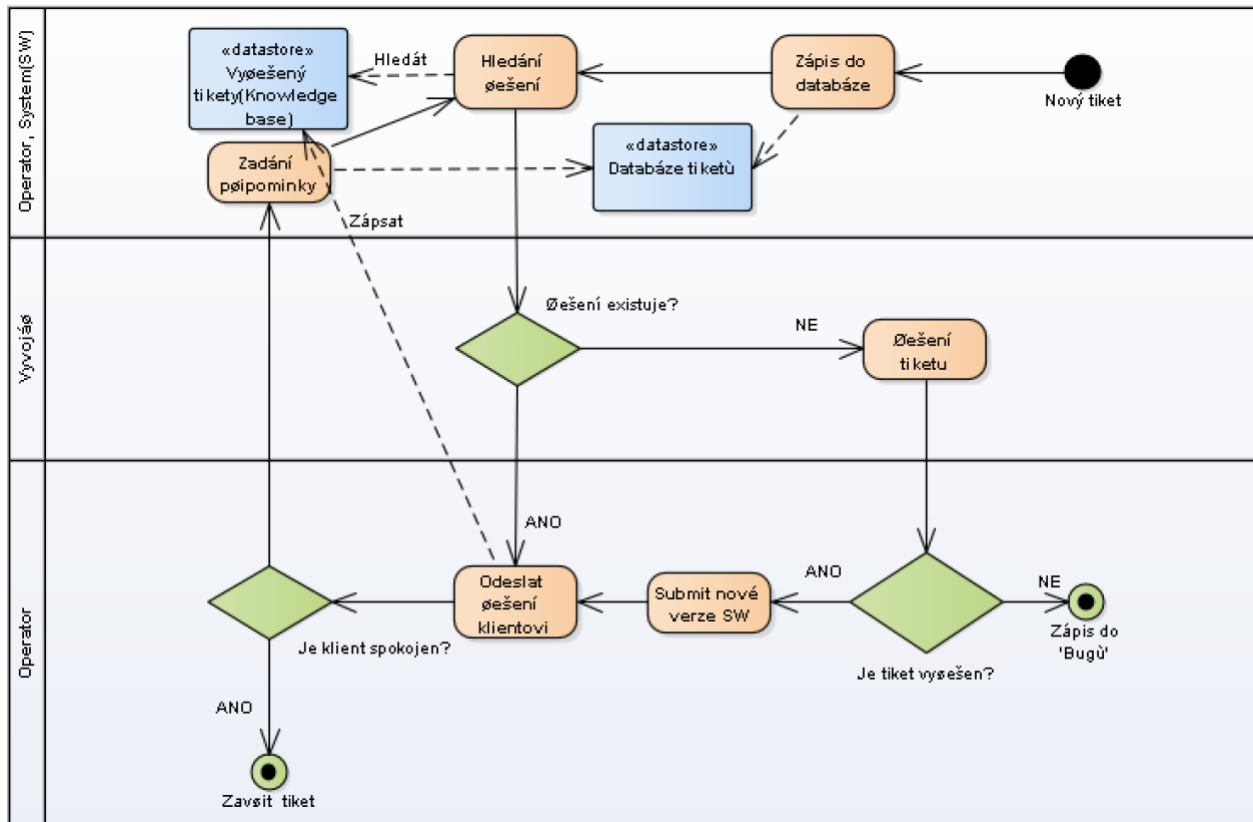


Procesní Model

Proces Prodeje



Proces řešení ticketu



Business requirements

1: Jako ředitel společnosti potřebuji ve svém podniku zavést CRM systém, abych mohl mít úplný přehled toho, co se děje ve firmě.	7: Jako obchodní zástupce potřebuji připomenutí o schůzkách, abych se mohl setkávat s klienty včas.	13: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat telefonní hovory a jejich obsah, abych mohl kontrolovat komunikaci s klientem a mít k dispozici důležité informace.
2: Jako manažer prodeje potřebuji analyzovat délku prodejních cyklů, abych mohl změřit, jak rychle probíhá prodej.	8: Jako obchodní zástupce potřebuji plánovat prezentace produktů, abych mohl získat zákazníky.	14: Jako obchodní zástupce potřebuji dělat poznámky o klientovi, abych mohl zapisovat důležité informace.
3: Jako obchodní zástupce potřebuji hotové e-mail šablony, abych mohl podporovat stálou komunikaci se zákazníkem.	9: Jako obchodní zástupce potřebuji mít kompletní profily zákazníků se všemi kontakty, abych je mohl kontaktovat.	15: Jako obchodní zástupce potřebuji zapisovat úkoly, abych na ně nezapoměl.
4: Jako obchodní zástupce potřebuji spravovat marketingové kampaně, abych mohl zvýšit prodej.	10: Jako obchodní zástupce potřebuji přehled o stavu smluv, abych mohl vědět, kdy končí.	16: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat všechny kontakty na firemní partnery, abych je mohl kontaktovat.
5: Jako CRM administrátor potřebuji spravovat sociální sítě, abych mohl publikovat firemní kontent a dělat pravidelnou analýzu chování zákazníků a reporting.	11: Jako manažer prodeje potřebuji archiovat zakázky konkrétního klienta, abych mu mohl nabídnout slevu.	17: Jako obchodní zástupce potřebuji vkládat přílohy, abych mohl uschovávat důležité dokumenty.
6: Jako obchodní zástupce potřebuji plánovat schůzky s klienty, abych se s nimi mohl domluvit o zakázce.	12: Jako manažer prodeje potřebuji smluvní šablony pro usnadnění a zrychlení podepsání smluv.	18: Jako CRM administrátor potřebuji evidovat všechny informace o interních zaměstnancích, abych firma mohla v případě nutnosti dozvědět požadovanou informaci.
19: Jako manažer prodeje potřebuji získávat takové informace o zákaznících jako o historii, obrát, poslední změny a zápisky z medií, abych měl úplný přehled o firmě.	25: Jako manažer prodeje potřebuji vidět týdenní statistiku úkolů, abych mohl vědět, co je nebo není splněno.	31: Jako obchodní zástupce potřebuji nastavovat úkolům priority, abych je mohl filtrovat dle důležitosti.
20: Jako obchodní zástupce potřebuji vytvářet šablony na úkoly pro automatizaci jejich zapisování.	26: Jako CRM administrátor potřebuji rozlišovat uživatelské role, abych mohl kontrolovat práva a přístup.	32: Jako pracovník podpory potřebuji samostatný seznam klientů, jejich telefonních čísel a e-mailů, abych je mohl rychle kontaktovat.
21: Jako obchodní zástupce potřebuji kategorizovat úkoly, abych je mohl filtrovat.	27: Jako manažer prodeje potřebuji importovat do systému už existující tabulky, abych je nemusel znovu vytvářet.	33: Jako pracovník podpory potřebuji tabulku stížností a potřeb klientů, abych mohl mít přehled jejich problémů a mohl je vyřešit.
22: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat produkty, které zatím v nabídce nemáme, abych je mohl klientovi představit, až budou k dispozici.	28: Jako manažer prodeje potřebuji exportovat data a soubory, abych je mohl mít k dispozici nejen v rámci systému.	34: Jako pracovník podpory potřebuji vytvářet šablony na průzkumy, abych je mohl zasílat klientům.
23: Jako obchodní zástupce potřebuji mít přehled emailové komunikace s konkrétním klientem, abych nemusel hledat jeho maily mezi všemi ostatními.	29: Jako manažer prodeje potřebuji přehled o stavu faktur, abych mohl kontrolovat platby.	35: Jako obchodní zástupce potřebuji zavést metriku marketingových kampaní (Return On Investment), abych mohl změřit jejich efektivitu.
24: Jako manažer prodeje potřebuji vidět týdenní statistiku aktivit, abych mohl dělat reporty.	30: Jako obchodní zástupce potřebuji kategorizovat kontakty dle jednotlivých skupin, abych je mohl rychle dle skupiny najít.	36: Jako manažer prodeje potřebuji zavést metriku stálých klientů (Customer Retention Rate), abych mohl změřit, jak jsme úspěšní v udržování nových zákazníků.

1. Jako ředitel společnosti potřebuji ve svém podniku zavést CRM systém, abych mohl mít úplný přehled toho, co se děje ve firmě.
- 2: Jako manažer prodeje potřebuji analyzovat délku prodejních cyklů, abych mohl změřit, jak rychle probíhá prodej.
- 3: Jako obchodní zástupce potřebuji hotové e-mail šablony, abych mohl podporovat stálou komunikaci se zákazníkem.
- 4: Jako obchodní zástupce potřebuji spravovat marketingové kampaně, abych mohl zvýšit prodej.
- 5: Jako CRM administrátor potřebuji spravovat sociální sítě, abych mohl publikovat firemní obsah a dělat pravidelnou analýzu chování zákazníků a reporting.
- 6: Jako obchodní zástupce potřebuji plánovat schůzky s klienty, abych se s nimi mohl domluvit o zakázce.
- 7: Jako obchodní zástupce potřebuji připomenutí o schůzkách, abych se mohl setkávat s klienty včas.
- 8: Jako obchodní zástupce potřebuji plánovat prezentace produktů, abych mohl získat zákazníky.
- 9: Jako obchodní zástupce potřebuji mít kompletní profily zákazníků se všemi kontakty, abych je mohl kontaktovat.
- 10: Jako obchodní zástupce potřebuji přehled o stavu smluv, abych mohl vědět, kdy končí.
- 11: Jako manažer prodeje potřebuji archivovat zakázky konkrétního klienta, abych mu mohl nabídnout slevu.
- 12: Jako manažer prodeje potřebuji smluvní šablony pro usnadnění a zrychlení podepsání smluv.
- 13: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat telefonní hovory a jejich obsah, abych mohl kontrolovat komunikaci s klientem a mít k dispozici důležité informace.
- 14: Jako obchodní zástupce potřebuji dělat poznámky o klientovi, abych mohl zapisovat

důležité informace.

15: Jako obchodní zástupce potřebuji zapisovat úkoly, abych na ně nezapoměl.

16: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat všechny kontakty na firemní partnery, abych je mohl kontaktovat.

17: Jako obchodní zástupce potřebuji vkládat přílohy, abych mohl uschovávat důležité dokumenty.

18: Jako CRM administrátor potřebuji evidovat všechny informace o interních zaměstnancích, abych firma mohla v případě nutnosti dozvědět požadovanou informaci.

19: Jako manažer prodeje potřebuji získávat takové informace o zákaznících jako historie, obrat, poslední změny a zápisky z medií, abych měl úplný přehled o firmě.

20: Jako obchodní zástupce potřebuji vytvářet šablony na úkoly pro automatizaci jejich zapisování.

21: Jako obchodní zástupce potřebuji kategorizovat úkoly, abych je mohl filtrovat.

22: Jako obchodní zástupce potřebuji evidovat produkty, které zatím v nabídce nemáme, abych je mohl klientovi představit, až budou k dispozici.

23: Jako obchodní zástupce potřebuji mít přehled emailové komunikace s konkrétním klientem, abych nemusel hledat jeho maily mezi všemi ostatními.

24: Jako manažer prodeje potřebuji vidět statistiku prodejů, abych mohl změřit výkonnost.

24: Jako manažer prodeje potřebuji vidět týdenní statistiku aktivit, abych mohl dělat reporty.

25: Jako manažer prodeje potřebuji vidět týdenní statistiku úkolů, abych mohl vědět, co je nebo není splněno.

26: Jako CRM administrátor potřebuji rozlišovat uživatelské role, abych mohl kontrolovat práva a přístup.

27: Jako manažer prodeje potřebuji importovat do systému už existující tabulky, abych je nemusel znovu vytvářet.

28: Jako manažer prodeje potřebuji exportovat data a soubory, abych je mohl mít k dispozici nejen v rámci systému.

29: Jako manažer prodeje potřebuji přehled o stavu faktur, abych mohl kontrolovat platby.

30: Jako obchodní zástupce potřebuji kategorizovat kontakty dle jednotlivých skupin, abych je mohl rychle dle skupiny najít.

31: Jako obchodní zástupce potřebuji nastavovat úkolům priority, abych je mohl filtrovat dle důležitosti.

32: Jako pracovník podpory potřebuji samostatný seznam klientů, jejich telefonních čísel a e-mailů, abych je mohl rychle kontaktovat.

33: Jako pracovník podpory potřebuji tabulku stížností a potřeb klientů, abych mohl mít přehled jejich problémů a mohl je vyřešit.

34: Jako pracovník podpory potřebuji vytvářet šablony na průzkumy, abych je mohl zasílat klientům.

35: Jako obchodní zástupce potřebuji zavést metriku marketingových kampaní (Return On Investment), abych mohl změřit jejich efektivitu.

36: Jako manažer prodeje potřebuji zavést metriku stálých klientů (Customer Retention Rate), abych mohl změřit, jak jsme úspěšní v udržování nových zákazníků.

Varianty implementace

Implementace CRM - On-premise řešení

Varianta on-premise (také on-site) představuje klasický přístup k provozu software. Je třeba zakoupit licence, aplikace provozovat na vlastních serverech a zajišťovat vlastními silami. Data provozujeme lokálně v rámci firemního systému a máme nad nimi kontrolu. Náklady pořízení odepíšeme v rámci amortizace nehmotného investičního majetku.

Výhody on-premise řešení

- • nezávislost na připojení k internetu;
- • absence vázanosti na konkrétního poskytovatele cloudu;
- • snadnější migrace dat (nevázaná na API poskytovatele cloudu);
- • větší možnosti přizpůsobení;
- • úplná kontrola systému a dat.

Cloudové CRM řešení

Cloudové řešení (také on-line, on-demand) je poskytováno formou softwarové služby (SaaS). Software je hostován na prostředcích dodavatele, k datům přistupujeme přes internet, veškerou správu a infrastrukturu zajišťuje partner implementace. Odpadají vstupní náklady na hardware a licence, paušální poplatek za službu okamžitě promítáme do hospodářského výsledku.

Výhody cloudového řešení

- • minimální počáteční investice;
- • rychlá implementace;
- • nulový management provozu;
- • rychlý cyklus aktualizace;
- • škálovatelnost;
- • multiplatformní charakter.

Hybridní CRM řešení

Oba hlavní přístupy bývají různě kříženy. V praxi se tak setkáme s realizacemi typu řešení hostované u třetího partnera - poskytovatele privátního cloudu či rozšíření on-site řešení o cloudové funkce ve prospěch podpory mobilních zařízení aj. Křížením obou přístupů lze docílit optimální kombinace funkcionality na straně jedné a zabezpečení dat na straně druhé. Konzervativní preference on-premise řešení dnes už nedostatečně doceňuje zabezpečení datových center chráněných proti fyzickému přístupu, přírodním pohromám i kybernetickým útokům.

Implementace vlastního CRM - Light-weight řešení

Tzv. light-weight řešení předpokládá vyvíjení CRM software přímo pro účely naší firmy. Není nutné nakupovat licence již existujícího CRM ani platit za používání cloudové softwarové služby. Vývojem se zabývají programátoři ve firmě. Veškerá informace se nachází na vlastních serverech a proto společnost má přímý a plný přístup k datům. Výhody jsou skoro stejné jako u “on-premise” řešení, ale dá se uskutečnit vlastní uživatelské rozhraní a splnit vše specifikované požadavky firmy. Náklady jsou jenom interní.