

Διαχείριση leads, ευκαιριών πώλησης & προσφορών σε πελάτες

Entersoft CRM® 4.0

Καθημερινές διαδικασίες και σενάρια χρήσης

Περιεχόμενα

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ LEADS	3
Δημιουργία νέου lead	3
Ανάλυση στοιχείων leads	7
Μετατροπή lead	9
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ	10
Δημιουργία νέας ευκαιρίας	10
Στοιχεία ταξινόμησης	11
Στοιχεία αξιολόγησης	12
Στοιχεία προγραμματισμού	12
Είδη ευκαιρίας	13
Ανταγωνιστές	13
Παραστατικά	13
Ιστορικό ευκαιρίας	14
Ανάλυση & αξιολόγηση ευκαιριών πώλησης	15
Ανάλυση pipeline	15
Χαμένες ευκαιρίες	16
Επισκόπηση pipeline	17
Ανάλυση φάσης πώλησης	18
Κύκλος πώλησης	19
Αποτελεσματικότητα στελεχών	20
Ανταγωνισμός	20
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΣΕ ΠΕΛΑΤΗ	21

Διαχείριση Leads

Ως lead ορίζεται η **MΗ πιστοποιημένη πληροφορία πώλησης**. Ένα lead αφορά έναν υπαρκτό πελάτη ή έναν υποψήφιο πελάτη. Παραδοσιακά ένα lead είναι αποτέλεσμα μιας marketing εκστρατείας, αλλά μπορεί και να εισαχθεί απευθείας από ένα εκπρόσωπο πωλήσεων ύστερα από μια πληροφορία που αποκόμισε μέσω μιας επικοινωνίας. Η επικοινωνία αυτή μπορεί να είναι μια συνάντηση, μία τηλεφωνική κλήση, ένα email ή ένα fax.

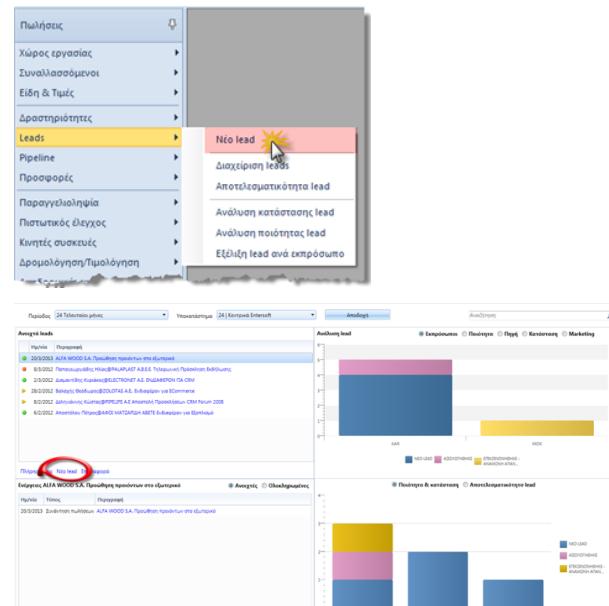
Η διαχείριση lead επιτρέπει σε μια εταιρεία να κρατά επαφή με τους υπάρχοντες πελάτες, να αποκτά νέους πελάτες και να εντοπίζει το ενδιαφέρον σχετικά με προϊόντα ή υπηρεσίες.

Ένα lead σχετίζεται με ένα πρόσωπο (νομικό ή φυσικό) το οποίο έχει εκδηλώσει ενδιαφέρον για προϊόντα ή υπηρεσίες. Ένα lead δεν περιέχει όλη την πληροφορία σχετικά με μια πιθανή ευκαιρία πωλήσεων αλλά μπορεί να φανεί ιδιαίτερα χρήσιμο στην ανακάλυψη μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας η οποία είναι πιθανό να μετατραπεί σε έσοδα. Οι εργασίες follow-up είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την αξιολόγηση του lead και τη μετατροπή του σε ευκαιρία πώλησης.

Δημιουργία νέου lead

Για να καταχωρίσουμε ένα lead υπάρχουν διαθέσιμοι οι παρακάτω τρόποι:

- ★ Από *Πωλήσεις / Leads* επιλέγουμε **Nέο lead**



- ★ Από *Πωλήσεις / Leads / Διαχείριση Leads* ή

- ★ Από *Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Τα Leads μου* (που εμφανίζει τα leads που έχουν ανατεθεί στον πόρο που συνδέεται με τον login χρήστη)

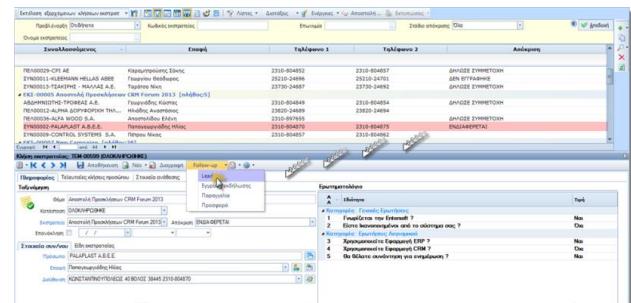
επιλέγουμε **Nέο lead**

- ★ Από *Πωλήσεις / Leads / Διαχείριση Leads* ή

- ★ Από *Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Τα Leads μου*

επιλέγουμε το σύνδεσμο **Πλήρης λίστα** και στη συνέχεια **Nέο lead** από τη σχετική οθόνη καταχώρισης της σύνθετης όψης

- ★ Ως αποτέλεσμα μιας ενέργειας marketing επιλέγοντας **Follow up / Nέο lead** μέσω της σύνθετης όψης **Εκτέλεση εξερχομένων κλήσεων εκστρατείας**.



- ★ Ως αποτέλεσμα των πληροφοριών που αποκόμισε ένας εκπρόσωπος πωλήσεων από μια επικοινωνία επιλέγοντας από την οριζόντια γραμμή εργαλείων της εργασίας πωλήσεων **Follow up / Lead**.

- ★ Ως αποτέλεσμα των πληροφοριών που αποκόμισε ένας εκπρόσωπος πωλήσεων από ένα email επιλέγοντας από την οθόνη του email το πλήκτρο **Nέο lead**.



Η οθόνη διαχείρισης του lead είναι η ακόλουθη:

Στοιχεία ταξινόμησης

Θέμα Προσδιορίζει μια σύντομη περιγραφή του lead (μέχρι 100 χαρακτήρες).

Κατάσταση Προσδιορίζει την τρέχουσα κατάσταση του lead. Κάθε κατάσταση ορίζει ένα συγκεκριμένο στάδιο εξέλιξης (πχ. αν το lead είναι σε εξέλιξη, αν ακυρώθηκε ή αν ολοκληρώθηκε). Οι διαθέσιμες καταστάσεις είναι: Νέο lead, Αξιολογήθηκε, Επικοινωνήθηκε – Αναμονή απάντησης, Μετατροπή σε ευκαιρία πώλησης, Μη ενδιαφέρον πελάτη.

Εκστρατεία Υποδηλώνει την marketing εκστρατεία από την οποία πιθανόν προήλθε το lead.

Απόκριση Προτείνεται η τελευταία απόκριση του προσώπου για την επιλεγμένη εκστρατεία εφόσον αυτή υπάρχει.

Στοιχεία lead

Πρόσωπο Όταν τα στοιχεία σου/νου είναι συμπληρωμένα δηλ. υπάρχει καταχωρημένη η εγγραφή του προσώπου τότε στο πεδίο αυτό προτείνεται αυτόματα η επωνυμία του προσώπου – σου/νου. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει καταχωρημένη εγγραφή προσώπου, συμπληρώνεται στο πεδίο αυτό η επωνυμία του προσώπου που σχετίζεται με το lead με σκοπό να δημιουργηθεί στην πορεία το νέο πρόσωπο μέσω της ενέργειας **Μετατροπή προσώπου** η οποία αναλύεται παρακάτω.

Όνομα Αφορά το όνομα της επαφής του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης με το πεδίο Πρόσωπο.

Επώνυμο Αφορά το επώνυμο της επαφής του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

Τηλέφωνο Αφορά το τηλέφωνο του προσώπου του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

Email Αφορά το email της επαφής του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

Κινητό Αφορά το κινητό της επαφής του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

Διεύθυνση Αφορά τη διεύθυνση του προσώπου του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

TK Αφορά το TK της διεύθυνσης του προσώπου του lead και ισχύει ο ίδιος κανόνας συμπλήρωσης.

Στοιχεία συναλλασσόμενου

Πρόσωπο - Συν/νος	<p>Συμπληρώνεται το πρόσωπο ή ο πελάτης που αφορά το lead. Το πεδίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για αναζήτηση είτε προσώπου είτε πελάτη χρησιμοποιώντας την επωνυμία ή τον κωδικό πελάτη. Με δεξιά κλικ εμφανίζονται διαθέσιμες ενέργειες: δημιουργία νέου προσώπου (φυσικού ή νομικού), δημιουργία νέου πελάτη και εμφάνιση ή μεταβολή της επιλεγμένης εγγραφής (προσώπου ή πελάτη). Η ετικέτα του πεδίου αλλάζει δυναμικά (αν έχει επιλεγεί ένας πελάτης τότε η ετικέτα αλλάζει σε «Συν/νος» διαφορετικά παραμένει «Πρόσωπο»).</p>
	Δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας νέου νομικού ή φυσικού προσώπου (γρήγορη φόρμα καταχώρησης) καθώς και νέου πελάτη βάσει του προσώπου της εργασίας εφόσον αυτό έχει επιλεγεί. Σε περίπτωση που το πεδίο συμπληρωθεί τότε εμφανίζεται η αντίστοιχη φόρμα.
Επαφή	Συμπληρώνεται η επαφή του προσώπου η οποία σχετίζεται με το συγκεκριμένο lead. Δεν απαιτείται να έχει επιλεγεί πρόσωπο ή συν/νος προκειμένου να επιλέξουμε επαφή. Εφόσον επιλεγεί επαφή συμπληρώνονται αυτόματα τα πεδία πρόσωπο και διεύθυνση.
	Δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας νέου φυσικού προσώπου (επαφής) με ταυτόχρονη δημιουργία σχέσης με το επιλεγμένο πρόσωπο του lead. Σε περίπτωση που έχει επιλεγεί επαφή, με την εκτέλεση της ενέργειας εμφανίζεται η φόρμα με τα στοιχεία της επιλεγμένης επαφής.
	Δίνεται δυνατότητα αποστολής e-mail στην επιλεγμένη επαφή. Η διεύθυνση e-mail προέρχεται από το ομώνυμο πεδίο της σχέσης μεταξύ του προσώπου και της επαφής του lead. Αν δεν υπάρχει συμπληρωμένη ηλεκτρονική διεύθυνση στη σχέση, επιλέγεται εκείνη του προσώπου.
	Δίνεται δυνατότητα επεξεργασίας των διευθύνσεων του επιλεγμένου προσώπου καθώς και η δημιουργία νέων.

Στοιχεία αξιολόγησης

Πηγή lead	Υποδηλώνει τη πηγή του lead (πχ. εκστρατεία, internet, προσωπική επαφή κτλ.).	
Ποιότητα	Υποδηλώνει την ποιότητα του lead βάσει της αξιολόγησης του εκπροσώπου πωλήσεων.	
Συστήμηκε από	Υποδηλώνει το πρόσωπο που μας σύστησε το lead. Το πεδίο αυτό παρέχει αναζήτηση στα πρόσωπα και υποστηρίζει σύνθετη αναζήτηση με Shift-F3.	
Εμπορικός τομέας	Προσδιορίζει τον εμπορικό τομέα που υπάγεται στον συν/νος του lead και συμπληρώνεται αυτόματα από τον εμπορικό τομέα του συν/νου. Δίνεται δυνατότητα αλλαγής της τιμής του εάν κρίνεται απαραίτητο.	
Δραστηρ/τα	Προσδιορίζει τη δραστηριότητα του συν/νου του lead και συμπληρώνεται αυτόματα από την δραστηριότητα του συν/νου. Δίνεται δυνατότητα αλλαγής της τιμής του εάν κρίνεται απαραίτητο.	

Στοιχεία προγραμματισμού

Εκπρόσωπος	Ο εκπρόσωπος πωλήσεων στον οποίο έχει ανατεθεί το lead.	
	Δυνατότητα αποστολής e-mail στον επιλεγμένο πόρο ανάθεσης.	
	Εμφανίζεται το ημερολόγιο των εργασιών που έχουν ανατεθεί στον επιλεγμένο πόρο ανάθεσης.	
'Έναρξη	Προσδιορίζει την έναρξη του lead και συμπληρώνεται αυτόματα με την τρέχουσα ημερομηνία.	
Ολοκλήρωση	Προσδιορίζει την πραγματική ημερομηνία ολοκλήρωσης. Το πεδίο συμπληρώνεται αυτόματα σε περίπτωση που επιλεγεί κατάσταση με στάδιο εξέλιξης ολοκληρώθηκε επιτυχώς, ολοκληρώθηκε ανεπιτυχώς ή ακυρώθηκε.	
Υπενθύμιση	Προσδιορίζει την ημερομηνία και την ώρα που επιθυμούμε το σύστημα να μας υπενθυμίσει το lead.	
Υποκ/μα	Προσδιορίζει το υποκατάστημα που διαχειρίζεται το lead. Προτείνεται αυτόματα η τιμή του login υποκ/μας.	

Πέραν των παραπάνω βασικών πεδίων, είναι διαθέσιμα πρόσθετα πεδία ενέργειες σε άλλα τμήματα της φόρμας. Συγκεκριμένα, επιπλέον εμφανίζονται τα παρακάτω τμήματα:

Σημειώσεις

Έχουμε τη δυνατότητα να καταχωρίσουμε σημειώσεις για το lead, οι οποίες μπορεί να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμες στη διαχείριση του και στη μετατροπή του σε ευκαιρία πώλησης.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window with the title 'Σημειώσεις'. The page content includes a note about entering notes for leads and a link to '1. Entersoft Business Suite'. A sidebar on the right lists various note types with icons: ΕΥΠ - Ευκαιρία πωλησης, ΣΝΠ - Συνάντηση πωλήσεων, ΤΕΣ - Εισερχόμενη κλήση, ΤΕΠ - Εξερχόμενη κλήση πωλήσεων, ΗΤΠ - email πωλήσεων, and ΤΕΜ - Εξερχόμενη κλήση εκστρατείας.

Ανοιχτές εργασίες

Ένα lead μπορεί να συνδεθεί με μια ή περισσότερες επιμέρους εργασίες. Στην περιοχή ανοιχτές εργασίες μπορούμε μέσω του πλήκτρου να δημιουργήσουμε μια νέα εργασία επιλέγοντας τον τύπο εργασίας που μας ενδιαφέρει. Η νέα επιμέρους εργασία που επιλέξαμε θα αποθηκευτεί με την αποθήκευση του lead. Η όψη ανοικτές εργασίες επιτρέπει μεταβολές και, με διπλό κλικ, εμφανίζεται η οθόνη της σχετικής εργασίας.

The screenshot shows a table titled 'Ανοιχτές εργασίες' with columns: Τύπος εργασίας, Θέμα, Αιροά, Κατάσταση, and Ανάθεση. One row is visible: Συνάντηση πωλήσεων, Προώθηση προϊόντων στο εξωτερικό, ΠΩΛΗΣΗ, ΑΝΟΙΧΤΟ, and KAR. To the right is a sidebar with task icons and descriptions: ΕΥΠ - Ευκαιρία πωλησης, ΣΝΠ - Συνάντηση πωλήσεων, ΤΕΣ - Εισερχόμενη κλήση, ΤΕΠ - Εξερχόμενη κλήση πωλήσεων, ΗΤΠ - email πωλήσεων, and ΤΕΜ - Εξερχόμενη κλήση εκστρατείας.

Ολοκληρωμένες εργασίες

Όταν ολοκληρώνεται μια επιμέρους εργασία του lead πχ. συνάντηση πωλήσεων, εισερχόμενη κλήση κτλ. η εγγραφή της εργασίας είναι διαθέσιμη πλέον στην περιοχή ολοκληρωμένες εργασίες.

The screenshot shows a table titled 'Ολοκληρωμένες εργασίες' with columns: Τύπος εργασίας, Θέμα, Ημερομηνία, and Ανάθεση. One row is visible: Συνάντηση πωλήσεων, Προώθηση προϊόντων στο εξωτερικό, 20/5/2013, and KAR.

Ιστορικό

Επιλεγοντας το ιστορικό μεταβολής παίρνουμε πληροφορίες που αφορούν τα στοιχεία της εγγραφής του lead καθώς και αλλάγές στην τιμή ορισμένων πεδίων όπως η κατάσταση, η προβλ. ημ/νία ολοκλήρωσης κτλ. Εμφανίζονται ανά πεδίο η προηγούμενη και η νέα τιμή, η ημ/νία μεταβολής καθώς και ο χρήστης μεταβολής.

The screenshot shows a table titled 'Ιστορικό' with columns: Πεδίο, Προηγούμενη τιμή, Νέα τιμή, Ημ/νία, and Χρήστης. It lists four entries: Κατάσταση (ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΘΚΕ - ΑΝΑΜΟΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ), Προγραμματική ημ/νία ολοκλήρωσης (24/6/2013 9:17:42 μμ), Κατάσταση (ΝΕΟ LEAD), Προβλεπόμενη ημ/νία έναρξης (20/3/2013 1:26:08 μμ), Νέα τιμή (ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΘΚΕ - ΑΝΑΜΟΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ), Ημ/νία (24/6/2013), and Χρήστης (KAR). Below the table is a section for 'Στοιχεία εγγραφής' with dropdown menus for Ημ/νία εγγραφής (20/ 3/2013), Ημ/νία δημιουργίας (20/ 3/2013), Χρήστης δημιουργίας (KAR), Υποκατόστημα (24), Ημ/νία τελ.μεταβολής (24/ 6/2013), and Χρήστης τελ.μεταβολής (KAR).

Ανάλυση στοιχείων leads

Σελίδα

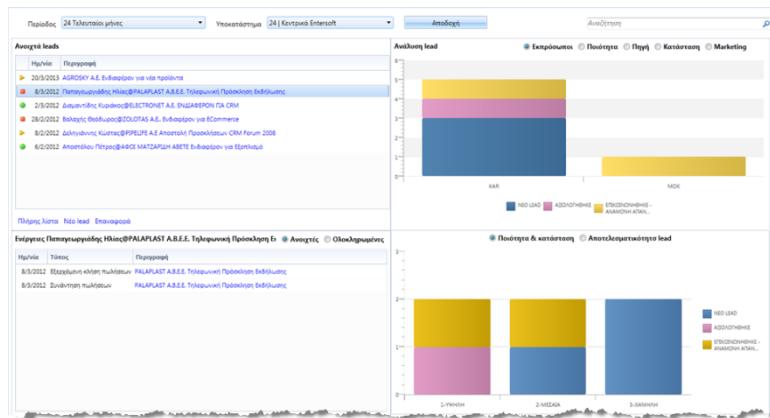
Περιεχόμενο

1. Διαχείριση Leads

Από Πωλήσεις / Leads / Διαχείριση Leads έχουμε πρόσβαση στη συγκεκριμένη σελίδα η οποία είναι διαδραστική με δυνατότητες διαχείρισης των ανοιχτών leads και των σχετικών εργασιών πωλήσεων. Μέσω αυτής της σελίδας έχουμε απαντήσεις στα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιος είναι ο μέσος όρος ημερών που μένουν τα ανοιχτά leads σε κάθε κατάσταση;
- Ποια είναι η πορεία μετατροπής των lead σε νίκες ανά εκπρόσωπο;
- Ποια είναι τα hot leads (υψηλή ποιότητα);
- Ποιο είναι το πλήθος leads ανά πηγή lead;

Επιλέγοντας ένα από τα ανοιχτά lead φιλτράρεται το αντικείμενο που απεικονίζει τις σχετικές ενέργειες (ανοιχτές ή ολοκληρωμένες). Επιλέγοντας τον σύνδεσμο Πλήρης λίστα έχουμε πρόσβαση στη σύνθετη όψη Διαχείριση Leads όπου μπορούμε να αναζητήσουμε ένα lead το οποίο έχει ολοκληρωθεί.



2. Τα Leads μου

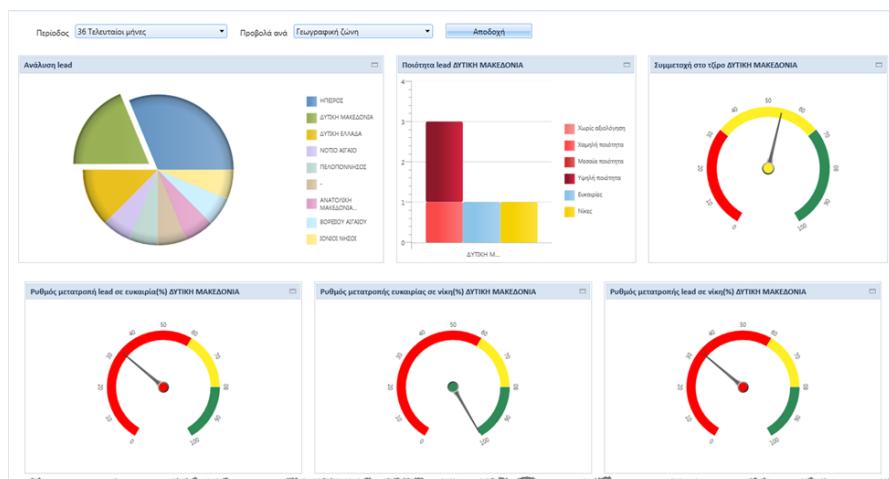
Ομοίως με τη σελίδα Διαχείριση Leads παρέχεται μια αντίστοιχη προσωπική σελίδα διαχείρισης των leads επιλέγοντας Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Τα Leads μου.

3. Αποτελεσματικότητα lead

Από Πωλήσεις / Leads / Αποτελεσματικότητα lead έχουμε τη δυνατότητα να αναλύσουμε ανά διαφορετική οντότητα – επιχειρηματική διάσταση την αποτελεσματικότητα των lead. Η επιλογή της διάστασης προς ανάλυση είναι παράμετρος της σελίδας.

Οι δείκτες που εξετάζονται είναι οι εξής:

- ▶ Πλήθος lead βάσει αξιολόγησης
- ▶ Πλήθος lead που μετατράπηκαν σε ευκαιρίες καθώς και νίκες
- ▶ Ρυθμός μετατροπής lead σε ευκαιρία καθώς και σε νίκη
- ▶ Ρυθμός μετατροπής ευκαιριών (που μετατράπηκαν από lead) σε νίκες
- ▶ Ποσοστό συμμετοχής (%) στο τζίρο που προήλθε από τα leads



4. Ανάλυση κατάστασης lead

Από Πωλήσεις / Leads / Ανάλυση κατάστασης lead έχουμε πρόσβαση στην αναφορά αυτή που μας δίνει το πλήθος των leads ανά κατάσταση καθώς και τη μέση διάρκεια σε ημέρες που παραμένουν σε αυτή τη κατάσταση. Από τη στήλη Κωδικός μπορούμε να δούμε τα leads που βρίσκονται σε αυτή τη κατάσταση.

Περιόδος	Υπερήφανος	Στάσης	Ποσ.	Διάρκεια (ημέρες)
ΕΠΙΧΟΝΙΟΗΣΗ - ΑΝΑΜΟΝΗ ΑΓΛΑΝΤΗΣΗΣ			232,37	463,95
			472	500
			500	500

5. Ανάλυση ποιότητας lead

Από Πωλήσεις / Leads / Ανάλυση ποιότητας lead όπου μέσω της συγκεκριμένης αναφοράς μπορούμε να αναλύσουμε την ποιότητα καθώς και τους βασικούς δείκτες αποτελεσματικότητας μετατροπής lead με ομαδοποίηση στις βασικές διαστάσεις ανάλυσης lead χρησιμοποιώντας το κριτήριο Ομαδοποίηση.

Τελερήθινη Ομάδα	Ομαδοποίηση	Στάσης	Στάλεχος	Χαρακτηριστικά	Μεσοτική ποσότητα	Υψηλή ποσότητα	Ευκαιρίες	Ρυθμός μετατροπής σε επιτοκία	Νίκες	Ρυθμός μετατροπής νικηών	Ρυθμός μετατροπής lead σε νίκη
KOG			0	1	0	0	1	100,00%	1	100,00%	100,00%
YFI			7	1	2	1	2	18,00%	2	100,00%	18,00%
KAR			6	4	7	6	14	60,00%	4	28,00%	17,00%
MOK			6	1	2	3	3	25,00%	1	33,00%	8,00%

Οι δείκτες που εξετάζονται είναι οι εξής:

- ▶ Πλήθος leads ανά ποιότητα
- ▶ Ευκαιρίες (Πλήθος leads που μετατράπηκαν σε ευκαιρία)
- ▶ Ρυθμός μετατροπής σε ευκαιρία (%) ($100 * \text{Πλήθος ευκαιριών} / \text{Πλήθος leads}$)
- ▶ Νίκες (Πλήθος leads που μετατράπηκαν σε νίκες. Μια νίκη υφίσταται όταν υπάρχει τουλάχιστον ένα παραστατικό πωλήσεων το οποίο σχετίζεται με την ευκαιρία)
- ▶ Ρυθμός μετατροπής ευκαιρίας σε νίκη (%) ($100 * \text{Πλήθος νικών} / \text{Πλήθος ευκαιριών}$)
- ▶ Ρυθμός μετατροπής lead σε νίκη (%) ($100 * \text{Πλήθος νικών} / \text{Πλήθος leads}$)

6. Εξέλιξη lead ανά εκπρόσωπο

Από Πωλήσεις / Leads / Εξέλιξη lead ανά εκπρόσωπο όπου μέσω αυτής της αναφοράς μπορούμε να αναλύσουμε την απόδοση των εκπροσώπων πώλησης.

Εξέλιξη lead ανά εκπρόσωπο	Περιόδος	Υπερήφανος	Στάσης	Περιγραφής ζυγίου	Περιγραφής							
Εμπορικός στόχος	Δροσηρωτής											
KOG	1	0	1									
KAR	5	1	6									
YFI	10	1	2									
ΠΩΔ_ΑΘΗ	3	3	2									
	19	5	11									
												218,2%

Οι δείκτες που εξετάζονται είναι οι εξής:

- ▶ Leads (Πλήθος leads)
- ▶ Hot leads (Πλήθος hot leads - υψηλή ποιότητα)
- ▶ Ευκαιρίες (Πλήθος leads που μετατράπηκαν σε ευκαιρία)
- ▶ Νίκες (Πλήθος leads που μετατράπηκαν σε νίκες. Μια νίκη υφίσταται όταν υπάρχει τουλάχιστον ένα παραστατικό πωλήσεων το οποίο σχετίζεται με την ευκαιρία)
- ▶ Ρυθμός μετατροπής lead σε νίκη (%) ($100 * \text{Πλήθος νικών} / \text{Πλήθος leads}$)

Μετατροπή lead

Σε ένα lead παρέχονται οι παρακάτω δυνατότητες μετατροπής:

Μετατροπή σε νομικό πρόσωπο, σε φυσικό πρόσωπο ή σε σχέση νομικού – φυσικού προσώπου

Η ενέργεια μετατροπής προσώπου έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθεί το νομικό πρόσωπο, το φυσικό πρόσωπο και η μεταξύ τους σχέση λαμβάνοντας υπόψη τα συμπληρωμένα στοιχεία στην περιοχή **Στοιχεία lead**.

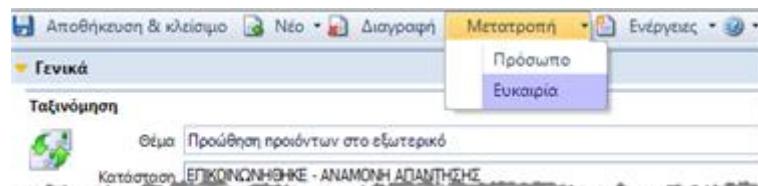
Προϋπόθεση αποτελεί να μην υπάρχει συμπληρωμένο Πρόσωπο στην περιοχή Συναλλασσόμενος.



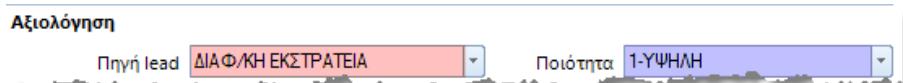
Μετατροπή σε μια πιθανή ευκαιρία πώλησης

Ένα lead αξιολογείται από τον εκπρόσωπο πωλήσεων που το διαχειρίζεται με σκοπό πάντα την **μετατροπή** του σε ευκαιρία πώλησης.

Στην επικεφαλίδα της φόρμας υπάρχει διαθέσιμη ενέργεια για τη μετατροπή ενός lead σε ευκαιρία πώλησης. Η ενέργεια αυτή επιτρέπει **μόνο μια** ευκαιρία πώλησης να παραχθεί από ένα lead.



Η μετατροπή προϋποθέτει την **αξιολόγηση** του lead από ένα στέλεχος πωλήσεων.

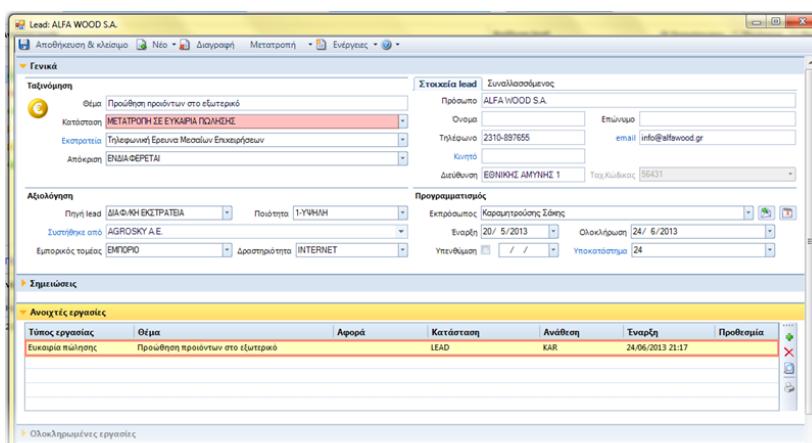
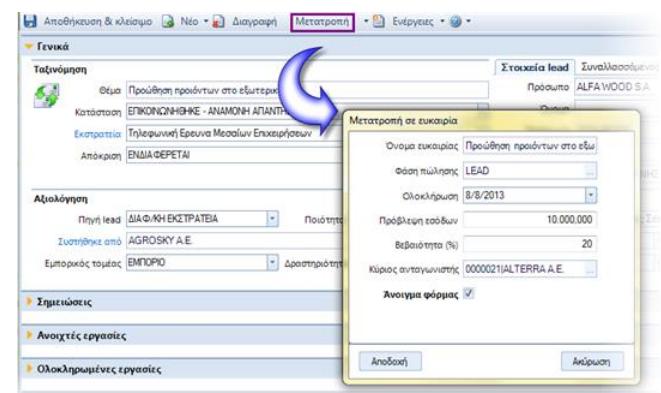


Τα πεδία που αφορούν την αξιολόγηση του Lead είναι: **Πληγή lead** και **Ποιότητα lead**

Με την επιλογή της ενέργειας **μετατροπή σε ευκαιρία** εμφανίζεται διάλογος με σκοπό να συμπληρωθούν υποχρεωτικά ορισμένα πεδία:

- ▶ Όνομα ευκαιρίας
- ▶ Προβλ. Ημ/via Ολοκλήρωσης
- ▶ % Βεβαιότητας
- ▶ Πρόβλεψη εσόδων

Παρατηρούμε ότι με την ολοκλήρωση αυτής της ενέργειας η **Κατάσταση** του Lead αλλάζει σε Μετατροπή σε Ευκαιρία Πώλησης και η Ευκαιρία Πώλησης που δημιουργήθηκε εμφανίζεται πλέον ως επιμέρους **εργασία** του Lead.



Διαχείριση ευκαιριών πώλησης

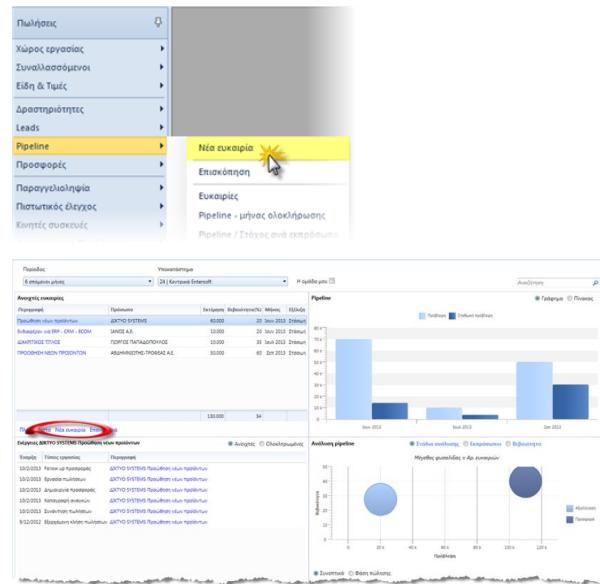
Ως ευκαιρία πώλησης ορίζεται η πιστοποιημένη πληροφορία πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών. Μια ευκαιρία πώλησης μπορεί να αφορά έναν υπαρκτό πελάτη ή έναν υποψήφιο πελάτη. Μπορεί να δημιουργηθεί αυτόνομα ή να δημιουργηθεί ύστερα από μετατροπή ενός πιστοποιημένου lead.

Η διαχείριση ευκαιριών μας δίνει τη δυνατότητα ελέγχου του κύκλου πώλησης. Ο κύκλος πώλησης διαιρείται σε διαφορετικές φάσεις πώλησης. Σε κάθε φάση του κύκλου πώλησης εκτελούνται διαφορετικές εργασίες πωλήσεων οι οποίες σχετίζονται με την ευκαιρία. Υπάρχουν διαθέσιμα πρότυπα ευκαιριών τα οποία ορίζουν συγκεκριμένα σενάρια πώλησης όπου η ροή εκτέλεσης των εργασιών είναι προκαθορισμένη. Η διαχείριση ευκαιριών είναι πλήρως συγχρονισμένη με το ES Mobile-Sales με αποτέλεσμα οι εκπρόσωποι πωλήσεων να μπορούν να διαχειριστούν τις ευκαιρίες του οποιαδήποτε χρονική στιγμή και από οποιοδήποτε σημείο.

Δημιουργία νέας ευκαιρίας

Για να καταχωρίσουμε μια ευκαιρία υπάρχουν διαθέσιμοι οι παρακάτω τρόποι:

- ★ Από Πωλήσεις / Pipeline επιλέγουμε Νέα ευκαιρία



- ★ Από Πωλήσεις / Pipeline / Ευκαιρίες ή

- ★ Από Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Οι Ευκαιρίες μου (που εμφανίζει τις ευκαιρίες που έχουν ανατεθεί στον πόρο που συνδέεται με τον login χρήστη)

επιλέγουμε Νέα ευκαιρία

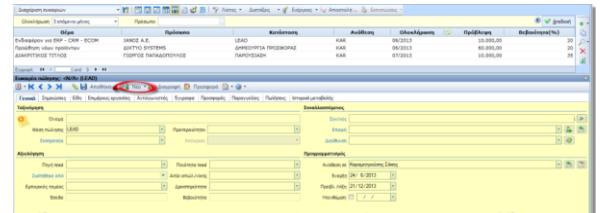
- ★ Από Πωλήσεις / Pipeline / Ευκαιρίες ή

- ★ Από Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Οι Ευκαιρίες μου

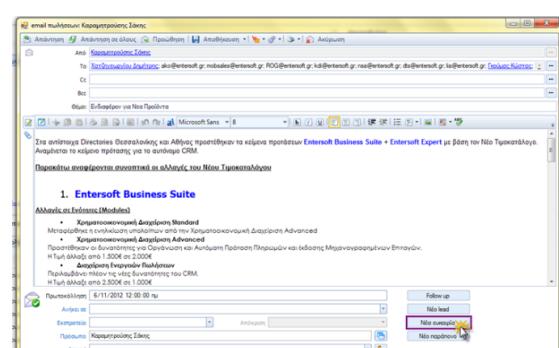
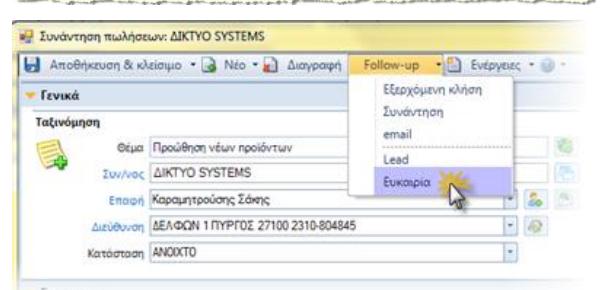
επιλέγουμε το σύνδεσμο Πλήρης λίστα και στη συνέχεια Νέο lead από τη σχετική οθόνη καταχώρισης της σύνθετης όψης

- ★ Ως αποτέλεσμα των πληροφοριών που αποκόμισε ένας

εκπρόσωπος πωλήσεων από μια επικοινωνία επιλέγοντας από την οθόνη της εργασίας πωλήσεων Follow up / Ευκαιρία.



- ★ Επιλέγοντας Νέα Ευκαιρία από την οθόνη του Email.



Επιλέγοντας **Νέα ευκαιρία** εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη διαχείρισης.

Στοιχεία ταξινόμησης

Όνομα Προσδιορίζει μια σύντομη περιγραφή της ευκαιρίας (μέχρι 100 χαρακτήρες).

Φάση πώλησης Προσδιορίζει την τρέχουσα φάση ευκαιρίας. Οι φάσεις / καταστάσεις της ευκαιρίας ορίζουν τον κύκλο πώλησης. Οι φάσεις που ορίζονται στην πρότυπη παραμετροποίηση είναι: Lead, Καταγραφή αναγκών, Παρουσίαση, Δημιουργία προσφοράς, Επίδοση προσφοράς, Διαπραγματεύσεις, Πώληση επιτεύχθηκε, Πώληση χάθηκε.

Προτεραιότητα Προσδιορίζει την προτεραιότητα της ευκαιρίας

Εκστρατεία Υποδηλώνει την marketing εκστρατεία από την οποία προήλθε η ευκαιρία.



Η διαχείριση ευκαιριών και pipeline παρέχει 3 διαφορετικά **στάδια για την ανάλυση του κύκλου πώλησης**. Τα στάδια ανάλυσης επιτρέπουν να αξιολογήσουμε την απόδοση pipeline σε υψηλότερο επίπεδο και είναι τα εξής:

★ Αξιολόγηση

★ Προσφορά

★ Απόφαση

Στοιχεία συναλλασσόμενου

Πρόσωπο - Συν/νος Συμπληρώνεται το πρόσωπο ή ο πελάτης που αφορά η ευκαιρία. Το πεδίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για αναζήτηση προσώπου ή πελάτη χρησιμοποιώντας την επωνυμία ή τον κωδικό. Με δεξιή κλικ στο πεδίο εμφανίζονται διαθέσιμες ενέργειες: δημιουργία νέου προσώπου (φυσικού ή νομικού), δημιουργία νέου πελάτη και εμφάνιση ή μεταβολή της επιλεγμένης εγγραφής (προσώπου ή πελάτη). Η ετικέτα του πεδίου αλλάζει δυναμικά (αν έχει επιλεγεί πελάτης, η ετικέτα αλλάζει σε «Συν/νος», αλλιώς παραμένει «Πρόσωπο»).



Δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας νέου νομικού ή φυσικού προσώπου καθώς και νέου πελάτη βάσει του προσώπου της ευκαιρίας. Σε περίπτωση που το πεδίο συμπληρωθεί, τότε εμφανίζεται η αντίστοιχη φόρμα.



Επαφή Η επαφή του προσώπου που σχετίζεται με τη συγκεκριμένη ευκαιρία. Δεν απαιτείται επιλογή προσώπου ή συν/νου προκειμένου να επιλέξουμε επαφή. Αν επιλεγεί επαφή, συμπληρώνονται αυτόματα πρόσωπο και διεύθυνση.



Δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας νέου φυσικού προσώπου (επαφής) με ταυτόχρονη δημιουργία σχέσης με το επιλεγμένο πρόσωπο της εργασίας. Αν έχει επιλεγεί επαφή, εμφανίζεται η φόρμα με τα στοιχεία της.



Δίνεται η δυνατότητα αποστολής e-mail στην επιλεγμένη επαφή. Η διεύθυνση e-mail προέρχεται από το ομώνυμο πεδίο της σχέσης μεταξύ του προσώπου και της επαφής της εργασίας. Αν δεν υπάρχει συμπληρωμένη ηλεκτρονική διεύθυνση στη σχέση, επιλέγεται εκείνη του προσώπου.



Δίνεται η δυνατότητα επεξεργασίας των διευθύνσεων του επιλεγμένου προσώπου καθώς και η δημιουργία νέων.

Στοιχεία αξιολόγησης

		Αξιολόγηση			
Πηγή lead	Υποδηλώνει την πηγή lead της ευκαιρίας (px. εκστρατεία, internet, προσωπική επαφή κτλ.)	Πηγή lead	ΔΙΑΦ/ΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ	Ποιότητα lead	1-ΥΨΗΛΗ
Ποιότητα lead	Υποδηλώνει την ποιότητα βάσει της αξιολόγησης του στελέχους πωλήσεων που διαχειρίζεται την ευκαιρία	Συστήματα από	AGROSKY A.E.	Αιτία απώλ./νίκης	
Συστήματα από	Υποδηλώνει το πρόσωπο που μας σύστησε την ευκαιρία. Το πεδίο αυτό παρέχει αναζήτηση στα πρόσωπα και υποστηρίζει σύνθετη αναζήτηση με Shift-F3.	Εμπορικός τομέας	ΕΜΠΟΡΙΟ	Δραστηριότητα	INTERNET
Αιτία απώλειας/νίκης	Προσδιορίζει τη βασική αιτία νίκης ή απώλειας της ευκαιρίας.	Έσοδα	25.000,00 €	Βεβαιότητα	20,0 %
Εμπορικός τομέας	Συμπληρώνεται αυτόματα από τον εμπορικό τομέα του συν/vou.				
Δραστηριότητα	Συμπληρώνεται αυτόματα από την δραστηριότητα του συν/vou.				
'Έσοδα	Προσδιορίζει τα εκτιμώμενα έσοδα που αναμένει ο εκπρόσωπος πωλήσεων από την ευκαιρία.				
Βεβαιότητα	Προσδιορίζει την βεβαιότητα (σε ποσοστό) του εκπροσώπου πωλήσεων που διαχειρίζεται την ευκαιρία σχετικά με την πιθανότητα πώλησης.				

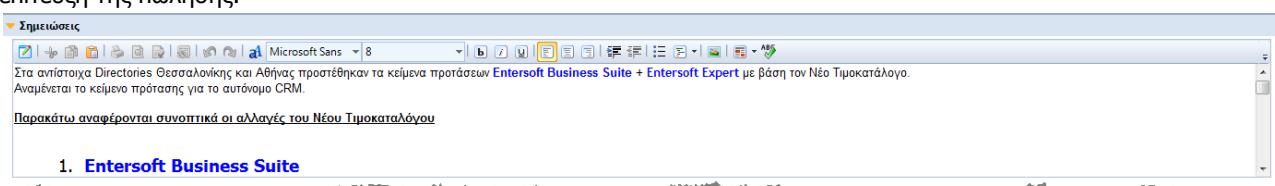
Στοιχεία προγραμματισμού

Εκπρόσωπος	Προσδιορίζει τον εκπρόσωπο πωλήσεων στον οποίο έχει ανατεθεί η ευκαιρία.	
		
'Εναρξη	Δίνεται η δυνατότητα αποστολής e-mail στον πόρο ανάθεσης της ευκαιρίας.	
		
Προβλεπόμενη λήξη	Εμφανίζεται το ημερολόγιο των εργασιών που έχουν ανατεθεί στον επιλεγμένο πόρο ανάθεσης.	
		
Υποκατάστημα	Προσδιορίζει την ημερομηνία έναρξης της ευκαιρίας και συμπληρώνεται <u>αυτόματα</u> με την τρέχουσα ημ/vía.	
	Προσδιορίζει την προβλεπόμενη ημερομηνία ολοκλήρωσης της ευκαιρίας. Ιδιαίτερα σημαντικό πεδίο στην ανάλυση pipeline.	
Υπενθύμιση	Προσδιορίζει το υποκατάστημα που διαχειρίζεται την ευκαιρία.	
	Προσδιορίζει την ημερομηνία και την ώρα που επιθυμούμε το σύστημα να μας υπενθυμίσει την ευκαιρία.	

Πέραν των παραπάνω βασικών πεδίων, είναι διαθέσιμα πρόσθιτα πεδία ενέργειες σε άλλα τμήματα της ευκαιρίας. Συγκεκριμένα, διαθέσιμα είναι τα παρακάτω τμήματα:

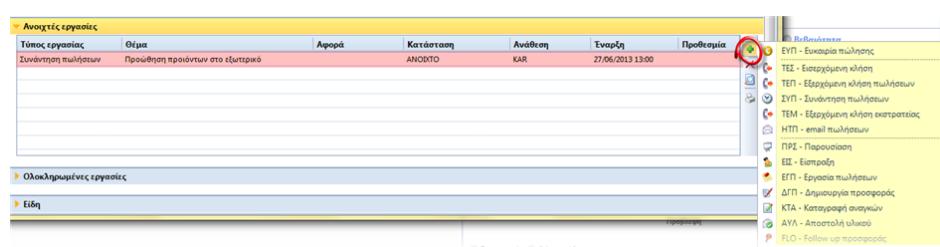
Σημειώσεις

Έχουμε τη δυνατότητα να καταχωρίσουμε σημειώσεις για την ευκαιρία, οι οποίες μπορεί να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμες στην επίτευξη της πώλησης.



Ανοικτές εργασίες

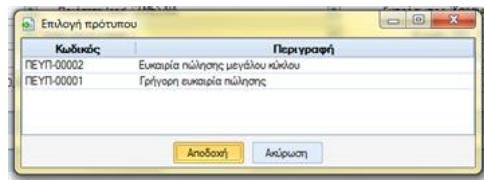
Μια ευκαιρία μπορεί να συνδεθεί με μια ή περισσότερες επιμέρους εργασίες. Στην περιοχή ανοιχτές εργασίες μπορούμε με το  να δημιουργήσουμε νέα εργασία επιλέγοντας πρώτα τον τύπο εργασίας. Η νέα εργασία θα αποθηκευτεί με την αποθήκευση της ευκαιρίας. Η ώρα ανοικτές εργασίες επιτάχυνει την ανάπτυξη της περιοχής.




Σημαντικό

Έχουμε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε τα πρότυπα ευκαιριών τα οποία ορίζουν συγκεκριμένα σενάρια πώλησης όπου η ροή εκτέλεσης των εργασιών είναι προκαθορισμένη. Επιλέγοντας ένα πρότυπο ευκαιρίας αυτόματα θα συμπληρωθούν οι προτεινόμενες εργασίες προς εκτέλεση, στην περιοχή **Ανοιχτές Εργασίες**.

Για να επιλέξουμε ένα πρότυπο επιλέγουμε **Ενέργειες** → **Εφαρμογή προτύπου**.



Ολοκληρωμένες εργασίες

Όταν ολοκληρώνεται μια επιμέρους εργασία της ευκαιρίας πχ. συνάντηση πωλήσεων, εισερχόμενη κλήση κτλ. αυτή

εμφανίζεται πλέον στην περιοχή **ολοκληρωμένες εργασίες**.

Είδη ευκαιρίας

Σε μια ευκαιρία δηλώνουμε τα είδη (είδη αποθήκης, είδη καταλόγου ή υπηρεσίες) που ενδιαφέρουν τον υποψήφιο πελάτη

Ολοκληρωμένες εργασίες		Θέμα	Ημερομηνία	Ανάθεση
Τύπος εργασίας	Προώθηση προϊόντων στο εξωτερικό		15/9/2013	KAR
Καταγραφή αναγκών				

Είδη						
ΑΑ	Είδος	Περιγραφή	ΜΜ	Ποσότητα	Καθαρή αξία	
1	CRM-LIC-10000	CRM Βασική Λειτουργικότητα	TEM	10.000	0.00	
2	CRM-LIC-10002	CRM Import/Export Tools	TEM	20.000	0.00	
3	CRM-LIC-10003	CRM Χρήστης / κάθε ένας	TEM	10.000	0.00	
4	CRM-LIC-10004	CRM Σύστημα Διαχείρισης Έγγραφων	TEM	15.000	0.00	

Ανταγωνιστές

Μια ευκαιρία πώλησης μπορεί να συσχετισθεί με έναν ή περισσότερους ανταγωνιστές. Ένας εκπρόσωπος πωλήσεων θα πρέπει να γνωρίζει τους ανταγωνιστές του σε μια ευκαιρία πώλησης καθώς επίσης και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Η διαχείριση των ανταγωνιστών μιας ευκαιρίας είναι ιεραρχική. Ανά ανταγωνιστή μπορούμε να καταγράψουμε ένα ή περισσότερα πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα.

Ανταγωνιστές					
Επωνυμία	Ανεξια	Σχόλια	Πρωτεύων ανταγωνιστής	Νικητής	
ALTERRA A.E.	2-ΜΕΣΑΙΑ	Πλεονεκτήμα/Μειονεκτήμα			
1 ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΤΙΜΗ					
2 ΛΙΓΟΤΕΡΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ					
3 ΜΕΙΟΝ. ΠΡΟΣΦ. ΛΥΣΗΣ					

Τα πεδία που αφορούν τον ανταγωνισμό είναι τα παρακάτω:

- | | |
|-----------------------|---|
| Επωνυμία | Προσδιορίζει την επωνυμία του ανταγωνιστή. Η αναζήτηση αφορά τα πρόσωπα του συστήματος. |
| Απειλή | Χαρακτηρίζει την απειλή από τον κάθε ανταγωνιστή (πχ. χαμηλή, υψηλή). |
| Σχόλια | Συμπληρώνουμε ελεύθερα σχόλια σχετικά με τον επιλεγμένο ανταγωνιστή |
| Πρωτεύων ανταγωνιστής | Ένας μόνο ανταγωνιστής μπορεί να χαρακτηρισθεί ως πρωτεύων ανταγωνιστής για μια ευκαιρία. |
| Νικητής | Σε περίπτωση που μια ευκαιρία χαθεί μας δίνεται η δυνατότητα να χαρακτηρίσουμε έναν ανταγωνιστή σαν νικητή της ευκαιρίας πώλησης. |

Παραστατικά

Μια ευκαιρία μπορεί να σχετίζεται με ένα ή περισσότερα παραστατικά πωλήσεων.

- ▶ Προσφορές

Παραστατικά										
Προσφορές	Παραγγελίες	Πωλήσεις	Ημ/νία	Παραστατικό	Τίτλος	Συναλλασσόμενος	Αξία	ΦΠΑ	Σύνολο	Μετσ/...
			24/6/2013	ΠΡΦ-Α-00095	Προσφορά σε πελάτη Κεντρικά ΕΣ	ΠΕΛ00036 - ALFA WOOD S.A.	61.380,01	14.117,40	75.497,41	καθόλου

- ▶ Παραγγελίες

Παραστατικά										
Παραγγελίες	Παραστατικό	Τίτλος	Συναλλασσόμενος	Αξία	ΦΠΑ	Σύνολο	Μετσ/...	Εκτ.	Κα	Δια
			ΠΑΡ-Α-00159	Παραγγελία πώλησης Κεντρικό ΕΣ	ΠΕΛ00036 - ALFA WOOD S.A.	25.723,25	5.916,35	31.639,60	καθόλου	

- ▶ Τιμολόγια

Παραστατικά										
Πωλήσεις ευκαιρίας	Παρ/κό	Τίτλος	Συναλλασσόμενος	Αξία	ΦΠΑ	Σύνολο	Μικτός ήχος	Καθαρός ήχος	Εκτ.	Κα
			ΤΔΑ-Α-01684	Τιμολόγιο πώλησης - Δελτίο...	ΠΕΛ00036 - ALFA WOOD S.A.	23.092,81	5.311,34	28.744,25	28.744,...	23.092,81

Σχετικά έγγραφα

Κατά τη διάρκεια του κύκλου πώλησης μιας ευκαιρίας είναι πιθανό να χρησιμοποιήσουμε διάφορα έγγραφα (πχ. μια εταιρική παρουσίαση, μια προσφορά σε pdf, ένα φύλλο xls κτλ) τα οποία έχουμε τη δυνατότητα να τα επισυνάψουμε στην περιοχή σχετικά έγγραφα και να είναι διαθέσιμα στους εκπροσώπους πωλήσεων.

Σχετικά έγγραφα									
	Θέση/Όνομα :	Τόπος :	Κατηγορία :	Ωράδα :	Ημ/νία Αναφορ...	Τίτλος :	Κωδικός :	Αποθήκαση στη Β....	Εισερχόμενο
	E:\Library\Update.txt	.txt	Prospectus...	Διαφρασ...	24/6/2...	Update	0000391	All	...

Ιστορικό ευκαιρίας

Επιλέγοντας το ιστορικό μεταβολής παίρνουμε πληροφορίες που αφορούν τα στοιχεία της ευκαιρίας καθώς και αλλαγές στην τιμή ορισμένων πεδίων όπως η κατάσταση, η προβλ. ημ/νία ολοκλήρωσης κτλ. Εμφανίζονται ανά πεδίο η προηγούμενη και η νέα τιμή, η ημ/νία μεταβολής καθώς και ο χρήστης μεταβολής.

Ιστορικό				
Πεδίο	Προηγούμενη τιμή	Νέα τιμή	Ημ/νία	Χρήστης
Κατόσταση	ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ	ΠΩΛΗΣΗ ΕΠΙΤΕΥΧΗΣΗΣ	24/6/2013	KAR
Πραγματική ημ/νία ολοκλήρωσης		24/6/2013 10:02:23 μμ	24/6/2013	KAR
Έσοδο ευκαιρίας	10000,00	25000,00	24/6/2013	KAR
Προβλεπόμενη ημ/νία έναρξης	24/6/2013 9:17:19 μμ	20/6/2013 9:17:19 μμ	24/6/2013	KAR
Προβλεπόμενη ημ/νία ολοκλήρ...	8/8/2013 9:15:11 μμ	21/11/2013 12:00:00 μμ	24/6/2013	KAR

Στοιχεία εγγραφής				
Ημ/νία εγγραφής	24/ 6/2013	21:17	Υποκατόστημα	24 Κεντρικό Entersoft
Ημ/νία δημιουργίας	24/ 6/2013		Ημ/νία τελμετοβολής	24/ 6/2013
Χρήστης δημιουργίας	KAR		Χρήστης τελμετοβολής	KAR

Ανάλυση & αξιολόγηση ευκαιριών πώλησης

Σελίδα

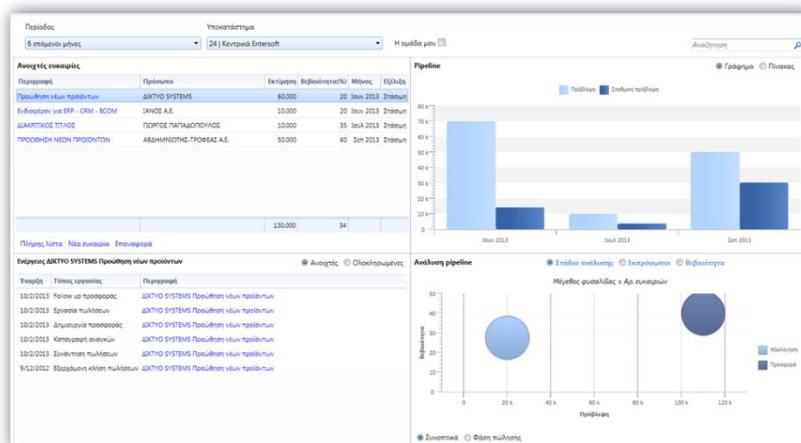
Περιεχόμενο

1. Ευκαιρίες

Από Πωλήσεις / Pipeline / Ευκαιρίες έχουμε πρόσβαση στην κεντρική σελίδα διαχείρισης ευκαιριών καθώς και ενεργειών που εκτελούνται για αυτές κατά τη διάρκεια του κύκλου πώλησης. Η σελίδα είναι διαδραστική και εκτελείται αυτόματα μετά τη κλήση της από το μενού. Η μόνη παράμετρος είναι η περίοδος ολοκλήρωσης των ευκαιριών. Μέσω αυτής της σελίδας έχουμε απαντήσεις στα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιες ευκαιρίες έχουν υψηλό ποσοστό βεβαιότητας;
- Ποιες ευκαιρίες είναι σε φάση διαπραγμάτευσης;
- Ποιος είναι ο μέσος όρος ημερών που μένουν οι ανοιχτές ευκαιρίες σε κάθε κατάσταση;

Παρέχονται δυνατότητες δημιουργίας και ενημέρωσης ευκαιριών, ενημέρωσης των επιμέρους εργασιών των ευκαιριών και πλήρους παρακολούθησης-ανάλυσης των ανοικτών ευκαιριών.



2. Οι Ευκαιρίες μου

Ομοίως με τη σελίδα [Ευκαιρίες](#) παρέχεται μια αντίστοιχη **προσωπική σελίδα διαχείρισης** των ευκαιριών επιλέγοντας [Πωλήσεις / Χώρος εργασίας / Οι ευκαιρίες μου](#).

3. Ανάλυση pipeline

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές / Ανάλυση pipeline έχουμε τη δυνατότητα να αναλύσουμε ανά διαφορετική οντότητα – επιχειρηματική διάσταση την αποτελεσματικότητα του pipeline των πωλήσεων. Η επιλογή της διάστασης προς ανάλυση είναι παράμετρος.

Οιανάλυψαν		Ομαδοποίηση		Γεωγραφική ζώνη		Ανοιχτές		Τίτλος		Υποκατάστημα		Προβλέψη		Αναλογία	
ΑΤΤΙΚΗ	4	5	0			256.000,00 €		69.000,00 €		0,00 €	100,00%	435	89,23%		
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	4	2	2			231.000,00 €		37.560,00 €		79.000,00 €	50,00%	239	27,02%		
ΗΠΕΙΡΟΣ	8	6	4			375.000,00 €		32.180,00 €		95.000,00 €	60,00%	745	14,63%		
ΑΥΤΩΝΟΜΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1	4	2			180.000,00 €		22.200,00 €		30.000,00 €	66,00%	422	16,44%		
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	4	5	2			150.500,00 €		22.000,00 €		8.000,00 €	71,00%	515	25,73%		
ΑΥΤΩΝΟΜΗ ΕΛΛΑΣ	5	4	1			310.000,00 €		8.000,00 €		10.000,00 €	80,00%	883	8,00%		
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1	1	1			30.000,00 €		8.000,00 €		10.000,00 €	50,00%	1348	40,00%		
ΙΩΝΙΟΙ ΝΗΣΙΣ	1	1	0			38.000,00 €		8.000,00 €		0,00 €	100,00%	771	286,67%		
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	0	0	0			40.000,00 €		7.200,00 €		0,00 €	100,00%	1269	18,00%		
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & Θράκη	1	0	0			125.000,00 €		0,00 €		0,00 €	0,00%	1506	0,00%		
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	2	3	1			150.025,00 €		30.000,00 €		50.000,00 €	75,00%	268			
ΚΡΗΤΗ	0	0	1			50.000,00 €		50.000,00 €		0,00 €	0,00%	1380	0,00%		

Οι δείκτες που εξετάζονται είναι οι εξής:

- ▶ Ανοιχτές ευκαιρίες (Πλήθος ανοιχτών ευκαιριών)
- ▶ Νίκες (Πλήθος κερδισμένων ευκαιριών)
- ▶ Ήττες (Πλήθος χαμένων ευκαιριών)
- ▶ Μέση διάρκεια κύκλου πώλησης (ημέρες) (Η διάρκεια υπολογίζεται για τις ανοικτές ευκαιρίες από την έναρξη έως σήμερα και για τις ολοκληρωμένες από την έναρξη έως την ημ/via ολοκλήρωσης)
- ▶ Πρόβλεψη εσόδων (Η αξία της πρόβλεψης εσόδων από τις ανοιχτές ευκαιρίες)
- ▶ Τζίρος (Η αξία του τζίρου από τις κερδισμένες ευκαιρίες)
- ▶ Χαμένα έσοδα (Η αξία του τζίρου από τις χαμένες ευκαιρίες)
- ▶ Ρυθμός νίκης (%) (%) (Νίκες / Νίκες + Ήττες))
- ▶ Ρυθμός μετατροπής πρόβλεψης σε τζίρο (%) ((Τζίρος / Πρόβλεψη εσόδων) (%)

4. Ανάλυση ανταγωνισμού

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές / Ανάλυση ανταγωνισμού έχουμε τη δυνατότητα να αναλύσουμε την απόδοσή μας σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές όπως καταγράφονται μέσα από τις ευκαιρίες που διαχειρίζονται οι εκπρόσωποι πωλήσεων.

Ανταγωνιστής	Ανοιχτής	Νέας	Ανοιχτή πρόβλημα	Pipeline Σύνολο	Κύκλος πώλησης	Ρυθμός νίκης	Μέσος κύκλος πωλήσεων
ENTERSOFT NORTH A.E.	1	0	45.000,00	49.400,00	100,00	100,00	255
ALTERRA A.E.	1	1	10.000,00	23.092,81	0,00	50,00	53

Οι δείκτες που εξετάζονται είναι οι ίδιοι ακριβώς που εξετάζει η **Ανάλυση pipeline**

5. Ανάλυση φάσης πώλησης

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές μέσω αυτής της όψης μπορούμε να αναλύσουμε τη φάση πώλησης των ανοιχτών ευκαιριών σε μία περίοδο.

Καθώς	Ανοιχτές ευκαιρίες	Πρόβλημα	Μέση διάρκεια στην φάση (ήμερες)	Ιστορική διάρκεια στην φάση
LEAD	1	10.000,00 €	216,50	0,00
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ		10.000,00 €	96,42	0,00
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ		110.000,00 €	108,75	0,00

Για κάθε φάση του κύκλου πώλησης υπολογίζονται τα εξής:

- ▶ **Ανοιχτές ευκαιρίες** (Πλήθος ανοιχτών ευκαιριών)
- ▶ **Πρόβλεψη εσόδων** (Η αξία της πρόβλεψης εσόδων από τις ανοιχτές ευκαιρίες)
- ▶ **Μέση διάρκεια στη φάση (ημέρες)** (το μέσο πλήθος ημερών όπου παραμένουν οι ευκαιρίες σε κάθε φάση)
- ▶ **Ιστορική διάρκεια στη φάση** (το μέσο πλήθος ημερών όπου οι κλεισμένες ευκαιρίες παρέμειναν σε κάθε φάση – το εικονίδιο στη φάση υποδηλώνει την ταχύτητα -> επιτάχυνση ή επιβράδυνση μέσα στον κύκλο πώλησης)

6. Ευκαιρίες με παρελθοντική ολοκλήρωση

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές έχουμε εικόνα για τις κλειστές παρελθοντικές ευκαιρίες, με κριτήρια όπως το υποκ/μα και άλλες διαστάσεις.

7. Κορυφαίες ανοιχτές ευκαιρίες

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές έχουμε πρόσβαση στην αναφορά αυτή, η οποία αναλύει τις κορυφαίες ανοιχτές ευκαιρίες.

8. Κορυφαίες νίκες

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές μέσω αυτής της αναφοράς αναλύσουμε τις κορυφαίες νίκες σε κλειστές ευκαιρίες πώλησης. Υπάρχουν διαθέσιμα κριτήρια όπως το υποκατάστημα και άλλες επιχειρηματικές διαστάσεις.

Περιγραφή	Πρόσωπο	Στατιστικό	Ολοκλήρωση	Pipeline Σύνολο	Κύκλος πώλησης	Φάση πώλησης	Αριτ. νίκες	Ανταγωνιστής
ERP με Ενωμένη πλατφόρμα CRM	SPRING WATER A.E.	KAR	04/2013	49.400,00	184		184	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΙ...
Προσωρινή προώθηση στο εμπόριο	ALFA WOOD S.A.	KAR	06/2013	23.092,81	4	ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ	0	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΗΠΗ...
Αποστολή Προσκλήσεων CRM Forum 2008	CONTROL SYSTEMS S.A.	KOG	04/2013	12.973,50	78		78	ΑΜΕΣΟΤΗΤΑ ΠΡ...
ERP Σύστημα	ALFA WOOD S.A.	KAR	05/2013	10.732,82	115		115	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΙ...
Πώληση νέων υπηρεσιών B2C	NTONIKI A.E.	YFI	05/2013	10.000,00	184		184	ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ
Υπηρεσία telemarketing	ELECTRONET A.E.	YFI	06/2013	4.544,91	54		54	

Απεικονίζει ανά ευκαιρία τους παρακάτω δείκτες:

- ▶ **Τζίρος**
- ▶ **Κύκλος πώλησης (ημέρες)**
- ▶ **Φάση πώλησης τη χρονική στιγμή που η ευκαιρία κερδήθηκε**
- ▶ **Πρόβλεψη εσόδων / Έσοδα (%)**
- ▶ **Εκπρόσωπος πωλήσεων**

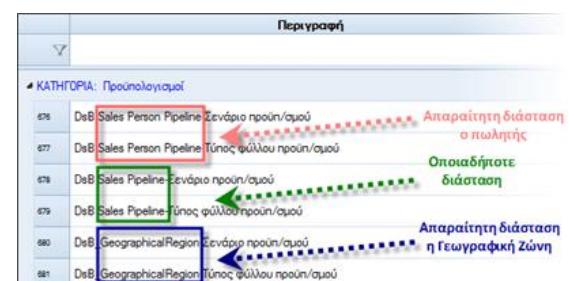
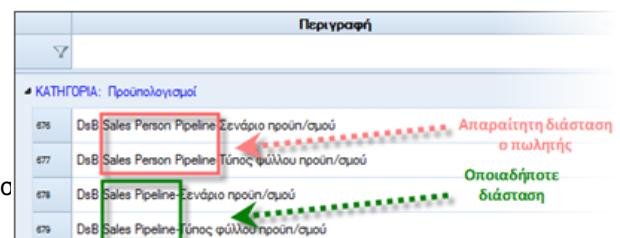
9. Χαμένες ευκαιρίες

Από Πωλήσεις / Pipeline / Αναφορές με αυτή την όψη μπορούμε να αναλύσουμε την απόδοσή μας σε σχέση τους κύριους ανταγωνιστές, έχοντας διαθέσιμες πληροφορίες για τη φάση ήπτας, τα **χαμένα έσοδα καθώς και τον ανταγωνιστή** που μας κέρδισε.

Περιγραφή	Υπερηφόριος	Στατιστικό	Έκταρμο	Βεβαίωση	Ανταγωνιστής	Κύκλος πώλησης	Αριτ. απώλεις	Φάση ήπτας	Ολοκλήρωση
ΕΝΔΑΙΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ERP-CRM	NTONIKI A.E.	HAT	14.500,00	15,00%		321	0	02/2008	
Ενδιεργάτες για ERP	ROLLINI A.E.	YFI	8.000,00	20,00%		287	0	11/2007	
ΕΝΔΑΙΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ERP	ENTERSOFT NORTH A.E.	MOK	7.000,00	15,00%		343	0	03/2008	
ΕΝΔΑΙΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ERP	DELL S.A.	MOK	4.000,00	20,00%		0	0	05/2007	
ΕΝΔΑΙΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ERP	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ...	MOK	3.000,00	10,00%		247	0	12/2007	
Προώθηση προϊόντων στο Βόρειο...	ALFA WOOD S.A.	KAR	0,00	0,00%	ALTERRA A.E.	0	0	ΑΜΕΣΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	03/2013

Τα παρακάτω dashboards ανάλυσης pipeline εξετάζουν τους εξής **δείκτες αποτελεσματικότητας του κύκλου πώλησης**:

- Ανοιχτές ευκαιρίες (Πλήθος ανοιχτών ευκαιριών)
 - Πρόβλεψη (Εκτίμηση εσόδων ευκαιριών)
 - Σταθμική πρόβλεψη εσόδων (Εκτίμηση εσόδων x βεβαιότητα ευκαιρίας(%))
 - Διάρκεια ανοιχτών ευκαιριών (Διαφορά ημερών (ημερομηνία έναρξης – τρέχουσα)
 - Διάρκεια ολοκληρωμένων ευκαιριών (Διαφορά ημερών (ημερομηνία έναρξης - ημερομηνία ολοκλήρωσης))
 - Τζίρος πωλήσεων
 - Τζίρος από ευκαιρίες
 - Σταθμικός τζίρος (Τζίρος + σταθμική πρόβλεψη πωλήσεων)
 - Μέσος τζίρος ανά deal (Τζίρος από ευκαιρίες / πλήθος deals)
 - % επίτευξη πρόβλεψης (100 * (Τζίρος ευκαιριών / πρόβλεψη κλεισιμού))
 - % συμμετοχή στο τζίρο (100 * (Τζίρος / Συνολικός Τζίρος))
 - % συμμετοχή στη πρόβλεψη πωλήσεων (100 * (πρόβλεψη / Συνολική πρόβλεψη))
 - Νίκες (Ευκαιρίες με επιτυχή ολοκλήρωση)
 - Ήπτες (Χαμένες ευκαιρίες)
 - Ρυθμός νίκης (%) (100 * (Νίκες / (Νίκες + Ήπτες)))
 - Ρυθμός ήπτας (%) (100 * (Ηπτες / (Νίκες + Ήπτες)))
 - Απόκλιση από στόχο (%) (100*(τζίρος - Στόχος) / Στόχος)
 - % Επίτευξη στόχου (%) (100 * Τζίρος / Στόχος)



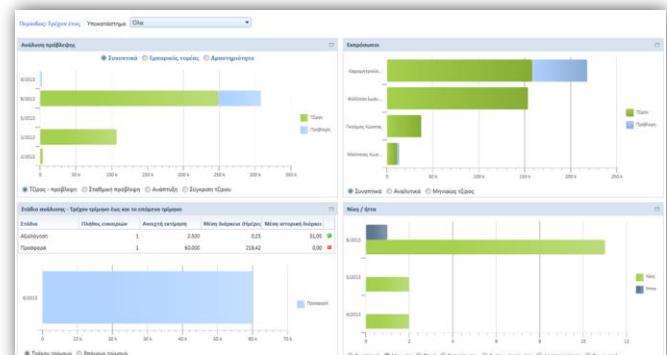
Κάποια από αυτά αναλύουν την **απόδοση σε σχέση με το στόχο**. Ο στόχος παρακολουθείται σε «φύλλα προϋπολογισμού πωλήσεων», ο τύπος και το σενάριο των οποίων ορίζονται σε κάποιες γενικές προαιτήσεις:

Τα φύλλα ποέπει να έχουν **μηνιαία** συγάλυση με **μετορύφωνο** μένεθος το **τέρπο**.

10. Επισκόπηση pipeline

Από *Πωλήσεις / Pipeline* έχουμε πρόσβαση σε αυτό το dashboard που δίνει μια συνοπτική εικόνα της τρέχουσας εικόνας πωλήσεων καθώς και της μελλοντικής πρόβλεψης για το τρέχον έτος. Ταυτόχρονα κάνει ανάλυση της νίκης / ήττας μέσα από διάφορες διαστάσεις αγάλυσης. Μερικές από τις απαντήσεις που μπορούμε να πάρουμε είναι οι ακόλουθες:

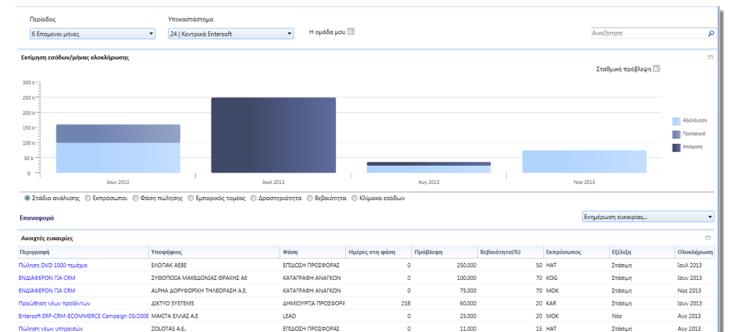
- Πρόβλεψη πωλήσεων για του επόμενους μήνες του τρέχοντος έτους
 - Πρόβλεψη ανά εμπορικό τομέα
 - Ανάλυση τρέχουσας νίκης / ήττας



11. Pipeline ανά μήνα ολοκλήρωσης

Από Πωλήσεις / Pipeline αυτή η διαδραστική σελίδα δίνει απαντήσεις στα εξής ερωτήματα:

- Ποιες ευκαιρίες βρίσκονται σε φάση διαπραγμάτευσης και πρόκειται να ολοκληρωθούν την τρέχουσα περίοδο;
 - Ποια είναι η πρόβλεψη εσόδων για τους επόμενους μήνες βάσει σταδίου ανάλυσης / φάσης πώλησης /εμπορικού τομέα / κλίμακας εσόδων / κλίμακας βεβαιότητας;



- ## 12. Pipeline / Στόχος ανά εκπρόσωπο

Από Πωλήσεις / Pipeline μέσω αυτού του dashboard έχουμε τη δυνατότητα να αναλύσουμε το pipeline των πωλήσεων σε σχέση με την επίτευξη του στόχου ανά εκπρόσωπο (πωλητή).

Μας δίνει άμεσα τον τζ'ρο
που έχει πετύχει μέχρι
σήμερα ο κάθε εκπρόσωπος
πιωλήσεων σε σχέση με το
στόχο.

Επίσης μας δίνει ανάλυση της απόκλισης σε σχέση με το στόχο, βάσει και της πρόβλεψης εσόδων για τους επόμενους μήνες.



- ### 13. Ανάλυση φάσης πώλησης

Από *Πωλήσεις / Pipeline* έχουμε τη δυνατότητα να αναλύσουμε τις νίκες και τις ήπτες που πετύχαμε ανά φάση του κύκλου πώλησης. Ταυτόχρονα μας δίνει τη μέση διάρκεια ανά φάση κύκλου πώλησης (ολοκληρωμένες ευκαιρίες). Μερικά από τα βασικά ερωτήματα που απαντάει το συγκεκριμένο dashboard είναι τα ακόλουθα:

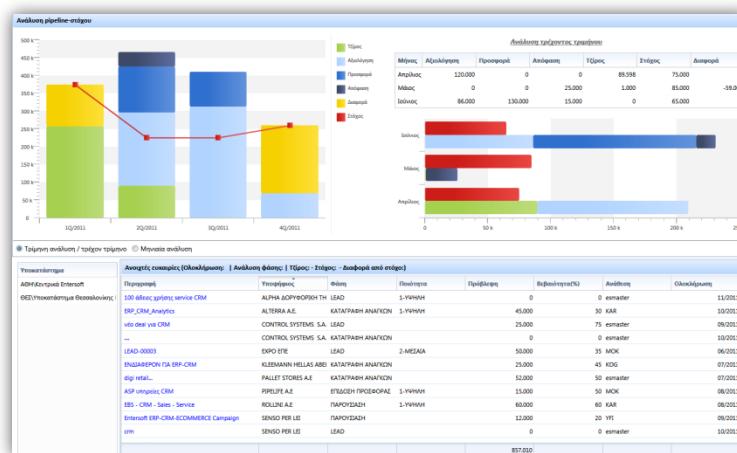
- Σε ποια φάση του κύκλου πώλησης είμαστε καλύτεροι κατά τη νίκη;
 - Ποιος είναι ο μέσος χρόνος που παραμένουν οι ευκαιρίες σε φάση διαπραγμάτευσης;
 - Ποια είναι η ανάλυση ήττας ανά εμπορικό τομέα



- #### 14. Ανάλυση φάσης πώλησης / στόχο

Από *Πωλήσεις / Pipeline* έχουμε πρόσβαση σε αυτό το dashboard που βοηθά στην ανάλυση του pipeline των πωλήσεων **σε σχέση με το στόχο** σε πραγματικό χρόνο. Μας δίνει άμεσα τον τζίρο που έχουμε πετύχει μέχρι σήμερα καθώς και τη πρόβλεψη σε σχέση με το στόχο για τους επόμενους μήνες. Βασίζεται στα ακόλουθα στοιχεία:

- Στην πρόβλεψη εσόδων ανά στάδιο ανάλυσης του pipeline
 - Τον τζίρο που έχουμε πετύχει
 - Τον στόχο που έχει τεθεί βάσει του προϋπολογισμού πωλήσεων



15. Ανάλυση κλεισμένων εσόδων

Από Πωλήσεις / Pipeline αυτή η σελίδα δίνει δυνατότητα ανάλυσης του τζίρου που προήλθε από τις ευκαιρίες που έκλεισαν επιτυχώς σε μια περίοδο.

Μερικά από τα βασικά ερωτήματα που απαντά είναι τα ακόλουθα:

- Ποια είναι τα κορυφαία deals;
- Ποιος ήταν ο τζίρος ανά μήνα ολοκλήρωσης των ευκαιριών;
- Ποιος ήταν ο τζίρος που χάσαμε και κερδίσαμε ανά δραστηριότητα;
- Ποιος ήταν ο ρυθμός μετατροπής ευκαιριών σε νίκες
- Πόσο ήταν ο τζίρος σε σχέση με την πρόβλεψη που χάσαμε;



16. Κύκλος πώλησης

Από Πωλήσεις / Pipeline έχουμε πρόσβαση σε αυτό το dashboard που αναλύει τον κύκλο πώλησης μέσα από διαφορετικά χαρακτηριστικά του pipeline των πωλήσεων.

Ερωτήματα που απαντούν τα γραφήματα που περιέχει είναι:

- Ποιος είναι ο μέσος χρόνος ολοκλήρωσης των ευκαιριών ανά μήνα ολοκλήρωσης;
- Ποια είναι τα χαμένα έσοδα ανά κλίμακα βεβαιότητας;
- Ποιος είναι ο ρυθμός ήττας ανά μήνα σε σχέση με τα χαμένα έσοδα;
- Ποιος είναι ο ρυθμός ανά κλίμακα εσόδων;



17. Αποτελεσματικότητα στελεχών

Από Πωλήσεις / Pipeline μέσω αυτού του dashboard μας δίνεται η δυνατότητα να αναλύσουμε την αποτελεσματικότητα των στελεχών πωλήσεων σε σχέση με το στόχο τους. Ερωτήματα που απαντούν τα γραφήματα που περιέχει είναι:

- Ποιος είναι ο ρυθμός νίκης ανά εκπρόσωπο;
- Ποια είναι η απόκλιση σε σχέση με τον τίτλο ανά εκπρόσωπο;
- Ποια είναι η πρόβλεψη συνολικά ή ανά εκπρόσωπο τους επόμενους μήνες;

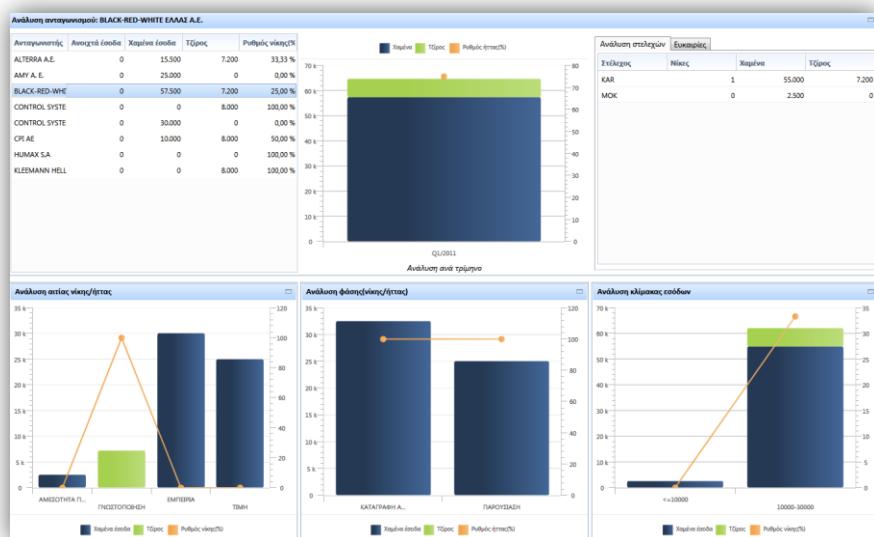


18. Ανταγωνισμός

Από Πωλήσεις / Pipeline, αυτή η διαδραστική σελίδα αποτελεί εργαλείο για την ανάλυση του ανταγωνισμού μας όπως αυτός καταγράφεται μέσω των ευκαιριών που διαχειρίζονται τα στελέχη πωλήσεων.

Μέσω του συγκεκριμένου dashboard μπορούμε να λάβουμε απαντήσεις σε ερωτήματα όπως τα ακόλουθα:

- Πόσες φορές έχασα ή κέρδισα τον 'X' ανταγωνιστή μου;
- Ποιος ήταν ο τίτλος που κέρδισα / έχασα ανά μήνα ολοκλήρωσης των ευκαιριών;
- Πώς συγκρίνομαι σε σχέση με τον 'X' ανταγωνιστή μου φάση της διαπραγμάτευσης;
- Ποια ήταν η βασική αιτία που έχασα / κέρδισα σε σχέση με τον 'X' ανταγωνιστή;



Δημιουργία προσφοράς σε πελάτη

Μια ευκαιρία μπορεί να συνδέεται με ένα ή περισσότερα παραστατικά πωλήσεων. Από τη γραμμή εργαλείων της ευκαιρίας επιλέγουμε την ενέργεια **Προσφορά** όταν επιθυμούμε τη δημιουργία προσφοράς πωλήσεων για αυτή την ευκαιρία. Τα ακόλουθα στοιχεία της ευκαιρίας μεταφέρονται στη φόρμα της προσφοράς:

- Πελάτης
- Πρόσωπο
- Επαφή
- Είδη ευκαιρίας
- Ευκαιρία πώλησης

Μετά την καταχώριση της προσφοράς, δημιουργείται αυτόματα μια εργασία **Follow up**

προσφοράς στην οποία αναφέρεται ο κωδικός της προσφοράς που πρέπει να γίνει follow up. Ο εκπρόσωπος πωλήσεων μπορεί μέσα από τη φόρμα του follow up να χρόνο-προγραμματίσει την εργασία μέσω του σχετικού ημερολογίου.

Τα προσφερόμενα είδη είναι πιθανό να μην έχουν ανοιχτεί ως είδη αποθήκης, για αυτό (με βάση παραμετροποίηση που πρέπει να έχει προηγηθεί), μπορούν να χρησιμοποιηθούν «υποψήφια είδη» με ελεύθερη περιγραφή. Επίσης, σε μια προσφορά είναι πιθανό να αναγράφονται κάποια εναλλακτικά σενάρια (π.χ. 2 προτεινόμενες, προσφερόμενες λύσεις) με τη δική της συνολική αξία η καθεμιά.

Η εκτύπωση της προσφοράς μπορεί να έχει προσχεδιαστεί με κατάλληλη γραμμογράφηση ή να είναι διαθέσιμη σε κάποιο αρχείο, το οποίο μπορεί να επισυναφθεί στο παραστατικό από το χρήστη. Αν η εκτύπωση γίνει από το σύστημα, μπορεί να αποθηκευτεί σε αρχείο τύπου .PDF και να επισυναφθεί αυτόματα στο παραστατικό, με βάση την παραμετροποίηση της σειράς παραστατικού.

Τύπος και Σειρά παραστατικού

Είναι απαραίτητα στοιχεία για την ταυτοποίηση της Προσφοράς. Προτείνεται αυτόματα, αναλόγως του χρήστη και της πρόσβασής του σε σειρές.

Ημ/via

Στην ημ/via προτείνεται αυτόματα η ημερομηνία εισόδου.

Αποδέκτης προσφοράς

Τοποθετείται αυτόματα το πρόσωπο της ευκαιρίας. Αν γίνει πρωτογενώς πληκτρολόγηση της Προσφοράς, προσδιορίζεται με έναν από τους γνωστούς τρόπους αναζήτησης.

Πωλητής

Αν ο πωλητής αντιστοιχεί στο χρήστη εισόδου (η ταυτοποίηση γίνεται μέσω του συνδεδεμένου «προσώπου» σε χρήστη και πωλητή) θα συμπληρωθεί αυτόματα.

% Εκπτωσης

Αν ο πελάτης ήδη έχει κάποια έκπτωση, αυτή θα προταθεί στο πεδίο αυτό της επικεφαλίδας και θα μεταφερθεί σε όλα τα είδη (εκτός κι αν υπάρχει ειδικός τιμοκατάλογος που προσδιορίζει ειδική έκπτωση).

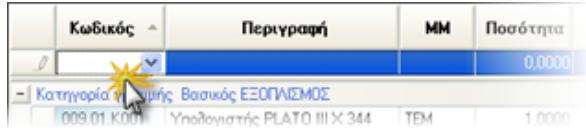
Λοιπά γενικά στοιχεία

Αν ο πελάτης είναι καινούργιος, θα μπορούσε κανείς στην Αιτιολογία ή στις Σημειώσεις της υποσελίδας «Λοιπά στοιχεία» να δώσει πρόσθετες πληροφορίες για τους όρους της συγκεκριμένης προσφοράς π.χ. μέχρι πότε ισχύει, πώς θα πρέπει να εξοφληθεί, πότε θα γίνει η παράδοση κ.λπ.

Προσφερόμενα είδη

Εναλλακτικά, θα μπορούσε, χρησιμοποιώντας τις υπόλοιπες υποσελίδες της επικεφαλίδας (ή τα πεδία που έχει προβλέψει ο σχεδιαστής της οθόνης στην 1^η «υποσελίδα») να προσδιορίσει σε συγκεκριμένα πεδία τα στοιχεία που είναι απαραίτητο να περιληφθούν και να τυπωθούν στην προσφορά.

Αν η ευκαιρία περιέχει τα προσφερόμενα είδη, θα μεταφερθούν αυτόματα στις γραμμές της Προσφοράς. Αν χρειαστεί να γίνει εισαγωγή γραμμής, αυτή γίνεται στην 1^η γραμμή του πλέγματος, σε αντίθεση με τα συνήθη παραστατικά, όπου η εισαγωγή γραμμής γίνεται στο τέλος.



Με κάποιον από τους γνωστούς τρόπους αναζήτησης είτε βάσει κωδικού είτε βάσει περιγραφής, εντοπίζουμε το είδος κάθε φορά. Αυτή η αναζήτηση γίνεται στα «είδη καταλόγου» ούτως ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν ελεύθερα στις προσφορές και είδη που δεν υπάρχουν ακόμη ως κωδικοί στην αποθήκη. Εντοπίζοντας το είδος καταλόγου, αν μεν σε αυτό αντιστοιχεί είδος αποθήκης, τότε προχωρά κανονικά η εισαγωγή της γραμμής ενώ, αν δεν βρεθεί σχετικό είδος αποθήκης, αναλόγως της παραμετροποίησης που έχει γίνει, υπάρχουν οι εξής περιπτώσεις:

- Είτε θα ζητηθεί από το χρήστη να ανοίξει άμεσα ΚΑΙ είδος αποθήκης μέσα από ένα διάλογο που ζητά επί μέρους λογιστικά και εμπορικά στοιχεία.
- Είτε θα συμπληρωθεί αυτόματα ένα είδος αποθήκης με βάση την παραμετροποίηση, επιτρέποντας στο χρήστη να συνεχίσει απρόσκοπτα τη συμπλήρωση της προσφοράς.

To είδος αυτό θα έχει δηλωθεί ως «πρότυπο» στα είδη καταλόγου της ίδιας κατηγορίας, το οποίο χρησιμεύει μόνο για τη λειτουργία και τους υπολογισμούς της συγκεκριμένης προσφοράς. Πριν αυτή εξελιχθεί περαιτέρω (σε αποδοχή-πώληση) θα πρέπει με μεταβολή του παραστατικού να προσδιοριστούν τα συγκεκριμένα είδη αποθήκης που αντιστοιχούν στα είδη «προσφοράς», αφού στη συνέχεια θα απαιτηθεί ενημέρωση καρτέλας, υπολοίπων κ.ο.κ. στην Αποθήκη.

Για κάθε είδος πρέπει να προσδιοριστεί η **ποσότητα** και η **τιμή** κατ' ελάχιστο. Ανάλογα με την εμπορική πολιτική της εταιρείας μπορεί να υπάρχουν εκπτώσεις (μιας κατηγορίας ή και περισσότερων) ή να δίνονται δώρα, προσφορές κ.λπ.

Επί πλέον η **περιγραφή** του είδους μπορεί να αλλάξει ελεύθερα, για χρήση μόνο στο συγκεκριμένο παραστατικό, ώστε να εξυπηρετεί τις ανάγκες της προσφοράς, χωρίς υποχρεωτικά να έχουν δηλωθεί στο σύστημα τα συγκεκριμένα είδη που επιθυμεί ο πελάτης με τις συγκεκριμένες προδιαγραφές. Ετσι, με χρήση κοινού «είδους καταλόγου» για παράδειγμα, θα μπορούσε κανείς να κάνει διάφορες προσφορές και, μόνον όταν αυτές πάρουν υπόσταση ως «παραγγελίες» να προχωρήσει σε μια πιο οργανωμένη καταχώριση στην Αποθήκη (είδος, προδιαγραφές, σχέσεις, εξαρτώμενα είδη, χρώματα κ.ο.κ.)

Ομαδοποίηση προσφερόμενων ειδών

Μέσω της στήλης «**κατηγορία γραμμής**» μπορεί κανείς να ομαδοποιήσει τα προσφερόμενα είδη, προσδιορίζοντας όχι μόνο διαφορετικά «κεφάλαια» στα κείμενα των προσφορών π.χ. Εξοπλισμός, Αναλώσιμα, Αξεσουάρ κ.λπ. (με ανεξάρτητη κωδικοποίηση ειδικά για τις προσφορές και όχι ανάλωση ομαδοποιητικών πεδίων των ειδών για το σκοπό αυτό), αλλά και, μέσω αυτής, δηλώνοντας αν και ποια είδη είναι «προαιρετικά» (που σημαίνει πως δεν επηρεάζουν τους συνολικούς όρους της προσφοράς), καθώς και σε ποια εναλλακτική λύση ανήκουν (αν στην προσφορά περιλαμβάνονται **πάνω από μία εναλλακτικές λύσεις με κάποιο σύνολο ειδών η καθεμία**). Αυτό γίνεται μέσω της ανάπτυξης των κωδικών κατηγοριών και «σεναρίων». Χρήση αυτών των πληροφοριών (κατηγορία, προαιρετικό, σενάριο) μπορεί να γίνει στις φόρμες εκτύπωσης, ώστε να τυπώνονται επί μέρους σύνολα για κάθε κατηγορία.

Ενσωμάτωση έγγραφης προσφοράς

Στην ενότητα «σχετικά έγγραφα» στο κάτω μέρος της οθόνης, μπορεί κανείς να εισάγει το σχετικό έγγραφο που παραδόθηκε στον αποδέκτη της προσφοράς, να ενεργοποιήσει την αποθήκευση στη Βάση και να χρησιμοποιεί τη δυνατότητα άμεσου ανοίγματος μέσα από το περιβάλλον αυτό, από την κάθετη μπάρα εργαλείων, όταν θελήσει να ελέγξει ξανά την προσφορά.

Ποσότητα	Καθαρή αξία	ΦΠΑ	Σύνολο	Πληρωτέο ποσό	Εκπτώση
Σύνολα - Ειδικοί λ/σμοί					
Σχετικά έγγραφα					
Θέση/Όνομα :	Τύπος :	Ομάδα :	Ημ/νία Αναφοράς :	Τίτλος :	Αποθήκευση στη Β.Δ. :
Z\ES Presales cases\ΕΡΓΟΝ.pdf			13/01/2013	Z\ES Presale...	<input checked="" type="checkbox"/>
					Εξερχόμενο

Πως βλέπουμε τα αποτελέσματα της καταχώρισης Προσφορών

Όψη	Περιεχόμενο																																																																																
1. Διαχείριση προσφορών	Το σύνολο των προσφορών που έχουν εισαχθεί στο σύστημα																																																																																
2. Ανοικτές προσφορές	<p>Οι προσφορές που δεν έχουν ακόμη γίνει αποδεκτές και επομένως, δεν μετασχηματίστηκαν σε παραγγελίες, με τις αναλυτικές γραμμές τους, κατά πωλητή</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Ημ/νία</th> <th>Προσφορά</th> <th>Αποδέκτης</th> <th>Κωδικός Είδους</th> <th>Περιγραφή είδους</th> <th>Πιστότητα</th> <th>Αξία</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="8">CDG - Cedin George</td></tr> <tr> <td>1</td><td>04/07/2006</td><td>ΠΡΦ-Β-00005</td><td>ΕΡΓΟΝ Α.Ε.</td><td>133315</td><td>USB Converter</td><td>1.000</td><td>151,20</td></tr> <tr> <td>2</td><td>04/07/2006</td><td>ΠΡΦ-Β-00005</td><td>ΕΡΓΟΝ Α.Ε.</td><td>327324</td><td>Patch Panel 24port</td><td>1.000</td><td>68,00</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>2,000</td><td>219,20</td></tr> <tr> <td colspan="8">ΤΣΠΙ - Τρίγκας Σπύρος</td></tr> <tr> <td>3</td><td>13/01/2006</td><td>ΠΡΦ-Β-00002</td><td>ΕΡΓΟΝ Α.Ε.</td><td>001</td><td>Air condition 2300 AD</td><td>1.000</td><td>102,76</td></tr> <tr> <td>4</td><td>27/02/2006</td><td>ΠΡΦ-Β-00001</td><td>ΑΝΤΩΝΑΔΗΣ ΑΕ</td><td>001</td><td>Air condition 2300 AD</td><td>1.000</td><td>850,91</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>2,000</td><td>953,67</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4,000</td><td>1.172,87</td></tr> </tbody> </table>		Ημ/νία	Προσφορά	Αποδέκτης	Κωδικός Είδους	Περιγραφή είδους	Πιστότητα	Αξία	CDG - Cedin George								1	04/07/2006	ΠΡΦ-Β-00005	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	133315	USB Converter	1.000	151,20	2	04/07/2006	ΠΡΦ-Β-00005	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	327324	Patch Panel 24port	1.000	68,00							2,000	219,20	ΤΣΠΙ - Τρίγκας Σπύρος								3	13/01/2006	ΠΡΦ-Β-00002	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	001	Air condition 2300 AD	1.000	102,76	4	27/02/2006	ΠΡΦ-Β-00001	ΑΝΤΩΝΑΔΗΣ ΑΕ	001	Air condition 2300 AD	1.000	850,91							2,000	953,67							4,000	1.172,87
	Ημ/νία	Προσφορά	Αποδέκτης	Κωδικός Είδους	Περιγραφή είδους	Πιστότητα	Αξία																																																																										
CDG - Cedin George																																																																																	
1	04/07/2006	ΠΡΦ-Β-00005	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	133315	USB Converter	1.000	151,20																																																																										
2	04/07/2006	ΠΡΦ-Β-00005	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	327324	Patch Panel 24port	1.000	68,00																																																																										
						2,000	219,20																																																																										
ΤΣΠΙ - Τρίγκας Σπύρος																																																																																	
3	13/01/2006	ΠΡΦ-Β-00002	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	001	Air condition 2300 AD	1.000	102,76																																																																										
4	27/02/2006	ΠΡΦ-Β-00001	ΑΝΤΩΝΑΔΗΣ ΑΕ	001	Air condition 2300 AD	1.000	850,91																																																																										
						2,000	953,67																																																																										
						4,000	1.172,87																																																																										