

EBS Version 4.0.16.1

Entersoft Business Suite® | Entersoft CRM®

Νέα χαρακτηριστικά και επεκτάσεις

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΕΚΔΟΣΗΣ	4
ENTERSOFT ERP	5
Πιστωτική πολιτική.....	5
Εγκρίσεις υπέρβασης ελέγχων βάσει ορίων ποσών ανά ρόλο.....	5
Έλεγχος ληξιπρόθεσμου υπολοίπου.....	7
Έλεγχος καθυστέρησης εξόφλησης αξιογράφων	7
Πληρέστερη αναφορά πιστωτικών ελέγχων	7
Δυνατότητα δεσμευτικού μηδενικού πλαφόν.....	8
ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	10
Τιμολόγηση σύνθετων προϊόντων.....	10
Ηλεκτρονική τιμολόγηση	11
Μεταγενέστερες μεταβολές.....	11
ΕΠΕΚΤΑΣΕΙΣ ΣΕ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	12
Εκμετάλλευση εταιρικών διαστάσεων	12
Ενηλικίωση υπολοίπων.....	12
Πρόβλεψη Χρηματοροής	12
Εμπορική εικόνα πελατών.....	13
ΓΕΝΙΚΑ	14
Νέοι έλεγχοι προστασίας από λάθη	14
Νέες δυνατότητες στην παραμετροποίηση	14
Τεχνικές διαχείρισης των αντιστοιχίσεων	14
ENTERSOFT CRM	15
ΝΕΟ ΥΠΟΣΥΣΤΗΜΑ: SOCIAL CRM	15
ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	15
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ	16
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΑ	17
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	18
ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ TWITTER KAI FACEBOOK ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΣΑΣ	21
ΛΗΨΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	22
CRM MARKETING	24
Παράμετροι βελτιστοποίησης εκστρατείας	24
Μοντέλα RFM & Πρόβλεψη απόκρισης	25

Ανάλυση Marketing.....	30
ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ – ΟΜΑΔΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΩΝ	33
ΑΝΑΛΥΣΗ ΈΡΕΥΝΑΣ	34
ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ	36
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ DASHBOARD.....	36
<i>Νέο περιβάλλον εργασίας</i>	36
ENTERSOFT SITES ALERTS.....	38
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΟΘΟΝΩΝ	40
<i>Επιλογέας εγγράφου</i>	40
<i>Συναφής Web Browser</i>	41
<i>Δείκτης κλίμακας</i>	41
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΑΡΧΕΙΟΥ ΔΟΥ	42
ΣΧΕΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ	42

Συνοπτική περιγραφή περιεχομένων έκδοσης

Δείτε μια συνοπτική περιγραφή των κύριων επεκτάσεων της έκδοσης. Στη συνέχεια, αναλύεται κατά κατηγορία ο πλήρης κατάλογος των νέων λειτουργιών & βελτιώσεων με οδηγίες χρήσης & παραδείγματα όπου χρειάζεται.

Entersoft ERP

- Ολοκλήρωση με **Entersoft Mobile Sales X-Van**
- Επεκτάσεις στην **πιστωτική πολιτική** (δυνατότητες εγκρίσεων βάσει κλίμακας ποσών και υπευθύνων ανά επίπεδο, έλεγχοι ακάλυπτων επιταγών στη λήξη τους, ημέρες χάριτος, μηδενικό πλαφόν κ.λπ.)
- **Πρόβλεψη Χρηματοροής ομίλου** με ενσωμάτωση προβλέψεων από παραγγελίες & Χρηματοροή κατά νόμισμα
- Συμφωνία ενηλικίωσης υπολοίπων **βάσει λήξης** με **λογιστική εικόνα** από Ισοζύγια-Καρτέλες
- Βελτιώσεις στην **ηλεκτρονική τιμολόγηση**
- Δυνατότητα αναγραφής συστατικών προϊόντων (**περιεχόμενα τεχνικών προδιαγραφών**) κατά την **Παραγγελιοληψία και Τιμολόγηση**
- Νέα υπηρεσία **Entersoft Sites Alert** για την παρακολούθηση της κατάστασης των internet sites της εταιρίας

Entersoft CRM

- Νέο υποσύστημα **Social CRM** για τη διαχείριση και ολοκλήρωση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Νέο υποσύστημα Marketing – Τμηματοποίηση πελατολογίου (**RFM**)

Entersoft ERP

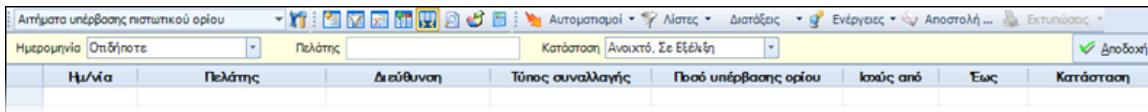
Πιστωτική πολιτική

Εγκρίσεις υπέρβασης ελέγχων βάσει ορίων ποσών ανά ρόλο

Σε περιπτώσεις που ο πιστωτικός έλεγχος απαγορεύει την Τιμολόγηση (ή και την εισαγωγή Παραγγελίας) για κάποιον πελάτη, αλλά υπάρχει δυνατότητα έγκρισης για υπέρβαση αυτού του ελέγχου και συνέχιση της διαδικασίας πώλησης (από κατάλληλη ομάδα χρηστών), μέχρι σήμερα μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει τον on-line έλεγχο (που απαιτεί διαρκή παρουσία και διαθεσιμότητα των αποδεκτών) ή τον ασύγχρονο έλεγχο μέσω «βήματος» παραστατικών που υλοποιείται με μεταβάσεις τύπου «credit control», MHN επιτρέποντας όμως την κλιμάκωση των εγκρίσεων αναλόγως του ύψους της υπέρβασης.

Χρησιμοποιώντας τις διαδικασίες αιτημάτων υπέρβασης ελέγχων που ενεργοποιούνται με τη νέα έκδοση τύπων εργασιών του CRM, η υπέρβαση πιστωτικού έλεγχου μπορεί να υλοποιηθεί πληρέστερα, κατά επίπεδο ποσού και ρόλων χρηστών, υπευθύνων για τον πιστωτικό έλεγχο και να ενεργοποιηθεί από τη νέα έκδοση του Entersoft Mobile Sales (xVan Τιμολόγηση).

Η διαχείριση των **αιτημάτων υπέρβασης πιστωτικών ελέγχων** γίνεται από όψη που είναι διαθέσιμη στο μενού «Πιστωτικός Έλεγχος» τόσο από το κεντρικό μενού των «Πωλήσεων» όσο και από το «Λογιστήριο».



Στο αίτημα (που μπορεί να δημιουργηθεί είτε από το EBS είτε από έναν Mobile Sales Agent) δηλώνουμε:

- ▶ Την **ημερομηνία αιτήματος**
- ▶ Το **ημερομηνιακό διάστημα ισχύος** της υπέρβασης
- ▶ Τον **πελάτη** που αφορά το αίτημα
- ▶ (Προαιρετικά) τη **Δ/νση-Υποκατάστημα του πελάτη** για το οποίο ισχύει η υπέρβαση (προτείνεται κενό, πράγμα που σημαίνει πως η αιτούμενη υπέρβαση θέλουμε να ισχύει ανεξαρτήτως υποκ/τος πελάτη)
- ▶ Τον **τύπο συναλλαγής** (δηλαδή να ισχύσει η αιτούμενη υπέρβαση για συγκεκριμένο τύπο συναλλαγής, ομαδοποιητικό πεδίο που δηλώνεται στην επικεφαλίδα παραστατικών εμπορικών συναλλαγών)
- ▶ Τον **τρόπο πληρωμής (διακανονισμό)** που θέλουμε να ισχύσει ANTI του κανονικού τρόπου πληρωμής του πελάτη
- ▶ Το **ποσό υπέρβασης πιστωτικού ορίου** (που ισοδυναμεί με προσωρινή, για το διάστημα αυτό, αύξηση του ορίου). Δίνοντας το ποσό, αυτόματα εμφανίζεται το επίπεδο έγκρισης (ο εξουσιοδοτημένος ρόλος χρήστη).

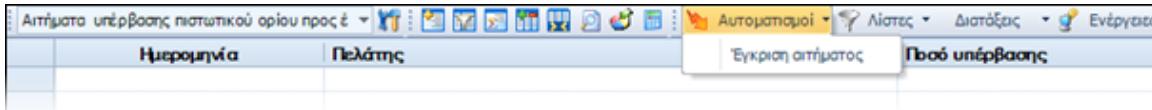
Δείτε παρακάτω πληροφορίες για τον τρόπο δήλωσης ορίων και υπευθύνων για τέτοιου είδους εγκρίσεις.

Η **κατάσταση** ενός αιτήματος μπορεί να είναι:

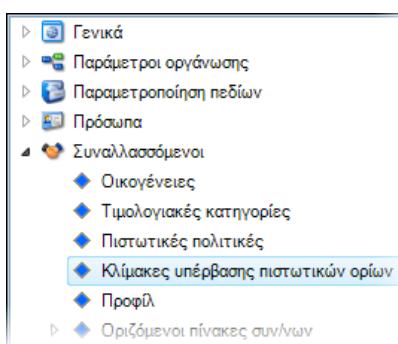
- 1) Ανοικτό (κατάσταση αρχικής δημιουργίας)
- 2) Επιβεβαιωμένο
- 3) Εγκεκριμένο

4) Απορριφθέν

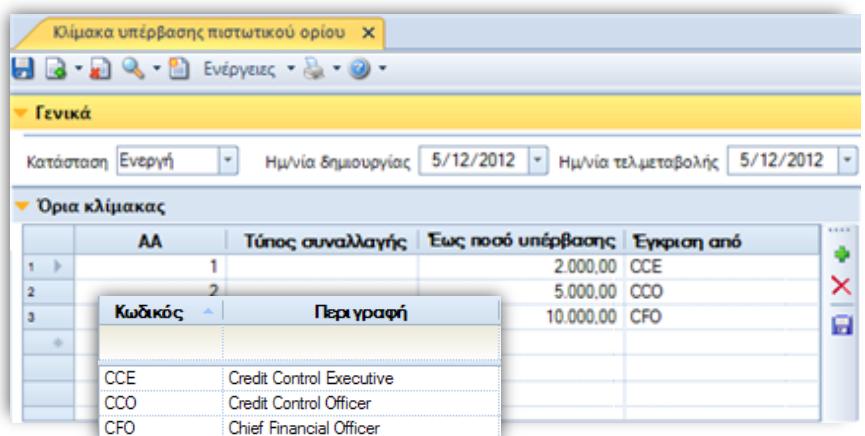
Για να εγκριθεί ένα αίτημα χρησιμοποιείται η όψη «Εγκρίσεις αιτημάτων...» από τα ίδια υπομενού του Πιστωτικού Ελέγχου και ο διαθέσιμος αυτοματισμός «**Έγκριση αιτήματος**»:



'Εγκριση μπορεί να γίνει από οποιονδήποτε έχει πρόσβαση στην όψη αυτή ΕΚΤΟΣ αν βρεθεί αποκλειστικά ΜΙΑ (ενεργή) **κλίμακα υπέρβασης πιστωτικών ορίων**, οπότε εφαρμόζεται αυτή. Οι κλίμακες ορίζονται μέσω του πίνακα παραμετροποίησης:



Στην οθόνη ορισμού κλίμακας, θα πρέπει να καθοριστούν οι ρόλοι χρηστών και τα όρια ποσών (έως ποσό) που ο κάθε ρόλος μπορεί να εγκρίνει.



Στο σύστημα αυτόματα έχουν ανοιχτεί κάποιοι (προτεινόμενοι) ρόλοι πόρων για τις εργασίες πιστωτικού ελέγχου.

- ▶ Οι ρόλοι κάθε γραμμής κλίμακας ευθύνονται για έγκριση αιτημάτων, των οποίων το ποσό είναι < ή = «έως ποσό» κάθε γραμμής.
- ▶ Οι ρόλοι που συνολικά έχουν δηλωθεί σε οποιαδήποτε γραμμή της ενεργής κλίμακας (άρα εμπλέκονται στη διαδικασία του πιστωτικού ελέγχου) μπορούν να κάνουν απόρριψη ή επιβεβαίωση αιτημάτων. Η επιβεβαίωση έχει το νόημα ότι χρήστες που ανήκουν στο σχετικό τμήμα ελέγχου πιστώσεων μπορούν να συμμετέχουν στην αξιολόγηση αιτημάτων, για να διευκολύνουν την αξιολόγηση εκείνου που τελικώς θα εγκρίνει. Έτσι, κάποιος για παράδειγμα που μπορεί να εγκρίνει υπερβάσεις μόνο μέχρι ποσό = 1.000, μπορεί για αιτήματα με ποσά μεγαλύτερα, είτε να κάνει «απόρριψη» (ώστε να MHN ασχοληθεί ο υπεύθυνος για εγκρίσεις μεγαλύτερων ποσών) είτε να δηλώσει «επιβεβαίωση» τέτοιων αιτημάτων, ώστε ο υπεύθυνος να βοηθηθεί στην αξιολόγηση. Οι εργασίες αυτές γίνονται από τους ομώνυμους αυτοματισμούς στην όψη επεξεργασίας αιτημάτων.

Η λειτουργικότητα αλλαγής της κατάστασης αιτήματος μπορεί να κληθεί από το χρήστη και στην οθόνη ενός μεμονωμένου αιτήματος, από το μενού «Ενέργειες».

Προϋποθέσεις για την ολοκλήρωση της λειτουργικότητας

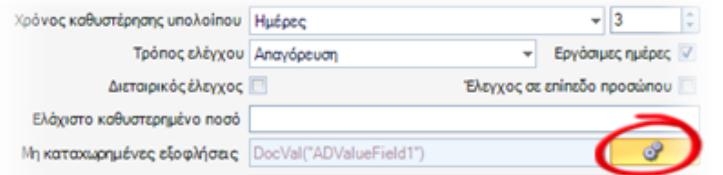
- 1) Πρέπει να γίνει εισαγωγή των **τύπων εργασιών** CCE & CCL από τη νέα παραμετροποίηση CRM
- 2) Τόσο για να προταθεί ο κατάλληλος τρόπος πληρωμής κατά την Τιμολόγηση, όσο και για να υπολογιστεί το «αυξημένο» πιστωτικό ορίο (από ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ αιτήματα) απαιτείται σχετική **παραμετροποίηση** (σχέδιο ιδιοτήτων ή κανόνας –BR- για το 1^ο και κατάλληλη έκφραση σε ένα από τα 5 “ειδικά” υπόλοιπα της Πιστωτικής Πολιτικής για το 2^ο).

Ενέργεια	Τίτλος
• Οντότητα Task_default	Κανόνες διαδικασίας έγκρισης πιστωτικού ορίου
• Οντότητα Τρόποι πληρωμής	Κανόνες διαδικασίας αιτήματος υπέρβασης πιστωτικού ορίου
	Ενημέρωση σχετικής καπηλούρας ενέργειας έγκρισης πιστωτικού ελέγχου

3) Πρέπει να γίνει ενεργοποίηση των **κανόνων** που σχετίζονται με τα αιτήματα και με το "συγχρονισμό" των τρόπων πληρωμής.

Έλεγχος ληξιπρόθεσμου υπολοίπου

- Ο χρόνος καθυστέρησης («μέρες χάριτος») μπορεί πλέον να οριστεί σε «**εργάσιμες ημέρες**»
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί έκφραση για να δηλωθεί ένα **ποσό «μη καταχωρημένων εξοφλήσεων»**. Η νέα αυτή δυνατότητα επιτρέπει την υπέρβαση του ελέγχου καθυστερήσεων, όταν υπάρχει έγκυρη πληροφόρηση ή απόδειξη ή συνεννόηση για εξοφλήσεις που έχουν γίνει, αλλά λόγω συνθηκών (διαδικασών ενημέρωσης Τραπεζών κ.λπ.) ΔΕΝ έχει καταστεί δυνατόν να ενημερωθεί το σύστημα. Θα μπορούσε κανείς, για παράδειγμα, να περάσει αυτή την πληροφορία σε κάποιο πεδίο της καρτέλας πελάτη ή της επικεφαλίδας παραστατικού ή σε κάποιον άλλο πίνακα και, στη νέα έκφραση της Πιστωτικής πολιτικής, να ορίσει τον τρόπο υπολογισμού του. Μέχρι σήμερα, τέτοια ποσά, μπορούν μεν να δηλωθούν στη διαμόρφωση των ελεγχόμενων πιστωτικών ορίων (μέσω της δυνατότητας δημιουργίας έκφρασης στα 5 «ειδικά» υπόλοιπα της Πιστωτικής Πολιτικής), όμως, αν υπάρχει καθυστέρηση υπολοίπου (ληξιπρόθεσμα) δεν υπήρχε τρόπος να αποφευχθεί ο έλεγχος. Στην ουσία, δηλώνοντας το ποσό αυτό ΜΕΙΩΝΕΤΑΙ (για το σύστημα πιστωτικού ελέγχου) το «καθυστερημένο (ληξιπρόθεσμο) υπόλοιπο» του συναλλασσόμενου.



Έλεγχος καθυστέρησης εξόφλησης αξιογράφων

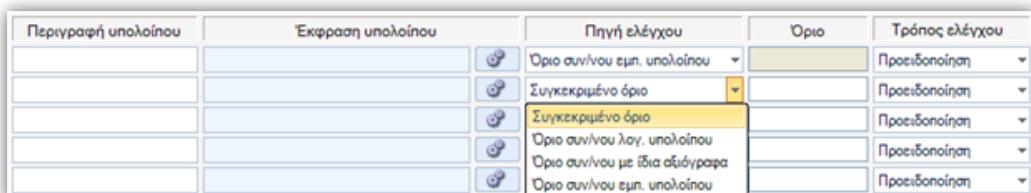
Προστέθηκαν επιλογές για να ελέγξει κανείς στην Πιστωτική Πολιτική την πιθανή καθυστέρηση εξόφλησης αξιογράφων με διαφορετικό ορισμό των **ημερών χάριτος**, με επιλογή από το πεδίο «επιτρεπτός χρόνος καθυστέρησης». Ο χρόνος αυτός μπορεί να καθοριστεί ότι αφορά «**εργάσιμες ημέρες**».

Στις επιλογές επιτρεπτού χρόνου καθυστέρησης μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει την τιμή «**επιτρεπτές ημέρες**» η οποία ορίζεται (γιατί πιθανώς διαφοροποιείται) **ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΑΞΙΟΓΡΑΦΟΥ**.

Κωδικός	Περιγραφή	Επιτρεπτές μέρες καθυστέρησης
1	Επταή ΕΙΣ	Επταή ασπρακτέα
2	Επταή ΠΛΗ	Επταή πληρωτέα
3	Συναλ/κή ΕΙΣ	Συναλλαγματική ασπρακτέα
4	Συναλ/κή ΠΛΗ	Συναλλαγματική πληρωτέα

Ειδικά πιστωτικά όρια & πηγή ελέγχου

Σε καθένα από τα 5 «ειδικά» υπόλοιπα προστέθηκε η δυνατότητα χρήσης του «ορίου πίστωσης της καρτέλας πελάτη», αντί συγκεκριμένου πιστωτικού ορίου:



Πληρέστερη αναφορά πιστωτικών ελέγχων

Στο διάλογο αναφοράς προβλημάτων πιστωτικού ελέγχου προστέθηκαν κάποιες πληροφορίες:

- ▶ Συνολικό καθυστερημένο ποσό, για την περίπτωση που έχει παραβιαστεί ο χρόνος καθυστέρησης
- ▶ Ποσό υπέρβασης πιστωτικού ορίου, για καθένα από τα 5 “ειδικά” υπόλοιπα (πέραν του λογιστικού, εμπορικού και ρίσκου)

Δυνατότητα δεσμευτικού μηδενικού πλαφόν

Όλοι οι έλεγχοι της Πιστωτικής Πολιτικής που έχουν δηλωθεί ως «απαγόρευση» ή «μήνυμα με δυνατότητα υπέρβασης» λειτουργούν πλέον κανονικά ακόμη και για ΜΗΔΕΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ στα πεδία ελέγχου π.χ. πιστωτικό όριο = 0 με τρόπο ελέγχου = απαγόρευση, χρόνος καθυστέρησης υπολοίπου = 0 με τρόπο ελέγχου = απαγόρευση κ.ο.κ. Με αυτό τον τρόπο, μπορεί κανείς να κάνει υποχρεωτική την προκαταβολή απαιτήσεων ή την τιμολόγηση μετρητοίς ή επίσης, να μην επιτρέψει καθόλου μέρες χάριτος σε ληξιπρόθεσμα τιμολόγια ή επιταγές (χρόνος καθυστέρησης = 0). Μέχρι σήμερα, οι μηδενικές τιμές δεν ελέγχονταν.

Μέρες πίστωσης πελάτη

Η πληροφορία «μέρες πίστωσης» μεταφέρεται πλέον στα παραστατικά εμπορικών συναλλαγών και χρησιμοποιείται σε όλες τις σχετικές λειτουργίες αντί του ομώνυμου πεδίου της καρτέλας συναλλασσόμενου:

- ▶ Χρησιμοποιείται κατά τη δημιουργία αυτόματης πρόβλεψης (δημιουργίας “open-items”) για τον υπολογισμό της ημ/νίας λήξης (αν απουσιάζει ο τρόπος πληρωμής ή αν, στον τρόπο πληρωμής έχει οριστεί η λήξη να υπολογίζεται από τις μέρες πίστωσης).
- ▶ Χρησιμοποιείται επίσης στους ελέγχους χρόνου καθυστέρησης της Πιστωτικής Πολιτικής όταν εκεί έχει οριστεί «μέρες πίστωσης» για παράδειγμα στο χρόνο καθυστέρησης υπολοίπου. Το πεδίο «μέρες πίστωσης» δεν εμφανίζεται στις οθόνες παραστατικών, απλώς αντιγράφεται από το συναλλασσόμενο και λειτουργεί όπως μέχρι τώρα. Αν όμως μεταβληθεί η οθόνη εμφάνισης και γίνει διαθέσιμο το πεδίο, θα μπορεί ο χρήστης να επηρεάσει άμεσα τόσο τη λήξη του τιμολογίου όσο και τον πιστωτικό έλεγχο, γι'αυτό και καλό είναι στην περίπτωση αυτή, να προστατευθεί το πεδίο και να δοθούν δικαιώματα μεταβολής μόνο στην κατάλληλη ομάδα χρηστών.

Απενεργοποίηση πιστωτικού ελέγχου σε παραστατικό από εξωτερική πηγή

Προστέθηκε πεδίο «Πιστωτικός έλεγχος» στα παραστατικά εμπορικών συναλλαγών (με αρχική τιμή από το ομώνυμο πεδίο του τύπου παραστατικού) που αναγνωρίζεται από το σύστημα πιστωτικού ελέγχου ANTI εκείνου (του πεδίου δηλαδή στον τύπο παραστατικού). Αυτό δίνει δυνατότητα διενέργειας πιστωτικών ελέγχων με άλλες μεθόδους και εισαγωγής παραστατικού (*import*) στο σύστημα με προσωρινή «κατάργηση» του πιστωτικού ελέγχου, ώστε να αποθηκεύεται πάντα. Χρήση της δυνατότητας γίνεται από το data interchange που φροντίζει για την εισαγωγή παραστατικών Τιμολόγησης από το νέο module “X-Van τιμολόγηση” του Entersoft Mobile Sales.

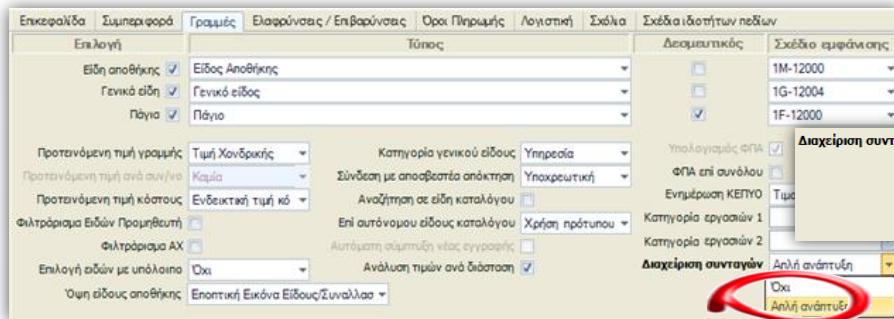
Με βάση όλες τις παραπάνω επεκτάσεις, μεταβλήθηκε κατάλληλα και η οθόνη παραμετροποίησης της Πιστωτικής Πολιτικής:

Κωδικός Α3		Περιγραφή Πελάτες Φερεγγυότητας Α με συνεργασία > 3 ετών				
Ομάδα χρηστών για πιέρβοσ		Εναλλαγματική				
Ποσό	Τρόπος ελέγχου	Πηγή ελέγχου	Μήγες τίτρου	Διεταιρικός ελέγχος	Σε επίπεδο προσώπου	
Όριο λογιστικού υπολοίπου	Προειδοποίηση	Όριο Πιστωτικής Πολιτικής	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Όριο με ίδια αδέχγραφα		Όριο Πιστωτικής Πολιτικής	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Όριο εμπορικού υπολοίπου		Όριο Συναλλασσόμενου	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Μέγιστο ποσό συναλλαγής	Προειδοποίηση	Χρόνος καθυστέρησης υπολοίπου	Ημέρες	3	<input type="checkbox"/>	
Όριο ρίσκου	Προειδοποίηση	Τρόπος ελέγχου	Απαγόρευση	Εργάσματας ημέρες	<input checked="" type="checkbox"/>	
Βήμα παραγγελιών για έλεγχο ρίσου		Διεταιρικός ελέγχος	<input type="checkbox"/> Έλεγχος σε επίπεδο προσώπου			
Τρόπος ελέγχου φερεγγυότητας		Ελάχιστο καθυστερημένο ποσό				
Προειδοποίηση		Μη καταχωριζόμενες εξαφίσεις				
Λήξη αξιογράφων						
Επιτρεπότος χρόνος	Ημέρες πίστωσης πελάτη	Επιτρεπότηρη σε διάφορης αξιογράφων				
Τρόπος ελέγχου	Απαγόρευση	Επιτρεπότος μέρες καθυστέρησης				
Πηγή ελέγχου	Απόσταση από ημίνια Εκδοσης	Τρόπος ελέγχου	Απαγόρευση	Εργάσματας ημέρες	<input checked="" type="checkbox"/>	
Έλεγχος ορίων επιταγών ανά εκδότη						
Περιγραφή υπολοίπου	Έκφραση υπολοίπου	Πηγή ελέγχου	Όριο	Τρόπος ελέγχου		
		Συγκεκριμένο όριο		Προειδοποίηση		
		Συγκεκριμένο όριο		Προειδοποίηση		
		Συγκεκριμένο όριο		Προειδοποίηση		
		Συγκεκριμένο όριο		Προειδοποίηση		
		Συγκεκριμένο όριο		Προειδοποίηση		

Τιμολόγηση

Τιμολόγηση σύνθετων προϊόντων

Δόθηκε δυνατότητα να αναγράφονται στα παραστατικά πωλήσεων τα συστατικά παραγόμενων προϊόντων. Η δυνατότητα αυτή κατ' αρχήν ενεργοποιείται στους τύπους παραστατικών όπου είναι αυτό επιθυμητό, μέσω του πεδίου «Διαχείριση συνταγών»:



Ειδικά στα παραστατικά μεταφορών-συμψηφισμών, η ανάπτυξη συνταγής τύπου «τεχνική προδιαγραφή» σε συστατικά, μπορεί να γίνει είτε για Παραγωγή - Διάλυση (με ειδικούς ελέγχους, διαχείριση επιπέδων κλπ.) είτε ως “απλή ανάπτυξη” για όλες τις άλλες περιπτώσεις.

Το αποτέλεσμα ενός τέτοιου ορισμού είναι να απαιτείται η συμπλήρωση συνταγής στις γραμμές παραγόμενων ειδών (προτείνεται η βασική) και να παράγονται πρόσθετες γραμμές με τα είδη που συνθέτουν το παραγόμενο, ως προς το 1^o επίπεδο (δεν αναπτύσσονται δηλαδή και οι συνταγές ημιετοίμων που πιθανώς περιέχονται):

Είδος	A/A	Είδος	Περιγραφή	Πιστοποίηση	Τιμή	% έκπτ. 1	% έκπτ. 2	% έκπτ. 3	Καθαρή αξία	ΣΥΝΟΛΟ	Συνταγή
1	1 P1		Συναρμολογούμενο		1.000	294.0000	0.000	0.000	294.00	349.86	P1
2	2 S1		Συστατικό 1		1.000	137.8100	0.000	0.000	137.81	163.99	
3	3 S2		Συστατικό 2		2.000	78.0950	0.000	0.000	156.19	185.87	

Στις τεχνικές προδιαγραφές έγινε διαθέσιμη η επιλογή τύπου συνταγής (που αφορούσε μόνο τα σετ μέχρι την έκδοση αυτή), η οποία πλέον επεκτάθηκε ως προς την επιθυμητή συμπεριφορά στα παραστατικά (για τα παραγόμενα εφαρμόζεται σε παραστατικά με διαχείριση συνταγών «απλή ανάπτυξη»):

• Στατική

Η σύνθεση είναι σταθερή (δεν επιτρέπεται αλλαγή συστατικών), οι δε τιμές και εκπτώσεις καθορίζονται από το “μητρικό” είδος, οπότε κατά την ανάπτυξη συστατικών, η αρχική αξία και οι εκπτώσεις κατανέμονται αναλογικά σε αυτά.

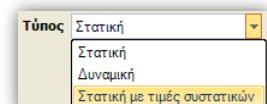
• Δυναμική

Η σύνθεση μπορεί να μεταβληθεί, οι δε τιμές και εκπτώσεις καθορίζονται από τα συστατικά, οπότε η αρχική τους αξία και οι εκπτώσεις αθροίζονται στη γραμμή του “μητρικού” είδους.

• Στατική με τιμές συστατικών

Η σύνθεση είναι σταθερή και οι μεν τιμές καθορίζονται από τα συστατικά (οπότε η αρχική τους αξία αθροίζεται στη γραμμή του “μητρικού” είδους), ενώ οι εκπτώσεις καθορίζονται από το “μητρικό” είδος (οπότε κατανέμονται αναλογικά στις γραμμές συστατικών). Οποιαδήποτε εμπορική πολιτική ή άλλη μέθοδος διαμόρφωσης εκπτώσεων αναγνωρίζεται και λειτουργεί μόνο για το παραγόμενο, ώστε να μη χρειάζεται να φροντίζει κανείς η τιμή πώλησης προϊόντων (ειδικά δε, των συναρμολογούμενων) να είναι πάντα εκείνη που προκύπτει από τα συστατικά (είδη τιμοκαταλόγου).

Το σύστημα δεν εφαρμόζει ελέγχους αρνητικού υπολοίπου σε γραμμές συστατικών στις παραπάνω περιπτώσεις (σε αντίθεση με τις γραμμές συστατικών σετ), αφού αυτά έχουν ήδη εξαχθεί μέσω αναλώσεων για να παραχθούν τα προϊόντα.

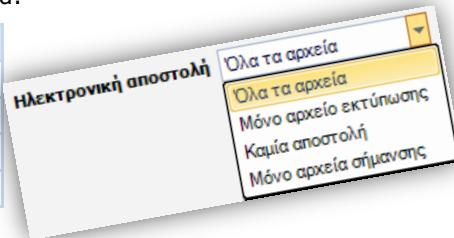


Η επιλογή “απλής ανάπτυξης” για παραγόμενα **πρέπει να ενεργοποιηθεί μόνο σε παραστατικά με την έτοιμη (SYSTEM) παραμετροποίηση**. Σε παραστατικά ειδικής κατασκευής (CUSTOM), θα πρέπει ο υπεύθυνος να αλλάξει την παραμετροποίηση έτσι ώστε οι γραμμές συστατικών προϊόντων να μην ενημερώνουν Αποθήκη & Λογιστική.

Ηλεκτρονική τιμολόγηση

Οι επιλογές για ηλεκτρονική αποστολή των αρχείων άλλαξαν, ώστε να είναι σαφώς επιλέξιμο το περιεχόμενο που πρέπει να αποσταλεί στους πελάτες που έχουν αποδεχτεί ηλεκτρονική τιμολόγηση. Συγκεκριμένα:

Επιλογή	Περιεχόμενο
Όλα τα αρχεία	a.txt, b.txt & pdf
Μόνο αρχείο εκτύπωσης	pdf
Μόνο αρχεία σήμανσης	a.txt, b.txt
Καμία αποστολή	-



Νέα πεδία

- Στα παραστατικά χρηματικών συναλλαγών προστέθηκε το πεδίο «**Πωλητής**». Έχει προτεινόμενη τιμή από τον συναλλασσόμενο. Είναι πληροφοριακό πεδίο, χωρίς κάποια έτοιμη χρήση-εκμετάλλευση.
- Στα παραστατικά εμπορικών συναλλαγών προστέθηκε το πεδίο «**Τύπος συναλλαγής**». Είναι πίνακας, τα περιεχόμενα του οποίου ορίζονται στην παραμετροποίηση/παράμετροι συναλλαγών. Πρόκειται για μια πρόσθετη κατηγοριοποίηση των παραστατικών, χωρίς άλλη έτοιμη λειτουργικότητα. Στις φόρμες καταχώρισης, εμφανίζεται στα «λοιπά στοιχεία».
- Στις γραμμές ειδών προστέθηκε το πεδίο «**Αρχικό παραστατικό**» (και συγκεκριμένα στην «επιπρόσθετη γραμμή ειδους») με αναζήτηση σε παραστατικά απαιτήσεων ή υποχρεώσεων του ίδιου συναλλασσόμενου και ενημέρωση του πεδίου «αρχική ημερομηνία». Η λειτουργικότητα αυτή είναι κατάλληλη για χρήση σε Πιστωτικά Τιμολόγια.
- Στα παραστατικά εμπορικών συναλλαγών προστέθηκαν τα (Boolean) πεδία «**Πιστωτικός έλεγχος**» (Credit control), «**Έλεγχος στοκ**» (Check stock Level) και «**Ανάπτυξη συνταγών**» (BOM execution) τα οποία δεν αποθηκεύονται, αλλά λαμβάνονται υπόψη από τις ομώνυμες λειτουργίες των παραστατικών (όταν αυτές ενεργοποιούνται, αναλόγως του είδους μιας γραμμής). Μπορεί πλέον λοιπόν κανείς, σε επίπεδο ειδικής παραμετροποίησης, να τους δώσει διαφορετική προκαθορισμένη τιμή, μέσω των διαφόρων εργαλείων customization του συστήματος, επηρεάζοντας έτσι κατά περίπτωση, τη λειτουργικότητα.

Αυτή τη στιγμή, χρήση τους γίνεται από το [Entersoft Mobile X-Van Sales](#) όπου, όταν εισάγεται τιμολόγιο στο EBS (το οποίο δημιουργήθηκε και εκδόθηκε από το mobile), θα πρέπει να μην ενεργοποιείται κανένας απαγορευτικός έλεγχος (πλην εκείνων που αφορούν φυσικά τη Βάση Δεδομένων, υπαρκτοί κωδικοί κ.ο.κ.).

Μεταγενέστερες μεταβολές

Η χρήση προφίλ δικαιωμάτων πρόσβασης είναι γνωστό ότι δίνει δυνατότητα σε εξουσιοδοτημένες ομάδες χρηστών να κάνουν μεταβολές σε διάφορες «κλάσεις» δεδομένων, παρά τους απαγορευτικούς ελέγχους που ισχύουν για όλους τους υπόλοιπους χρήστες π.χ. κλείσιμο περιόδου, οριστικοποιημένα συνδεδεμένα λογιστικά άρθρα κ.λπ. Η δυνατότητα επεκτάθηκε και για **μεταβολές σε παραστατικά κλεισμένων Χρήσεων**.

Για να γίνει αυτό, δεδομένου ότι η μεταβολή/διαγραφή «κλειδώνεται» από το κλείσιμο τύπου «[Διοικητική πληροφόρηση](#)», δόθηκε η δυνατότητα αλλαγής αυτού του στοιχείου από την οθόνη της Εταιρείας, στη σελίδα «Οικονομικές Χρήσεις», στη στήλη «Διοικητική πληροφόρηση». Μπορεί κανείς σε μια κλεισμένη Οικονομική Χρήση, χωρίς άλλη διαδικασία (άνοιγμα Χρήσης κ.λπ.), να μεταβάλλει αυτό το στοιχείο και, μετά τις απαραίτητες μεταβολές παραστατικών, να το επαναφέρει στην αρχική του κατάσταση.

Περίοδος Α/Α	Περιγραφή	Ημ/νίες	Τόπος	Κλεισμάτα					Διοικ.	MIS Γ.Λ.
				Γ.Λ.	Α.Λ.	Παλ	Αγορ	Αποθ		
10	10 ΣΕΠ 2004	01/09/2004	30/09/2004	Κανονική Περίοδος	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	11 ΟΚΤ 2004	01/10/2004	31/10/2004	Κανονική Περίοδος	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	12 ΝΟΕ 2004	01/11/2004	30/11/2004	Κανονική Περίοδος	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	13 ΔΕΚ 2004	01/12/2004	31/12/2004	Κανονική Περίοδος	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	14 Κλεισμάτος 2004	31/12/2004	31/12/2004	Περίοδος Κλεισμάτος	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Επεκτάσεις σε εργαλεία πληροφόρησης

Εκμετάλλευση εταιρικών διαστάσεων

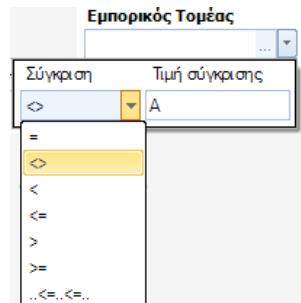
Σε όλα τα BIT όλων των υποσυστημάτων προστέθηκαν οι κατηγορίες των εταιρικών διαστάσεων **και** ως κριτήρια (εμφανίζονται στα επιπλέον κριτήρια **και** ως πεδία ομαδοποίησης):

- Κατηγορία εμπορικού τομέα
- Κατηγορία δραστηριότητας
- Κατηγορία διάστασης 1
- Κατηγορία διάστασης 2

Τόσο σε αυτά, όσο και στα πεδία εταιρικών διαστάσεων (Εμπορικός τομέας, Δραστηριότητα, Διάσταση 1, Διάσταση 2) δόθηκε η δυνατότητα ορισμού τελεστών για το περιεχόμενό τους (string range).

Με αυτό τον τρόπο μπορεί κανείς εύκολα:

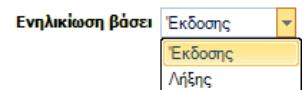
- ▶ να αποκλείσει κάποιες τιμές διαστάσεων, αντί να κάνει πολλαπλή επιλογή όλων των υπόλοιπων
- ▶ να διαλέξει όλες εκείνες τις εγγραφές που έχουν τιμή διαφορετική του κενού
- ▶ να διαλέξει εύκολα ή μόνον όσες έχουν κενή τιμή διάστασης



Ενηλικίωση υπολοίπων

Στην ενηλικίωση υπολοίπων (για λογιστικό έλεγχο) δόθηκε η δυνατότητα να ενηλικιώνονται οι εγγραφές με βάση την ημερομηνία **ΛΗΞΗΣ**. Οι εγγραφές εκείνες που θα περιλάβει η εκτύπωση είναι πάντα εκείνες που, με βάση την ημερομηνία ΕΚΔΟΣΗΣ, θα δώσουν ταυτόσημο υπόλοιπο με τις αντίστοιχες **Καρτέλες** και **Ισοζύγια** για το τέλος της ζητούμενης περιόδου (έως την ημ/νία αναφοράς).

Για να μπορέσει να δει κανείς το αποτέλεσμα, έγινε προσθήκη της στήλης «Μη λήξαντα» (αφού εγγραφές που πρέπει να εμφανιστούν, μπορεί να λήγουν μεταγενέστερα) και του κριτηρίου «Ενηλικίωση βάσει» (Ημ/νία λήξης ή Ημ/νία έκδοσης). Αν επιλεγεί η ημερομηνία λήξης, η διάταξη «βάσει λήξης» είναι η κατάλληλη, αφού περιέχει και τη νέα στήλη.



Διατάξεις		Μη λήξαντα													
Αποθήκευση Διαχείριση		Κωδικός Συν/νους	Επωνυμία	Στοιχεία Διεύθυνσης	360 μέρες και άνω	180 - 360 μέρες	120 - 180 μέρες	90 - 120 μέρες	60 - 90 μέρες	30 - 60 μέρες	0 - 30 μέρες	Σύνολο Ληξιπρ/αμω	Σύνολο Οφελάνων	Επι στροφές αίσγαρδων - Ακυρώσεις	Λογιστικό Υπόλοιπο
Βάση έκδοσης		0001-ERG	ΕΡΓΟΝ Α.Ε.	Λαοδικείας 41 , Τ.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.773,06	17.279,79	36.052,85	0,00	36.052,85	0,00
Βάσει λήξης		0002.	ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ ΑΕ	ΑΜΦΙΤΡΙΤΗΣ 23 , Τ.	0,00	0,00	10.000,00	0,00	2.300,00	0,00	0,00	12.300,00	0,00	12.300,00	0,00
Προκαθορισμένο															

Πρόβλεψη Χρηματοροής

1. Σε όλες τις εκδοχές της Πρόβλεψης Χρηματοροής (εταιρικά, ομίλου, με βεβαιωμένες ή προγραμματισμένες εισροές-εκροές ή με ενσωμάτωση εκτιμήσεων προϋπολογισμού):

- ▶ Προστέθηκε ως κριτήριο και ως πεδίο ομαδοποίησης η **φύση** χρηματικού λογαριασμού, ώστε να μπορεί κανείς να ελέγξει τα σύνολα ανά φύση π.χ. μετρητά, όψεως, δανειοληπτικοί κ.λπ. ανεξαρτήτως κωδικού.
- ▶ Προτείνεται ως ημερομηνιακό διάστημα «**από σήμερα έως 12 μήνες μετά**»

- Η Πρόβλεψη Χρηματοροής βάσει προγραμματισμένων ροών είναι πλέον διαθέσιμη και στις εκτυπώσεις **ομίλου** (Εικόνα επιχείρησης/Ομίλος-Λογιστήριο).
- Δημιουργήθηκε εκτύπωση **Πρόβλεψης Χρηματοροής ανά νόμισμα** για την τρέχουσα εταιρεία αλλά και σε επίπεδο ομίλου (διαθέσιμη στο μενού Εικόνα Επιχείρησης/Χρηματοοικονομικός Έλεγχος και στο Εικόνα Επιχείρησης/Ομίλος-Λογιστήριο). Παρουσιάζεται σε 2 σετ στηλών (α) για το νόμισμα κίνησης (β) για το βασικό νόμισμα, ώστε να μπορεί κανείς να ελέγξει και τα σύνολα (που έχουν νόημα μόνο στο 2^o σετ στηλών – σε βασικό νόμισμα).

Νόμισμα	Χρηματικά Διαθέσιμα (Νόμισμα Συναλλαγής)			Βεβαιωμένες Προβλέψεις (Νόμισμα Συναλλαγής)			Προγραμματισμένα (Νόμισμα Συναλλαγής)			Χρηματικά Διαθέσιμα (Βασικό Νόμισμα)			Βεβαιωμένες Προβλέψεις (Βασικό Νόμισμα)			Προγραμματισμένα (Βασικό Νόμισμα)		
	Εισοδές	Έκρες	Διαθέσιμο Υπόλοιπο	Προβλέψεις Ευρούν	Προβλέψεις Εκρούν	Εισοδές	Έκρες	Διαθέσιμο Υπόλοιπο	Αναμενόμενο Υπόλοιπο (Νόμισμα Συναλλαγής)	Εισοδές	Έκρες	Διαθέσιμο Υπόλοιπο	Προβλέψεις Ευρούν	Προβλέψεις Εκρούν	Εισοδές	Έκρες	Αναμενόμενο Υπόλοιπο (Βασικ...	
EUR - Ευρώ	47.725,19	2.497,00	293.895,...	82.447,17	25.460,50	1.374,45	0,00	940.699,44	47.725,19	2.497,00	294.102,...	82.447,17	25.460,52	1.374,45	0,00	947.888,87		
JPY - Γεν Ιαπωνίας	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160,00	
USD - Δολάριο ΗΠΑ	0,00	0,00	0,00	0,00	3.520,00	0,00	0,00	3.520,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.520,00	

Εμπορική εικόνα πελατών

Στα BIT «Εμπορική εικόνα» (εταιρείας και ομίλου) προστέθηκε ως κριτήριο και ως πεδίο ομαδοποίησης το **υποκατάστημα (εταιρείας) όπου ανήκει ο πελάτης** (δηλαδή το υποκατάστημα που έχει δηλωθεί στον πελάτη, ανεξαρτήτως αν κάποιες εγγραφές που τον αφορούν, γίνονται κι από άλλα υποκ/τα της εταιρείας). Ο τίτλος το διαφοροποιεί από το **υποκατάστημα των εγγραφών** που ήταν ήδη διαθέσιμο.

Υποκ/μα συναλ/νου	...	Υποκ/μα κίνησης	...
-------------------	-----	-----------------	-----

Διαχείριση αξιογράφων

Προστέθηκε ο αριθμός αξιογράφου ως κριτήριο επιλογής.

Παραστατικά απογραφής αποθήκης

Προστέθηκε ο Αποθηκευτικός Χώρος ως στήλη, καθώς και η Ποσότητα Απογραφής για καλύτερο έλεγχο. Το Υποκατάστημα προστέθηκε στην προτεινόμενη ομαδοποίηση.

Μητρώο παγίων

Το Αναλυτικό Μητρώο Παγίων δεν εμφανίζει πλέον πάγια με προοδευτική αποσβεστέα αξία < 0 (αρνητική). Στην περίπτωση που αυτό έχει προκύψει από λάθος, θα εντοπιστεί από τη λογιστική ασυμφωνία, ενώ αν οφείλεται στο ότι το Πάγιο παρακολουθείται μόνο κατά Δ.Λ.Π., είναι και το επιθυμητό (να εξαιρεθεί δηλαδή).

Γενικά

Νέοι έλεγχοι προστασίας από λάθη

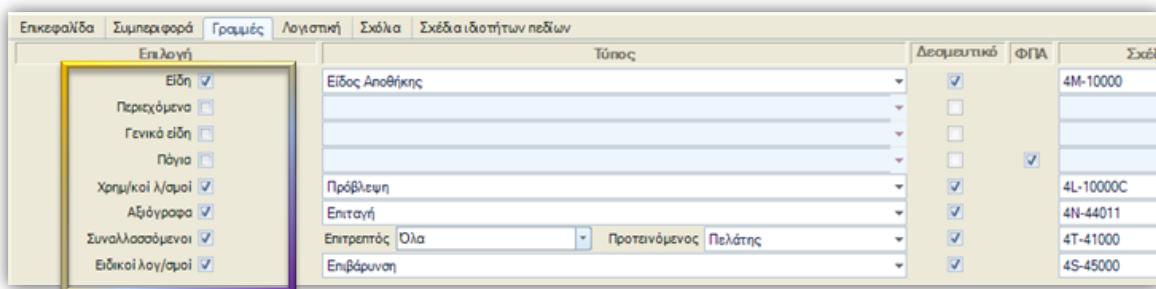
Σε παραστατικά κλεισίματος συναλλαγματικών διαφορών, απαγορεύτηκε η μεταβολή της αξίας, στην περίπτωση που αυτά έχουν προέλθει από τη μαζική διαδικασία υπολογισμού.

Σημείωση

Μόνον εγγραφές κλεισίματος συναλλαγματικών διαφορών που έχουν προκύψει από τη μαζική διαδικασία (στις Εργασίες κλεισίματος περιόδων) λαμβάνονται υπόψη στην «Ενηλικώση υπολογίσων (για λογιστικό έλεγχο)» στον υπολογισμό του σωστού ποσού σε βασικό νόμισμα. Κάθε μεταβολή της (υπολογισμένης) αξίας θα προκαλούσε ασυμφωνία Ενηλικώσης με Καρτέλα -Ισοζύγιο.

Νέες δυνατότητες στην παραμετροποίηση

Σε τύπους παραστατικών “μεταφορών-συμψηφισμών” επιτρέπεται πλέον η **ταυτόχρονη εμφάνιση και διαχείριση πολλών διαφορετικών τύπων γραμμών:**



Τεχνικές διαχείρισης των αντιστοιχίσεων

Προστέθηκε η δυνατότητα διαχείρισης της (χρηματικής) αντιστοιχίσης από αυτοματισμούς και κανόνες (business rules).

Συγκεκριμένα, πρέπει να κατασκευαστεί ένας **handler**:

```
#References ESFIDocumentsISUD.dll
#Imports Entersoft.ERP.Financials.DS
Dim handler As New
Entersoft.ERP.Financials.DS.LiquidityAccountMatchings.SI.MatchingsHandling
```

Ρουτίνες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διαχείριση της αντιστοιχίσης κατά τις ανάγκες:

Επανυπολογισμός για συγκεκριμένο συν/vo	handler.CalculateTradeAccountMatchings(session, fromDate, tradeAccountGID)
Επανυπολογισμός για συγκεκριμένο παραστατικό & συν/vo	handler.CreateDocumentMatchings(session, documentGID, tradeAccountGID)
Επανυπολογισμός για συγκεκριμένο συν/vo με συγκεκριμένο κανόνα αντιστοιχίσης	handler.CalculateTradeAccountMatchingsWithSpecificProfile(session, fromDate, tradeAccountGID, profileGID)
Επανυπολογισμός με συγκεκριμένο κανόνα, για συγκεκριμένο συν/vo & παραστατικό	handler.CreateDocumentMatchingsWithSpecificProfile(session, documentGID, tradeAccountGID, profileGID)
Επανυπολογισμός ΧΩΡΙΣ κανόνα, ακόμη κι αν ο συν/voς έχει δηλωμένο κανόνα	handler.CalculateTradeAccountMatchingsWithoutProfile(session, fromDate, tradeAccountGID)
Επανυπολογισμός ΧΩΡΙΣ κανόνα, για συγκεκριμένο παραστατικό, ακόμη κι αν ο συν/voς έχει δηλωμένο κανόνα	handler.CreateDocumentMatchingsWithoutProfile(session, documentGID, tradeAccountGID)
Δημιουργία επιλεκτικών αντιστοιχίσεων για συγκεκριμένη εγγραφή κλεισίματος (close item)	handler.CreateSpecificMatchingsForSpecificCloseItem(session, gidOIs, gidCI)
Διαγραφή αντιστοιχίσεων συγκεκριμένης εγγραφής κλεισίματος (close item)	handler.DeleteCloseItemManualAndAutoMatchings(session, gidCI)
Διαγραφή αντιστοιχίσεων συγκεκριμένου παραστατικού	handler.DeleteDocumentManualAndAutoMatchings(session, documentGID)

Entersoft CRM

Νέο υποσύστημα: Social CRM

Ανάλυση δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το νέο υποσύστημα παρέχει δυνατότητες και λειτουργικότητα για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό, τη δημοσίευση και την παρακολούθηση περιεχομένου (content) στα δύο πλέον δημοφιλή μέσα: το **Facebook** και το **Twitter**.

Το νέο διαδραστικό dashboard «Ανάλυση δραστηριότητας» (Εικόνα 1) παρουσιάζει την πρόσφατη δραστηριότητα στους λογαριασμούς σας στα παραπάνω μέσα, ανά ημέρα και ταξινομημένα βάσει προτεραιότητας. Οι fans και οι follower σας σχολιάζουν και απαντούν στα posts και tweets σας, τα μοιράζονται και τα αναμεταδίδουν, τα κάνουν like ή favorite. Το dashboard αυτό σας δίνει τη δυνατότητα να παρακολουθείτε τη δραστηριότητα αυτή, ανεξάρτητα από το αν την ξεκίνησε αρχικά κάποιος χρήστης ή εσείς, και υποστηρίζει με τρόπο ουσιαστικό την προσπάθεια για στοχευμένες και έγκαιρες απαντήσεις / αποκρίσεις.

Ακόμη, το dashboard παρέχει και συνοπτικές πληροφορίες για την ημερήσια τάση δημοσιεύσεων και την κατανομή των δημοσιεύσεων ανά τύπο και είδος διάδρασης.

Εικόνα 1: Ανάλυση δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

The screenshot displays the 'Social Activity Analysis' dashboard. At the top, there are four filter dropdowns: 'Period' (set to 'Last 7 days'), 'Social Network' (set to 'All'), 'Log Type' (set to 'All'), and 'Activity Type' (set to 'All'). Below these is a table titled 'Recent Activity Log (70)' with columns: 'Social Network', 'User', 'Post Date', 'Log Type', 'Activity Type', 'Type', and 'Content'. The table lists 70 entries from Facebook and RD Entersoft users, including posts, shares, and comments. A tooltip over one of the French posts provides its full content: 'Mais les vrais voyageurs sont ceux-là seuls qui partent Pour partir; coeurs légers, semblables aux ballons, De leur fatalité jamais ils ne s'écartent, Et, sans savoir pourquoi, disent toujours: Allons!' (Mais les vrais voyageurs sont ceux-là seuls qui partent Pour partir; coeurs légers, semblables aux ballons, De leur fatalité jamais ils ne s'écartent, Et, sans savoir pourquoi, disent toujours: Allons!). Below the table are two pie charts. The left chart, 'Activity by Type', shows a distribution of Photo, Status update, Video, Album, and Comment. The right chart, 'Activity by Source', shows a distribution of Direct, Fan page, and Group. A legend at the bottom identifies the colors for each category.

Η προτεραιότητα των αλληλεπιδράσεων διαμορφώνεται βάσει τριών Παραμέτρων Εταιρείας, οι οποίες καθορίζουν το συντελεστή βαρύτητας για σχόλια (comments) ή αποκρίσεις (replies), likes ή favorites, shares ή retweets (Εικόνα 2). Πέρα από το πλήθος των

likes/favorites, shares/retweets και comments/replies, κάθε αλληλεπίδραση προτεραιοποιείται και βάσει της αξιολόγησης του εκάστοτε fan/follower.

Εικόνα 2: Παράμετροι Εταιρείας: Συντελεστές βαρύτητας

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: Social CRM - Κοινωνική δικτύωση			
20	Προτεραιότητα δημοσίευσης - Συντελεστής βαρύτητας Comments ή Replies	Καθετοποίηση	2
21	Προτεραιότητα δημοσίευσης - Συντελεστής βαρύτητας Likes ή Favorites	Καθετοποίηση	1
22	Προτεραιότητα δημοσίευσης - Συντελεστής βαρύτητας Shares ή Retweets	Καθετοποίηση	1

Λογαριασμοί κοινωνικών δικτύων

Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που έχουν αλληλεπιδράσει με τους λογαριασμούς σας στο Facebook ή στο Twitter, «κατεβαίνουν» αυτόματα ως Λογαριασμοί Κοινωνικής Δικτύωσης, παράλληλα με τις όποιες δημοσιεύσεις. Επιλέγοντας (με αριστερό κλικ στο σύνδεσμο) ένα συγκεκριμένο λογαριασμό πάνω στο dashboard ανάλυσης δραστηριότητας, η φόρμα του λογαριασμού αυτού ανοίγει (Εικόνα 3). Μέσω της φόρμας έχετε πρόσβαση στο online προφίλ του χρήστη, μπορείτε να συνδέσετε ένα λογαριασμό με ένα πρόσωπο, να παρακολουθήσετε την πρόσφατη δραστηριότητα του λογαριασμούς κ.α.. Ακόμη εδώ δίδεται η δυνατότητα θετικής ή αρνητικής αξιολόγησης του χρήστη ανάλογα με την καταγεγραμμένη δραστηριότητά του στους λογαριασμούς σας.

Όπως προαναφέρθηκε, η αξιολόγηση του χρήστη συμμετέχει στον υπολογισμό της προτεραιότητας των διαφόρων δραστηριοτήτων.

Εικόνα 3: Φόρμα λογαριασμού κοινωνικού δικτύου | Online προφίλ

The screenshot shows a software window titled 'Λογαριασμός Κοινωνικού Δικτύου'. The left sidebar lists 'Στοιχεία Λογαριασμού' and 'Στοιχεία Προσώπου'. The main area is divided into sections: 'Ταυτότητα' (Identity), 'Στοιχεία Προσώπου' (Person Information), and 'Online προφίλ' (Online Profile).

Ταυτότητα: Κοινωνικό δίκτυο: Facebook. Κωδικός: 100000606401792. Όνομα χρήστη: y.yiannop. Όνομα: Yiannis Yiannopoulos. Status: Exceptional (green dot).

Στοιχεία Προσώπου: Είδος προσώπου: Φυσικό πρόσωπο. Επωνυμία/Όνομα: Γιαννόπουλος Γιάννης. Ηλεκτρονική διεύθυνση: y.yiannop@gmail.com. Κινητό 1: 003069444444. Κινητό 2: . Γενέθλια: /. Φύλο: Άρρεν.

Online προφίλ: Displays a Facebook profile for 'Yiannis Yiannopoulos' with a profile picture, bio, and links to About, Friends, Photos, and Map.

Μέσω της συγκεκριμένης φόρμας διατίθενται επίσης δυνατότητες για επικοινωνία με το χρήστη μέσω email ή / και μέσω Facebook email. Σημειώστε ότι η μπάρα επικοινωνίας (CRM communication toolbar) είναι επίσης διαθέσιμη εδώ.

Η πλήρης λίστα των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης είναι διαθέσιμη στο μενού: Κοινωνική δικτύωση / Λογαριασμοί κοινωνικής δικτύωσης (Εικόνα 4).

Εικόνα 4: Λίστα λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης

Στοιχεία Λογαριασμού Κοινωνικού Δικτύου							Στοιχεία προσώπου	
Όνομα στο λογαριασμό	Όνομα χρήστη	Likes	Σχόλια	Άλλα	Κωδικός	Επωνυμία/Όνομα	Ηλεκτρονική διεύθυνση	
Facebook (15)								
RD Entersoft	RDEntersoft	111	93	378	0000001 < Company Name>	rdev.entersoft...		
Mata Betsi	s.betsi	54	5	4	0000129 Betsi Mata	s.betsi@gmail...		
Spyros Dedes	spyros.dedes.5	51	5		0000169 Dedes Spyros	sde@entersoft...		
Klaus Allofs	Klaus.allofs.7	24			0000182 Gountelias Kleanthis	kgo@entersoft...		
Vasilis Papamichail	vasilis.papamichail.94	13	1		0000177 Papamichail Vasilis	vpa@entersoft...		
Konstantinos Kotzamanidis	bugzpjrn	12	1	1	0000171 Kotzamanidis Konstantinos	kkt@entersoft...		
Polyxeni Zacharouli	polyxeni.zacharouli	10	7	1	0000138 Zacharouli Polyxeni	pozaharo@qm...		
Takis Dimitrakopoulos	takis.dimitrakopoulos	7	1		0000168 Dimitrakopoulos Takis	tdi@entersoft.gr		
Sofia Athanasiou	sofia.athanasiou.37	7			0000178 Athanasiou Sofia	soa@entersoft...		
Teta Avratoglou	Teta.Avratoglou	6	2	1	0000180 Avratoglou Despoina	dea@entersoft...		
Kyriakos Filialos	kyrafilalos	6			0000184 Filialos Kyriakos	kf@entersoft.gr		
Sakis Karamitrousis	sakis.karamitrousis	2	1	1	0000172 Karamitrousis Sakis	kar@entersoft.gr		
Bogdan Dobrica	bogdan.dobrica.1	2			0000167 Dobrica Bogdan	bro@entersoft.ro		
Alexander Karamitsas	doxavk	1	2		0000170 Karamitsas Alexander	aka@entersoft...		
Ntoreta Litsardopoulou	ntoreta.litsardopoulou	1			0000183 Litsardopoulou Ntoreta	dli@entersoft.gr		
Twitter (5)								
RD Entersoft	RDEntersoft	67			0000001 < Company Name>	rdev.entersoft...		
Mata Betsi	sbtysi	2			0000129 Betsi Mata	s.betsi@gmail...		
Stavros Menegos	smeneg	2			0000130 Γιαννόπουλος Γιάννης	y.viannop@qm...		
Zacharouli Polyxeni	ZacharouliPolyx	2			0000138 Zacharouli Polyxeni	pozaharo@qm...		
Alexander Karamitsas	karamitsas_alex	1			0000170 Karamitsas Alexander	aka@entersoft...		

Λογαριασμοί κοινωνικής δικτύωσης και Πρόσωπα

Όταν ένας λογαριασμός κοινωνικής δικτύωσης συνδεθεί με Πρόσωπο, κάποιες από τις σχετικές αναφορές και πληροφορίες γίνονται διαθέσιμες και στην φόρμα του Προσώπου. Συγκεκριμένα, στο νέο expander «Προφίλ κοινωνικής δικτύωσης» περιλαμβάνονται η λίστα των συνδεδεμένων με το Πρόσωπο λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης, η δραστηριότητα αυτών κ.λπ.

Εικόνα 5: Λίστα προσώπων υποσυστήματος κοινωνικής δικτύωσης

Διαχείριση προσώπων								
Πελάτης	Επωνυμία	Κνητό	email	Facebook	Twitter	Διεύθυνση	Πόλη	Χώρα
Avrasioglu Despoina	des@entersoft...	f				Freeland Everett 25	Beograd-Voždovac	SRBIJA
Banksy						Trebesinas	Beograd-Stari Grad	SRBIJA
Betsi Mata	00306947696	s.betsi@gmail...		f	t			
Boukouvalas Thanassis	tbo@entersoft...					Downhill Internal 45	Beograd-Voždovac	SRBIJA
Charles Norton						Hermes 3	Golubac	SRBIJA
David Johnson								
Dedes Spyros	sde@entersoft...	f				Main Ownable 13	Beograd-Éukarica	SRBIJA
Dimitrakopoulos Haris		f				Mavrogiourous 45	Smederevska Pal...	SRBIJA
Dimitrakopoulos Takis	tdi@entersoft.or...	f				Trebesinas 7	Gnjilane	SRBIJA
Dobrica Bogdan	bri@entersoft...	f						
Dunthorne Joe						West Road 56	Zajednar-grad	SRBIJA
Dylan Simpson						16 Brooklands Ave.	Gedzin Han	SRBIJA
Edwards Betty						Stamodouni 79	Požarevac-grad	SRBIJA
Filiagos Kyriakos	kfi@entersoft.or...	f						
Filippou John	gf@entersoft.or...	f						
Glen Deas								
Goumas Konstantinos		f						
Gountelas Kleanthis	kgo@entersoft...	f						
John Ashdown	00306947696	lashdown@q...						
Jonathan Cameron								
Karamitrousis Sakis	kar@entersoft...	f						
Karamitrousis Alexander	aka@entersoft...	f		t				

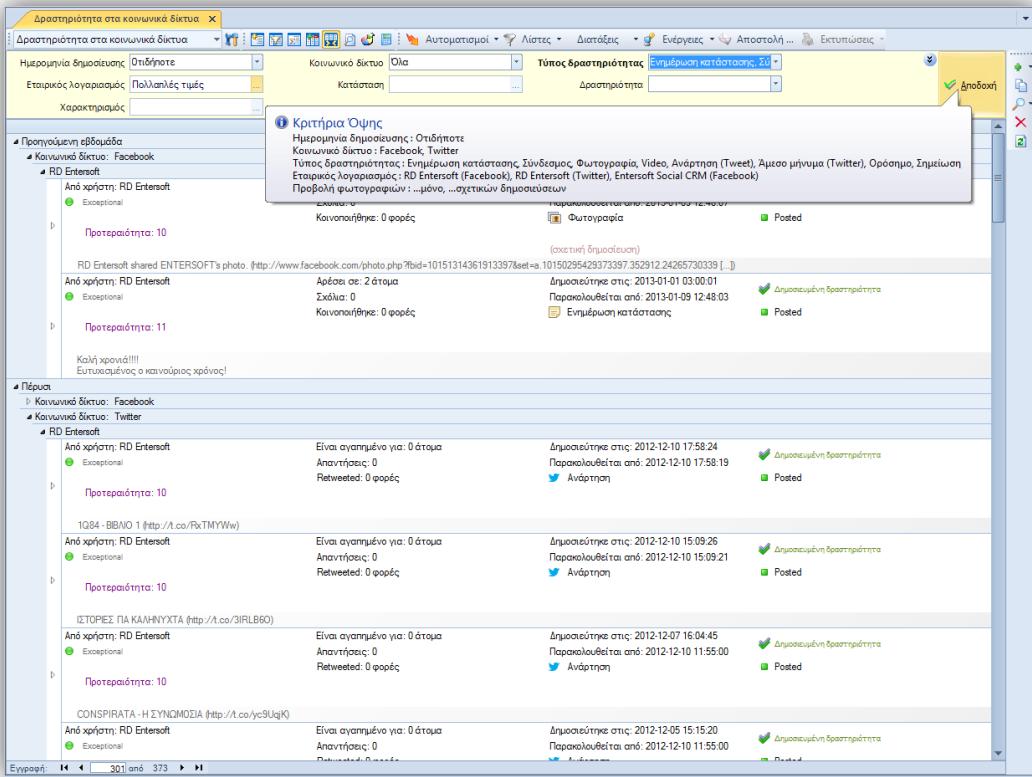
Στα πλαίσια του νέου υποσυστήματος διατίθεται επίσης και μία νέα λίστα προσώπων (Εικόνα 5), η οποία περιλαμβάνει επιπλέον και την πληροφορία αν το εκάστοτε πρόσωπο είναι συνδεδεμένο με τουλάχιστον έναν λογαριασμό Facebook ή Twitter. Επιπλέον αυτής της λίστας, διατίθεται επίσης και μια λίστα με μορφοποίηση CSV formatted (Κοινωνική δικτύωση / Πρόσωπα / Μορφοποίησης εξαγωγής σε CSV). Μέσω αυτής δίδεται η δυνατότητα να εξάγετε τα emails των προσώπων με τα οποία συναλλάσσεστε σε εταιρικό επίπεδο, μορφοποιημένα σε CSV, με βάση τα όσα ορίζει το Facebook, προκειμένου να τα εισάγετε στη συνέχεια στο facebook και να προσκαλέσετε τους επιχειρηματικούς σας συνεργάτες να κάνουν like τη σελίδα σας στο facebook.

Ο expander «Προφίλ κοινωνικής δικτύωσης» είναι διαθέσιμος και στην φόρμα των πελατών.

Διαχείριση δραστηριότητας κοινωνικής δικτύωσης

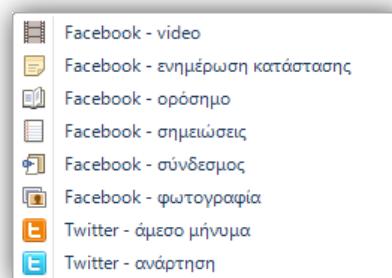
Η κύρια λίστα διαχείρισης (Κοινωνική δικτύωση / Διαχείριση δραστηριότητας; **Error! Reference source not found.**) συνδυάζει πληροφορία που αφορά την ημερομηνία της δραστηριότητας, το πλήθος των likes/favorites, shares/retweets, replies/comments ανά δημοσίευση, την προτεραιότητα, την αξιολόγηση του χρήστη κ.α.. Σε αντιστοιχία με το dashboard, η λίστα συμπεριλαμβάνει δραστηριότητα από όλους τους υπό παρακολούθηση λογαριασμούς, ανεξαρτήτως κοινωνικού δικτύου.

Εικόνα 6: Λίστα διαχείρισης δραστηριοτήτων κοινωνικής δικτύωσης



Μέσω της λίστας δίδεται η δυνατότητα για αποτελεσματική καθημερινή παρακολούθηση This list provides functionality for the των τύπων δημοσιεύσεων που υποστηρίζονται από το υποσύστημα προς το παρόν και, ακόμη περισσότερο, η έγκαιρη αλληλεπίδραση με τους fans και τους followers. Μέσω αυτής μπορείτε να δημιουργήσετε δημοσιεύσεις των τύπων που παρουσιάζονται στην Εικόνα 7.

Εικόνα 7: Υποστηριζόμενοι τύποι δημοσιεύσεων



Για κάθε τύπο δημοσίευσης έχει δημιουργηθεί και μια ειδικά διαμορφωμένη φόρμα. Μέσω αυτών των φορμών δίδεται δυνατότητα για online προβολή, παρέχεται λίστα με τα σχόλια επί της δημοσίευσης, οι καταγεγραμμένες αλληλεπιδράσεις με τους χρήστες (interactions ή effects) ανά δημοσίευση post, και άλλα.

Κάθε δημοσίευση μπορεί ουσιαστικά να αποτελέσει ένα σημείο εκκίνησης για την καταχώριση ενός παραπόνου, ενός άρθρου βάσης γνώσης, μιας υπόθεσης εξυπηρέτησης. Οι συσχετίσεις ανάμεσα στις ενέργειες κοινωνικής δικτύωσης και στις τυπικές CRM εργασίες είναι διαθέσιμες στον expander «Συσχετίσεις δραστηριότητας». Από την άλλη πλευρά μια διάφορες οντότητες του ERP και του CRM μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως σημεία εκκίνησης για την προώθηση περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα.

Συγκεκριμένα στα Είδη Αποθήκης (Εικόνα 8) παρέχονται μια σειρά ενεργειών που κάνουν δυνατή την εύκολη επαναχρησιμοποίηση υπάρχοντος περιεχομένου και την στοχευμένη και με νόημα προώθησή του στις σελίδες σας στο facebook ή στο λογαριασμό σας στο twitter.

Εικόνα 8: Είδος Αποθήκης: Ενέργειες επαναχρησιμοποίησης και προώθησης περιεχομένου στα κοινωνικά δίκτυα

PR-00031-CONSPIRATA - H ΣΥ... Ειδή Αποθήκης

Αυτοματισμοί Ενέργειες Δραστηριότητα κοινωνικής δικτύωσης

Δημοσίευση σχετικών φωτογραφιών σε νέο Facebook άλμπουμ
Δημοσίευση σχετικών φωτογραφιών σε υπάρχον Facebook άλμπουμ
Δημοσίευση φωτογραφίας είδους στο facebook
Δημοσίευση συνδέσμου είδους στο facebook
Δημοσίευση συνδέσμου είδους στο twitter

Βασικά στοιχεία

- Ταυτότητα
- Διακίνηση
- Διαστάσεις
- Σχέσεις είδους
- Οριζόμενα πεδία
- Ιδιότητες
- Σχετικά έγγραφα
- Ανάλυση πωλήσεων
- Διαστάσεις
- Συνταγές
- Τεχνικά χαρακτηριστικά
- Σχετικά Πρόσωπα
- Δραστηριότητα κοινωνικής δικτύωσης
- Πορεία προϋπολογισμού

Χαρακτηριστικά

Μονάδα μέτρησης	001 / Units
Κατηγορία ΦΠΑ	111 / Κανονική
Βασικός προμηθευτής	
Κωδικοποίηση	
Συνήθης παραγγελία	
Τιμή	

Δραστηριότητα κοινωνικής δικτύωσης

Κατεύθυνση	Κωδικός	Οντότητα	Ημερομηνία
Προς	SML-00970	Facebook - link post	18/01/2013 04:38

Για τη δημοσίευση της διεύθυνσης ενός είδους στο eCommerce site, διατίθενται δύο νέες παράμετροι εταιρείας στις οποίες πρέπει να οριστεί η δομή της διεύθυνσης. Έτσι υποστηρίζονται με απλό και άμεσο τρόπο οι προσπάθειες για να στραφούν οι fans και followers στο ηλεκτρονικό σας κατάστημα. Οι παραγόμενες συσχετίσεις με τις δραστηριότητες κοινωνικής δικτύωσης παρουσιάζονται στον αντίστοιχο expander.

Εικόνα 9: Παράμετροι Εταιρείας | Δομή διεύθυνσης URL

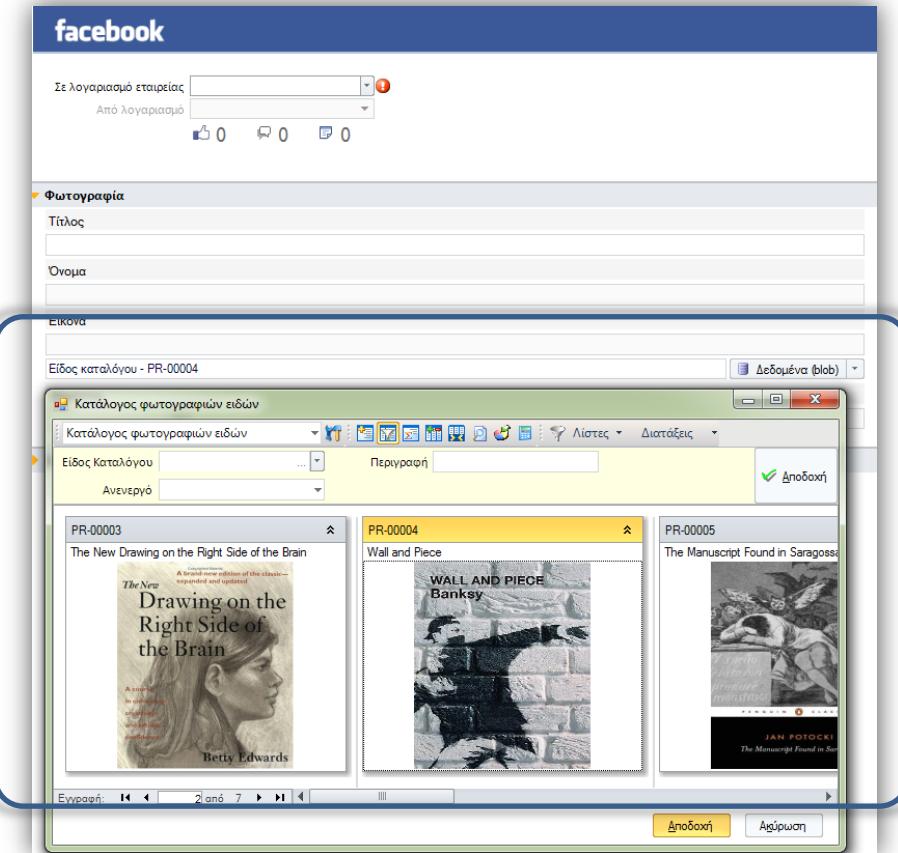
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: Παράμετροι για E-Commerce		Καθετοποίηση	Καθετοποίηση
364	Δυναμικό μέρος διεύθυνσης URL για Είδη		{ItemFamilyCode}{Description}
365	Σταθερό μέρος διεύθυνσης URL (protocol και domain name)	Καθετοποίηση	http://www.CompanyEShop.com/

Πέρα από τους παραπάνω τύπους δημοσιεύσεων, το Entersoft Social CRM υποστηρίζει και Facebook άλμπουμ and Facebook εκδηλώσεις. Τα άλμπουμ μπορούν να δημιουργηθούν εύκολα από άρθρα βάσης γνώσης συγκεκριμένης κατηγορίας και, παρομοίως, οι τυπικές CRM εκδηλώσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία εκδηλώσεων στο Facebook.

Βεβαίως πρέπει να σημειωθεί ότι η 'ad hoc' δημιουργία οποιουδήποτε τύπου δραστηριότητας υποστηρίζεται πλήρως, συμπεριλαμβανομένων και των άλμπουμ και των εκδηλώσεων και, επιπλέον, διευκολύνεται σημαντικά μέσω της αξιοποίησης των νέων controls που διατίθενται στην έκδοση.

Για παράδειγμα, προκειμένου να διευκολυνθεί η επιλογή μιας φωτογραφίας που επιθυμούμε να δημοσιεύσουμε, είναι πλέον εφικτό να την επιλέξουμε είτε ανάμεσα από τα διαθέσιμα blob data του συστήματος, ή από τη λίστα εγγράφων ή εναλλακτικά από κάποια περιοχή του δίσκου (.). Επομένως, το διαθέσιμο περιεχόμενο μπορεί με αποτελεσματικό και γρήγορο τρόπο να επαναχοιρίζεται.

Εικόνα 10: Επιλογή εικόνας από blob δεδομένα



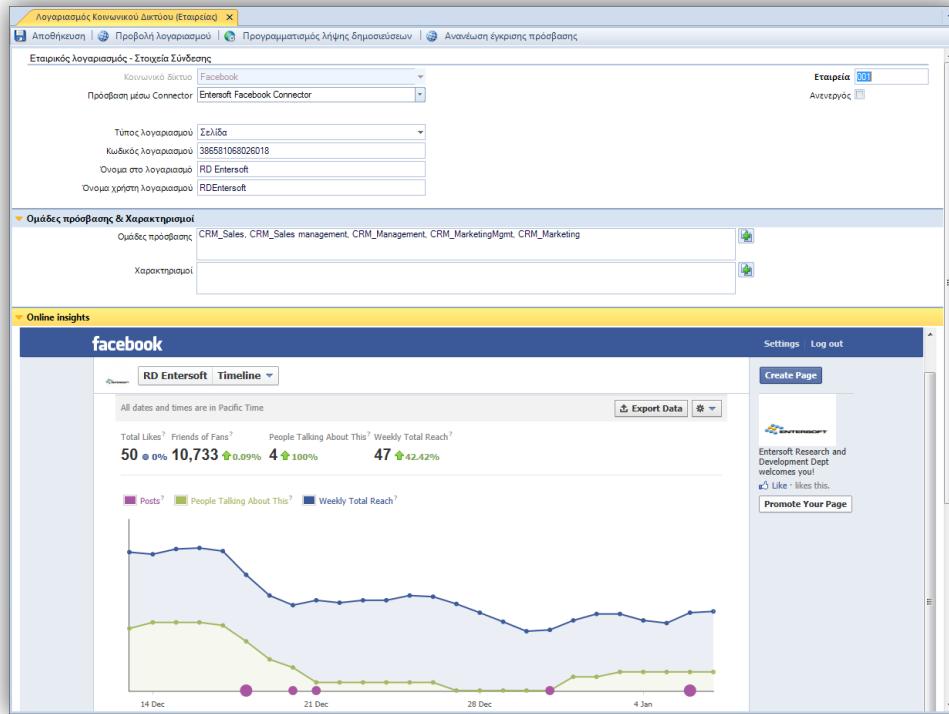
Σύνδεση με τους twitter και facebook λογαριασμούς σας

Βάσει της παρουσίασης που προηγήθηκε, είναι μάλλον σαφές ότι περισσότεροι του ενός λογαριασμοί Facebook και Twitter μπορούν να παρακολουθούνται ταυτόχρονα. Η σύνδεση με τους λογαριασμούς που είναι θεμιτό να παρακολουθούνται μέσω του Entersoft Social CRM είναι διαθέσιμη στο μενού: Εργαλεία & Ρυθμίσεις / Παραμετροποίηση / Κοινωνική δικτύωση / Εταιρικοί λογαριασμοί). Αφότου συνδεθείτε με Εταιρικό λογαριασμό μπορείτε να προγραμματίσετε τη συχνότητα κατά την οποία θα «κατεβαίνει» η σχετική δραστηριότητα και σας παρέχεται πρόσβαση (για τους facebook λογαριασμούς) στα Online στατιστικά όπως αυτά παρουσιάζονται από το ίδιο το facebook (Εικόνα 11).

Επιπλέον, στην φόρμα αυτή ορίζετε τις Ομάδες Χρηστών που θα μπορούν να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα του λογαριασμού και που θα μπορούν να δημιουργούν νέες δημοσιεύσεις. Η εικhwρηση δικαιωμάτων σε αυτό το επίπεδο εξασφαλίζει αποτελεσματική και ουσιαστική ασφάλεια σε επίπεδο εγγραφών. Έτσι, διαφορετικοί χρήστες θα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε δραστηριότητα που καταγράφεται σε διαφορετικούς λογαριασμούς ενώ χρησιμοποιούν τις ίδιες λίστες και φόρμες.

Ακόμη, οι παραμετροποιήσιμοι χαρακτηρισμοί (workflow attributes) επιτρέπουν την εστίαση σε ειδικού σκοπού λογαριασμούς κοινωνικών δικτύων, π.χ. σε ένα λογαριασμό twitter που αφορά την παροχή online υπηρεσιών εξυπηρέτησης και υποστήριξης πελατών.

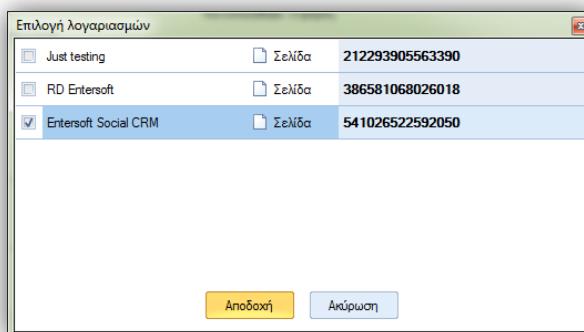
Εικόνα 11: Εταιρικός λογαριασμός | Expander online στατιστικών



Λήψη δραστηριότητας λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης

Η δραστηριότητα στους συνδεδεμένους λογαριασμούς κοινωνικών δικτύων «κατεβαίνει» είτε αυτόματα με βάση τον χρονοπρογραμματισμό που έχει οριστεί ή/και μετά από συγκεκριμένη επιλογή του χρήστη. Προκειμένου να «κατεβάσετε» τη δραστηριότητα κατ' επιλογή, θα πρέπει να επισκεφτείτε τις λίστες «Δημοσιεύσεις στο Facebook» ή «Δημοσιεύσεις στο Twitter», αναλόγως. Επιλέγοντας την ενέργεια «Λήψη δημοσιεύσεων», που διατίθεται στις δυο λίστες, εμφανίζεται διάλογος ανάλογος με αυτόν που παρουσιάζεται στην Εικόνα 12. Μόνο οι λογαριασμοί στους οποίους έχει οριστεί ότι έχει πρόσβαση ο συγκεκριμένος χρήστης εμφανίζεται, όπως ισχύει και για κάθε άλλη λίστα του Social CRM. Σημειώστε ότι ο συγκεκριμένος διάλογος εμφανίζεται εφόσον υπάρχουν περισσότεροι του ενός λογαριασμοί συνδεδεμένοι και διαθέσιμοι για το εκάστοτε κοινωνικό δίκτυο.

Εικόνα 12: Λήψη δημοσιεύσεων κατ' επιλογή



Το Entersoft Social CRM εξασφαλίζει ότι η δραστηριότητα που θα κατέβει θα τεθεί υπό παρακολούθηση ως CRM Δραστηριότητα προκειμένου να κάνει εφικτή την ουσιαστική ενοποίηση με το τυπικό Entersoft CRM. Η ληφθείσα δραστηριότητα τίθεται υπό παρακολούθηση βάσει των κριτηρίων της όψης «Αυτόματη παρακολούθηση δημοσιεύσεων» (Εργαλεία & Ρυθμίσεις /

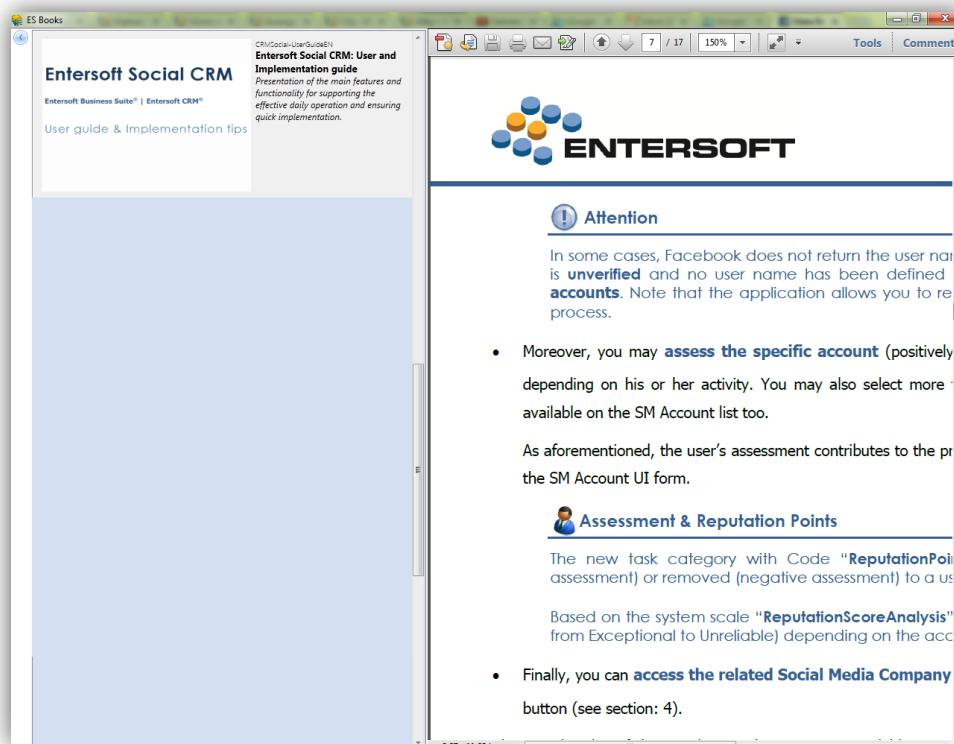
Παραμετροποίηση / Κοινωνική δικτύωση / Αυτόματη παρακολούθηση), τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν στις ανάγκες τις εκάστοτε εγκατάστασης. Η προσέγγιση αυτή εξασφαλίζει την ουσιαστική μείωση «θορύβου» και την εξ ορισμού εξαίρεση των (τυπικά πολλών) αυτόματων δημοσιεύσεων που δημιουργεί το facebook (stories), οι οποίες δεν εμπεριέχουν αξία για το CRM υποσύστημα. Σε κάθε περίπτωση, το σύνολο των δημοσιεύσεων κατεβαίνει και υποστηρίζεται πλήρως η χειροκίνητη παρακολούθηση των δημοσιεύσεων.



Ακόμη...

- Επισκεφτείτε, ακόμη, τη σελίδα του Social CRM στο Facebook: [facebook / ESSocialCRM](#)
- Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στο εγχειρίδιο χρήστη και υλοποίησης που είναι διαθέσιμο (στα αγγλικά) στη συνοδευόμενη τεκμηρίωση της εφαρμογής.

Εικόνα 13: Εγχειρίδιο χρήστη & συμβουλές υλοποίησης (User guide & Implementation tips)



CRM Marketing

Παράμετροι βελτιστοποίησης εκστρατείας

Μπορείτε να αναθέσετε παραμέτρους βελτιστοποίησης εκστρατειών σε μια εκστρατεία για να υπολογίσετε το ποσοστό αποκρίσεων **νεκρού σημείου** και το **αναμενόμενο ROI**. Με αυτό τον τρόπο μπορείτε να προσομοιώσετε τα αποτελέσματα των επιλεγμένων δεικτών της εκστρατείας χρησιμοποιώντας τις παρακάτω παραμέτρους βελτιστοποίησης.

- Κόστος εκστρατείας
- Κόστος ανά επαφή
- Κόστος ανά απόκριση
- Έσοδο ανά απόκριση

Βάσει των προηγούμενων παραμέτρων υπολογίζονται τα παρακάτω:

- Πλήθος επαφών= κόστος Marketing / κόστος ανά επαφή
- Μέσο καθαρό έσοδο= Έσοδο ανά απόκριση – κόστος ανά απόκριση
- Απόκριση νεκρού σημείου(%)= $100 * \text{Κόστος ανά επαφή} / \text{καθαρό έσοδο}$
- Αποκρίσεις νεκρού σημείου = Κόστος Marketing / Καθαρό έσοδο

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την παράμετρο Στόχος %>= Ν.Σ. (Νεκρό σημείο) για να προσομοιώσετε το επιθυμητό ROI. Οι παρακάτω δείκτες υπολογίζονται ως εξής:

- Αποκρίσεις = Αποκρίσεις νεκρού σημείου + %>ΝΣ * αποκρίσεις νεκρού σημείου
- Έσοδο = Αποκρίσεις * έσοδο ανά απόκριση
- Κόστος απόκρισης = Αποκρίσεις * κόστος ανά απόκριση
- Συνολικό κόστος = Προϋπολογισμένο κόστος marketing+ Κόστος απόκρισης
- Περιθώριο κέρδους = Έσοδο – Συνολικό κόστος
- ROI (%) = $100 * \text{καθαρό έσοδο} / \text{συνολικό κόστος}$

Αν αποδεχτείτε το προσομοιωμένο ROI(%) μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την ενέργεια ‘Ενημέρωση στόχου’ για να ενημερώσετε τους δείκτες της εκστρατείας με τις σχετικές προσομοιωμένες τιμές.

Target		Update target	
Metrics		Optimization parameters	
Marketing cost	€20.000,00	Target (N) >= 0,0	<input checked="" type="checkbox"/> Δοκιμή
Cost by contact	€0,25	Number of contacts	80.000
Cost by response	€30,00	Average net revenue	€45,00
Revenue by response	€75,00	Break even response	0,56%
		Break even responses	44.638
		Response target	1.231,00
		Revenue	€96.333,33
		Response cost	€36.123,25
		Total cost	€50.123,25
		Net revenue	€37.200,00
		ROI	62,99%

Μοντέλα RFM & Πρόβλεψη απόκρισης

Ορισμός μοντέλου

Η ανάλυση RFM αποτελεί μια εμπειρική τεχνική marketing που έχει εκτενώς εφαρμοστεί στο παρελθόν για να προβλεφθούν τα ποσοστά απόκρισης μιας εκστρατείας marketing. Με αυτό τον τρόπο η ανάλυση RFM χρησιμοποιείται για την βελτιστοποίηση του ROI μιας εκστρατείας. Η διαδικασία του RFM συνήθως εφαρμόζεται κατά την φάση του σχεδιασμού. Το μοντέλο απόκρισης του RFM μπορεί να σας βοηθήσει να εντοπίσετε το βέλτιστο target group μιας εκστρατείας.

Η προβλεπόμενη πιθανότητα πώλησης βασίζεται στην ανάλυση των παρελθοντικών δεδομένων κλεισμένων πωλήσεων. Το προβλεπόμενο ποσοστό απόκρισης βασίζεται στον υπολογισμό του πραγματικού ποσοστού απόκρισης μιας συγκρίσιμης / αντιπροσωπευτικής εκστρατείας του παρελθόντος.

Τα τμήματα ενός RFM μοντέλου και της διαδικασίας ανάλυσης περιγράφεται παρακάτω:



Η ανάλυση του RFM μοντέλου, για να προβλέψει την πιθανότητα νικηφόρας απόκρισης μιας εκστρατείας, χρησιμοποιεί τις παραμέτρους:

- **R - Recent:** Πόσο πρόσφατα ο πελάτης πραγματοποίηση την τελευταία του αγορά. Ο παράγοντας R θεωρείται ότι έχει την μεγαλύτερη επιρροή στο προβλεπόμενο ποσοστό απόκρισης
- **F – Frequency:** Πόσο συχνά ο πελάτης πραγματοποιεί μια αγορά. Ο παράγοντας F θεωρείται ότι έχει την μικρότερη επιρροή.
- **M – Monetary:** Πόσα χρήματα ξοδεύει ο πελάτης σε μια αγορά. Ο παράγοντας M έχει μικρή επιρροή στο ποσοστό απόκρισης

Οι παραπάνω τρεις παράγοντες εφαρμόζονται για να χωρίσουν τους πελάτες σε κατηγορίες. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ένα μοντέλο RFM για να εντάξετε τους πελάτες σε RFM κατηγορίες. Ένα μοντέλο RFM χρησιμοποιεί τις ακόλουθες παραμέτρους για να ορίσει την περίοδο παρελθοντικών συναλλαγών που πρέπει να χρησιμοποιήσει για να υπολογίσει τους προηγούμενους παράγοντες:

- Ημερομηνία αναφοράς: Η τελευταία ημέρα του προηγούμενου μήνα (προεπιλεγμένη τιμή)
- Μήνες: 12 (προεπιλεγμένη τιμή)

Οι παραπάνω τιμές χρησιμοποιούνται για να ορίσετε την περίοδο υπολογισμού. Ο υπολογισμός ξεκινά πάντα από την 1^η μέρα του μήνα.

Το μοντέλο RFM διαβάζει δεδομένα συναλλαγών για να κατανοήσει τη συμπεριφορά του πελάτη στην επιλεγμένη περίοδο. Με αυτό τον τρόπο το μοντέλο υπολογίζει τους τρεις παράγοντες ως εξής:

- $R =$ Η ημερομηνία της πιο πρόσφατης αγοράς

- $F =$ το πλήθος των συναλλαγών
- $M =$ Η συνολική αξία συναλλαγών

Χρησιμοποιώντας την οθόνη δημιουργίας ενός RFM μοντέλου μπορείτε να ορίσετε τους πελάτες για τους οποίους θέλετε να εφαρμόσετε την τμηματοποίηση RFM. Από προεπιλογή επιλέγονται όλοι οι πελάτες. Εναλλακτικά μπορείτε να επιλέξετε την τιμή 'Επιλογή βάσει φίλτρου' στη σχετική παράμετρο. Με αυτό τον τρόπο ενεργοποιούνται τα φίλτρα επιλογής πελατών. Τα εμφανιζόμενα φίλτρα μπορούν να παραμετροποιηθούν σύμφωνα με τις ανάγκες σας.

Στο μοντέλο RFM χρειάζεται να ορίσετε τον αριθμό των τμημάτων στα οποία θα χωριστούν οι πελάτες. Οι προτεινόμενες τιμές είναι $R=5$, $F=5$ και $M=5$. Χρησιμοποιώντας αυτές τις τιμές το μοντέλο RFM θα διαιρέσει τους πελάτες σε 125(5x5x5) τμήματα. Ήτοι αν θέλετε να τμηματοποιήσετε 500.000 πελάτες, κάθε τμήμα θα περιέχει 4.000 πελάτες. Μπορείτε να ορίσετε διαφορετικές τιμές για τους 3 παράγοντες. Για παράδειγμα αν θέλετε να τμηματοποιήσετε λιγότερους πελάτες, καλό θα ήταν να μειώσετε τους παράγοντες F και M . Φυσιολογικά θα έπρεπε να μειώσετε πρώτα τον παράγοντα M και μετά τον παράγοντα F . Τέλος ίσως χρειαστεί να αλλάξετε τιμής τον παράγοντα R . Καλό είναι να πειραματιστείτε ώστε να πετύχετε το καλύτερο αποτέλεσμα.

Είναι πολύ πιθανό κατά τη διάρκεια της επιλεγμένης περιόδου να υπάρχουν και κάποιοι πελάτες που ήταν [ανενεργοί](#). Μπορείτε να τους τοποθετήσετε στην κατηγορία '000' επιλέγοντας τη σχετική παράμετρο στην οθόνη. Είναι πολύ σημαντικό να ορίσετε πως θα χειριστείτε τους ανενεργούς πελάτες διότι, αν ο αριθμός τους είναι μεγάλος, πιθανό αυτοί να γεμίσουν πολλά από τα κατώτερα τμήματα του μοντέλου σας.

Από τις διαθέσιμες ενέργειες της οθόνης μπορείτε να επιλέξετε να δείτε τα δεδομένα υπολογισμού ώστε να μπορέσετε να ορίσετε κατάλληλα τα τμήματα. Εμφανίζονται οι παρακάτω πληροφορίες:

- Ο αριθμός των τμημάτων
- Ο αριθμός των πελατών
- Ο αριθμός των ανενεργών πελατών
- Ο αριθμός των πελατών ανά τμήμα
- Η περίοδος των συναλλαγών

Το μοντέλο τμηματοποίησης υπολογίζει τα τμήματα ως εξής:

Υπολογίζονται για κάθε πελάτη οι παράγοντες R , F και M . Οι πελάτες στη συνέχεια ταξινομούνται σε φθίνουσα σειρά με βάση το R χωρισμένα με βάση τον αριθμό των **R** τμημάτων που έχετε ορίσει για το μοντέλο. Στη συνέχεια οι πελάτες κάθε R τμήματος ταξινομούνται σε φθίνουσα σειρά βάσει της F τιμής τους. Με αυτό τον τρόπο δημιουργούνται **RF** τμήματα πελατών των οποίων οι πελάτες στη συνέχεια ταξινομούνται με φθίνουσα σειρά βάσει της M τιμής τους. Και έτσι δημιουργούνται τα **RFM** τμήματα.

Στο τέλος της διαδικασίας υπολογισμού τα ακόλουθα δεδομένα αποθηκεύονται για κάθε πελάτη:

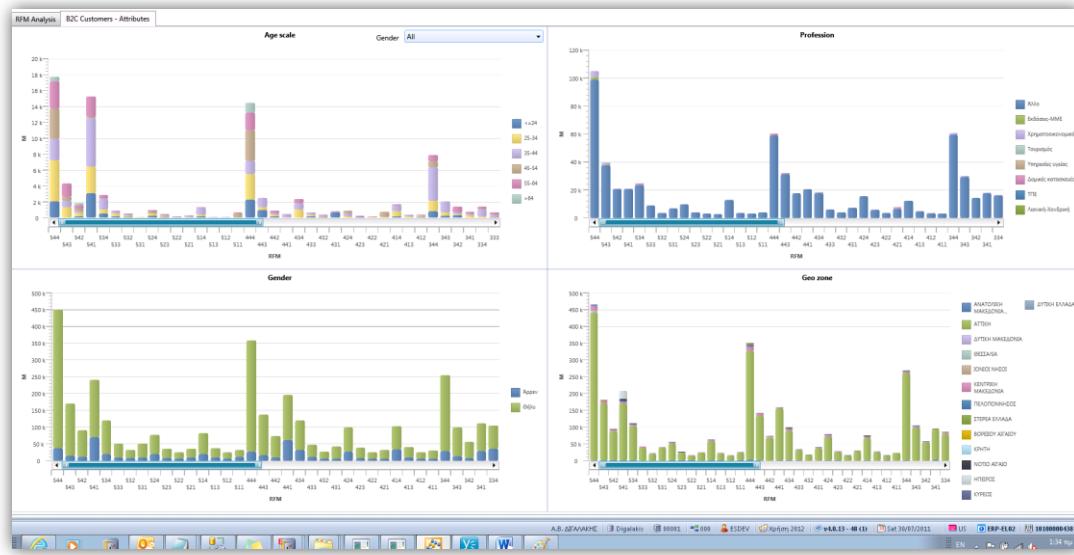
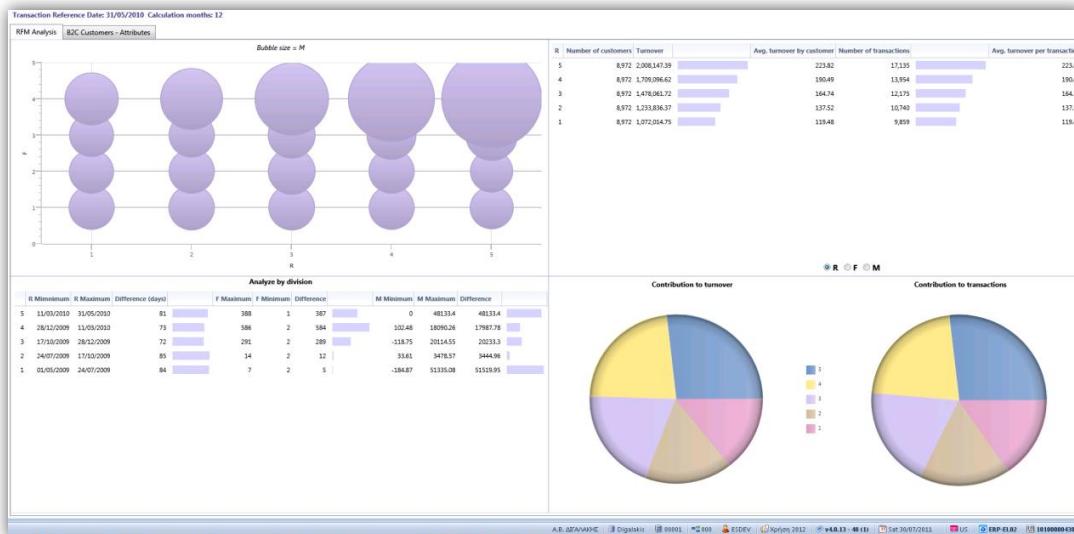
- Οι αριθμοί R , F , και M
- Οι τιμές των R , F και M
- Το τμήμα RFM

Στη συνέχεια ενημερώνεται η κατάσταση του μοντέλου ως 'Ολοκληρωμένο'.

Μπορείτε να [χρονοπρογραμματίσετε](#) την εκτέλεση του υπολογισμού του μοντέλου από τη σχετική ενέργεια της οθόνης.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το dashboard **Ανάλυση RFM** για να λάβετε απαντήσεις στα ακόλουθα:

- Ποια RFM τμήματα έχουν την υψηλότερη αξία αγορών;
- Πως κατανέμεται η αξία αγορών ανά τμήμα;
- Πως κατανέμεται το πλήθος συναλλαγών ανά τμήμα;
- Ποια είναι η μέγιστη και ποια η ελάχιστη καθώς και η διαφορά για κάθε τμήμα;
- Ποια είναι η κατανομή αξίας αγορών για κάθε τμήμα RFM; Μπορείτε να περιορίσετε δεδομένα χρησιμοποιώντας το φίλτρο του φύλου
- Ποια είναι η κατανομή αξίας αγορών για κάθε τμήμα RFM και γεωγραφική περιοχή, φύλο, επάγγελμα και ηλικία;



Μοντέλο απόκρισης RFM

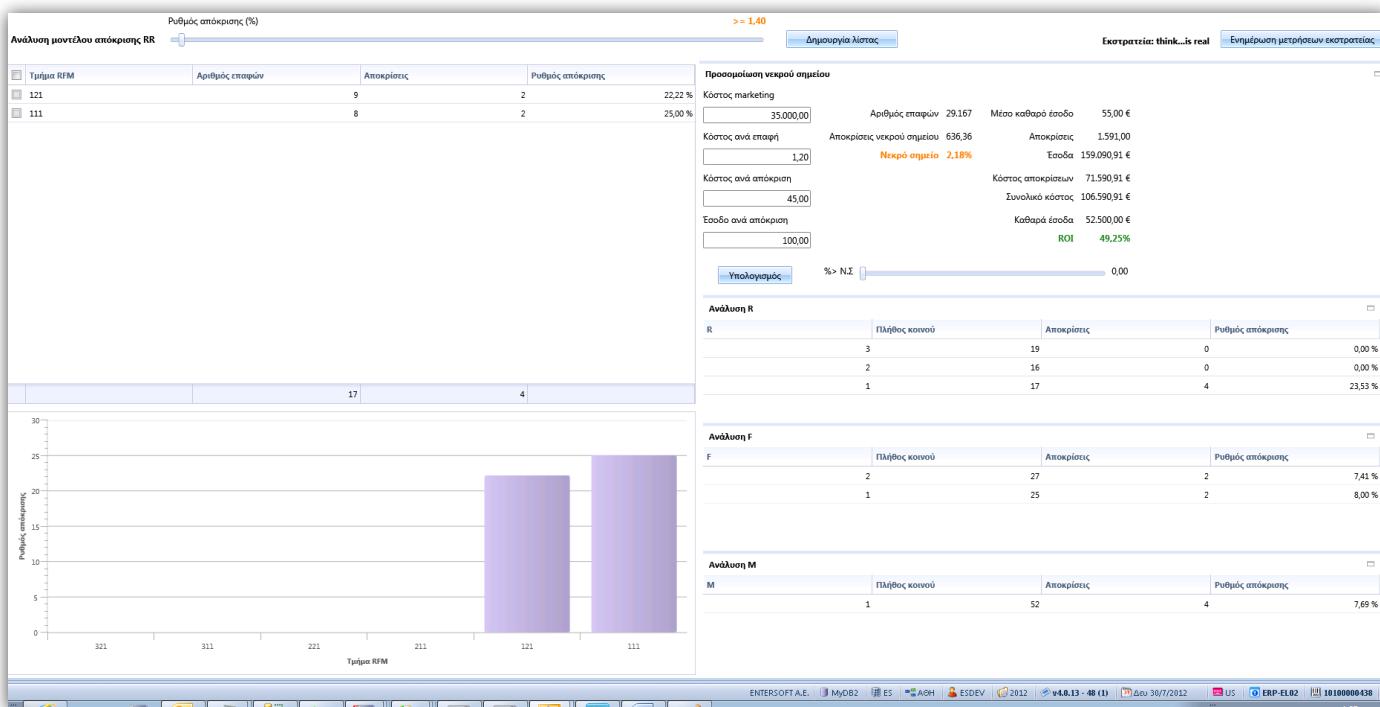
Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το μοντέλο για να κάνετε μια πρόβλεψη του ποσοστού απόκρισης για κάθε τμήμα. Το μοντέλο απόκρισης μπορεί να βοηθήσει για να βελτιώσετε την απόδοση της εκστρατείας. Ένα μοντέλο απόκρισης RFM συνδέεται με ένα μοντέλο RFM και μια ή περισσότερες παλαιότερες εκστρατείες αντιπροσώπων για να υπολογίσει τον προβλεπόμενο χρόνο απόκρισης κάθε τμήματος του μοντέλου RFM.

Είναι επίσης σημαντικό να επιλέξετε **εκστρατείες** αντιπροσώπων που αφορούν στην ίδια περίοδο με αυτή του μοντέλου RFM. Με αυτό τον τρόπο θα λάβετε πιο ακριβείς προβλέψεις απόκρισης για κάθε τμήμα του μοντέλου. Τα τμήματα του μοντέλου με την υψηλότερη απόκριση είναι πιθανότερο όντως να αποκριθούν με τον ίδιο τρόπο στη νέα εκστρατεία. Έτσι μπορείτε να επιλέξετε αυτά τα τμήματα για να δημιουργήσετε το target group της εκστρατείας. Μπορείτε επίσης να χρονοπρογραμματίσετε τον υπολογισμό από το μενού 'Περισσότερα' της γραμμής εργαλείων της οθόνης.

Για την ανάλυση του προβλεπόμενου % απόκρισης κάθε τμήματος του RFM μοντέλου μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το παρακάτω dashboard:

Ανάλυση απόκρισης

Χρησιμοποιείστε το, για να δείτε μια προσομοίωση νεκρού σημείου για το ποσοστό απόκρισης της εκστρατείας.



Η απόκριση νεκρού σημείου υπολογίζεται ως εξής: **N.S. % = κόστος ανά επαφή / καθαρό έσοδο**

Είναι πολύ σημαντικό να προσομοιώσετε το Νεκρό σημείο για να το συγκρίνετε με το προβλεπόμενο ποσοστό απόκρισης κάθε τμήματος του RFM μοντέλου. Για να κατανοήσετε την σπουδαιότητα του ποσοστού απόκρισης N.S. θεωρήστε το ακόλουθο σενάριο: Ας υποθέσουμε ότι προετοιμάζουμε μια εκστρατεία για την πρώθηση ενός νέου τεχνολογικού gadget. Δημιουργούμε λοιπόν ένα νέο μοντέλο RFM για όλο το πελατολόγιο. Επιλέγουμε να χρησιμοποιήσουμε τις συναλλαγές του τελευταίου 12-μηνου. Στην συνέχεια δημιουργούμε ένα μοντέλο απόκρισης RFM για να προβλέψουμε την απόκριση κάθε τμήματος του RFM μοντέλου. Για τον υπολογισμό επιλέγουμε να χρησιμοποιήσουμε μια εκστρατεία αντιπροσώπου που έχει διενεργηθεί στην ίδια περίοδο με αυτή του μοντέλου. Όταν ο υπολογισμός ολοκληρωθεί με την χρήση του dashboard μπορείτε να προσομοιώσετε το ποσοστό απόκρισης N.S. Έστω ότι το εγκεκριμένο κόστος marketing της συγκεκριμένης εκστρατείας είναι €20.000. Το κόστος κάθε ταχυδρομικής αποστολής είναι €0,40. Το μέγεθος του πελατολόγου που είναι δυνατό να προσεγγιστεί πρέπει να είναι ίσο με το Κόστο marketing/ κόστος ανά πελάτη = 50000 πελάτες. Αν το μέσο καθαρό έσοδο είναι €80 τότε $20.000 / 80 = 250$ πελάτες πρέπει να ανταποκριθούν θετικά στην εκστρατεία για να επιτύχουμε το Νεκρό Σημείο (εκεί που το κόστος marketing ισούται με τον τζρό). Έτσι το ποσοστό απόκρισης Νεκρού σημείου είναι $100 * 250 / 50.000 = 0,5\%$ ή $100 * 0,4 / 80 = 0,5\%$.

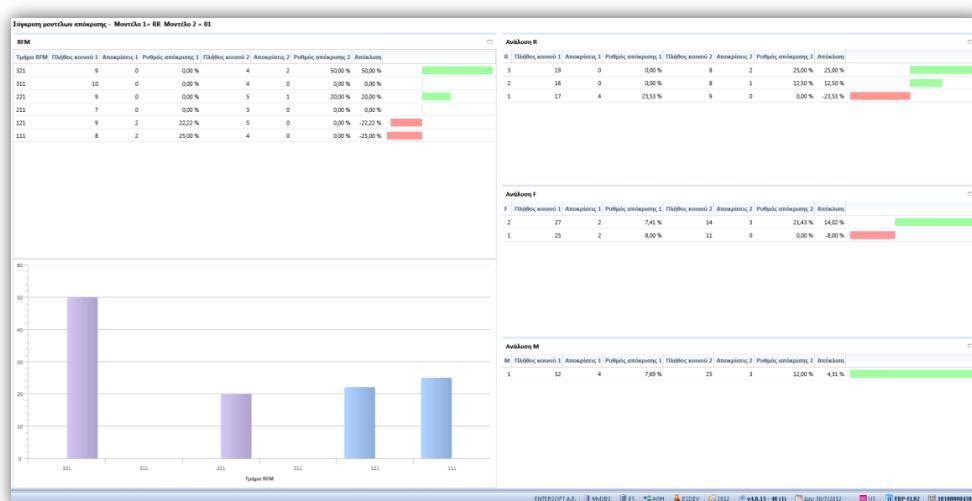
Σε αυτό το dashboard θα βρείτε δύο παραμέτρους, το **Μοντέλο απόκρισης RFM** και την **Εκστρατεία**. Αν στην επιλεγμένη εκστρατεία έχετε ενημερώσει τις παραμέτρους βελτιστοποίησης και τους σχετικούς δείκτες τότε οι τιμές τους μεταφέρονται στα σχετικά πεδία του dashboard. Με αυτό τον τρόπο μπορείτε να λάβετε μια προσομοίωση του Νεκρού Σημείου και του ROI. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την ενέργεια ενημέρωσης της εκστρατείας για να ενημερώσετε τους δείκτες της εκστρατείας με βάση τις τιμές προσομοίωσης.

Χρησιμοποιώντας τα σχετικά πεδία του dashboard μπορείτε να εισάγετε το **κόστος ανά τεμάχιο** και το **καθαρό έσοδο καθώς** και να προσομοιώσετε την απόκριση Ν.Σ. Επιλέγοντας την ενέργεια του υπολογισμού μπορείτε να υπολογίσετε το % Ν.Σ. και να φίλτραρετε τα τμήματα του RFM μοντέλου με % απόκρισης μεγαλύτερα από του Ν.Σ. Αυτά τα τμήματα πρέπει να προσεγγιστούν με προτεραιότητα.

Σύγκριση απόκρισης

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το dashboard για να συγκρίνετε δύο μοντέλα απόκρισης **RFM**. Έστω ότι δημιουργήσατε ένα μοντέλο απόκρισης για να προβλέψετε το % απόκρισης μιας εκστρατείας 'X'. Όταν αυτή ολοκληρώθηκε, δημιουργήσατε ένα νέο μοντέλο απόκρισης για να υπολογίσετε το πραγματικό % απόκρισης. Υπολογίζονται οι εξής δείκτες για κάθε τμήμα του μοντέλου:

- ποσοστό απόκρισης 1 (%) = $100 * \text{Αριθμός αποκρίσεων} / \text{Αριθμός επαφών}$ με πελάτες
- ποσοστό απόκρισης 2 (%) = $100 * \text{Αριθμός αποκρίσεων} / \text{Αριθμός επαφών}$ με πελάτες
- Απόκλιση (%) = ποσοστό απόκρισης 1 (%) - ποσοστό απόκρισης 2 (%)
- Αριθμός επαφών με πελάτες του 1^{ου} μοντέλου
- Αριθμός επαφών με πελάτες του 2^{ου} μοντέλου
- Αποκρίσεις του 1^{ου} μοντέλου
- Αποκρίσεις του 2^{ου} μοντέλου



Ανάλυση Marketing

Οι σελίδες ανάλυσης του marketing έχουν επανασχεδιαστεί ώστε να περιλαμβάνουν νέους δείκτες που βασίζονται στις νέες παραμέτρους βελτιστοποίησης εκστρατείας. Επίσης προστέθηκαν δύο νέα dashboard :

B2C – πρόσφατες συναλλαγές

Εμφανίζει ανάλυση των συναλλαγών των τελευταίων 12 μηνών. Περιέχει παράμετρο για να ορίσετε ποιοι τύποι παραστατικών θα ληφθούν υπόψη στον υπολογισμό των αποτελεσμάτων. Παρέχεται η νέα κλίμακα [Recency](#) για ορισμό των περιόδων ανάλυσης:

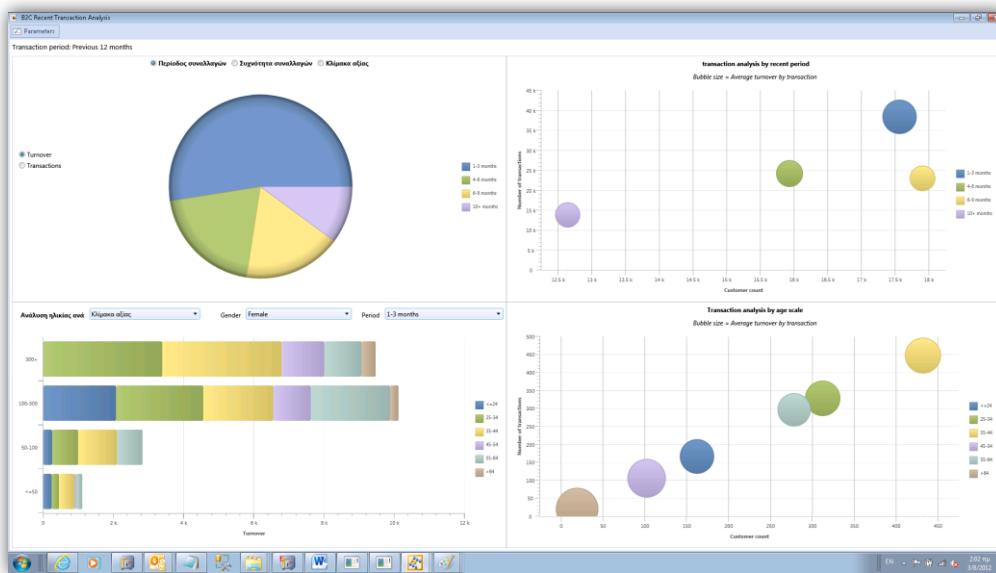
- ▶ 1-3 μήνες
- ▶ 3-6 μήνες
- ▶ 6-9 μήνες
- ▶ 10+ μήνες

Επίσης παρέχονται τρεις νέες κλίμακες για την ανάλυση των συναλλαγών:

TRNFrequency Συχνότητα συναλλαγών (πλήθος παραστατικών)	B2C_MonetaryRange (Υψος συναλλαγών)	Ηλικιακή κλίμακα
▶ 1	▶ <=50	▶ <=24
▶ 2	▶ 50-100	▶ 25-34
▶ 3+	▶ 100-300	▶ 35-44
	▶ 300+	▶ 45-54
		▶ 54-65
		▶ 65+

Μπορείτε να μεταβάλλετε τις προτεινόμενες κλίμακες σύμφωνα με τις ανάγκες σας. Το dashboard παρέχει τις εξής πληροφορίες:

- Τζίρος και πλήθος συναλλαγών ανά περίοδο
- Τζίρος ανά περίοδο και ηλικία. Μπορείτε να περιορίσετε τα εμφανιζόμενα δεδομένα με βάση το φύλο και την περίοδο.
- Τζίρος βάσει κλίμακας αξίας και ηλικίας. Μπορείτε να περιορίσετε τα δεδομένα με βάση το φύλο και την περίοδο.
- Τζίρος βάσει κλίμακας αξίας. Μπορείτε να περιορίσετε τα δεδομένα μα βάση την περίοδο.
- Συχνότητα συναλλαγών. Μπορείτε να περιορίσετε τα δεδομένα με βάσει την περίοδο.
- 3-διάστατη φυσαλίδα: Χ άξονας – αριθμός πελατών, γ άξονας – αριθμός συναλλαγών, Φυσαλίδα – μέσος τζίρος ανά συναλλαγή, Κατηγορία ανάλυσης – περίοδοι.
- 3-διάστατη φυσαλίδα: Χ άξονας – αριθμός πελατών, γ άξονας – αριθμός συναλλαγών, Φυσαλίδα – μέσος τζίρος ανά συναλλαγή, Κατηγορία ανάλυσης – ηλικία.



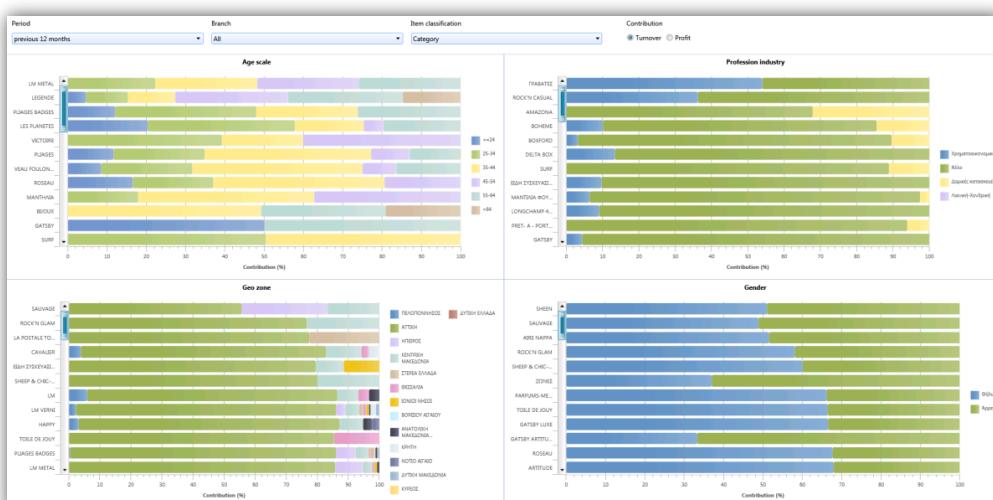
B2C Χαρακτηριστικά συναλλαγών

Παρέχει ανάλυση σημαντικών B2C χαρακτηριστικών βάσει κατηγοριοποίησης των προϊόντων. Περιέχει τις παρακάτω πληροφορίες:

- Κατανομή τζίρου ή μικτού κέρδους ανά κατηγορία προϊόντος και ηλικία.
- Κατανομή τζίρου ή μικτού κέρδους ανά κατηγορία προϊόντος και επάγγελμα.
- τζίρος ή μικτό κέρδος ανά κατηγορία προϊόντος και γεωγραφική ζώνη
- τζίρος ή μικτό κέρδος ανά κατηγορία προϊόντος και φύλο

Διατίθενται οι παρακάτω επιλογές για τον περιορισμό των δεδομένων:

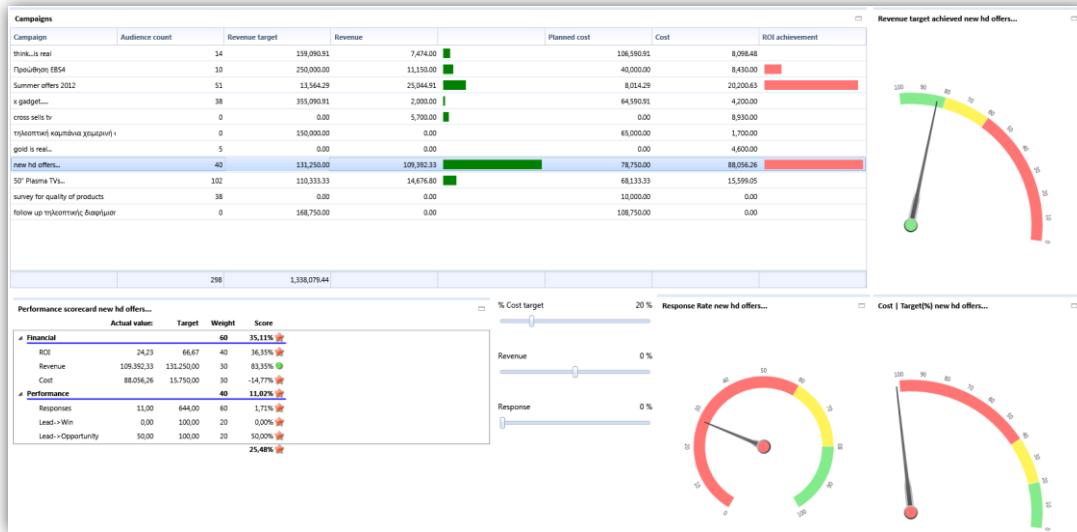
- Για την περίοδο: οι προηγούμενοι 12 μήνες, τρέχον έτος, προηγούμενο έτος, προηγούμενοι 3 μήνες, προηγούμενοι 6 μήνες
- Για το Υποκατάστημα της εταιρίας
- Για την επιλογή εμφάνισης τζίρου ή μικτού κέρδους
- Για την επιλογή κατηγορίας προϊόντος (οικογένεια, ομάδα κατηγορία, υπό- κατηγορία).



Κάρτες αποτελεσματικότητας

Αυτό το dashboard περιέχει τρία slider προσομοίωσης για την ανάλυση της πρόβλεψης για τους παρακάτω δείκτες:

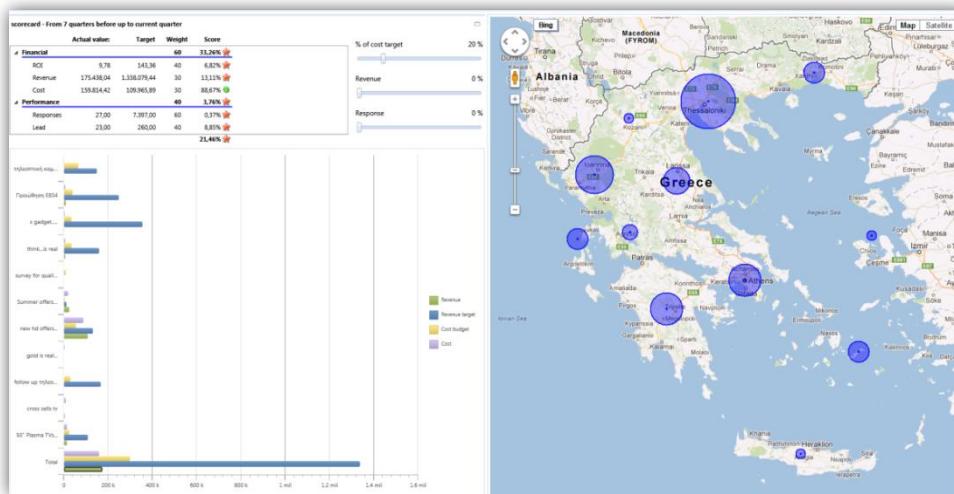
- Στόχος κόστους
- Έσοδα
- Απόκριση



Αποτελεσματικότητα Marketing

Αυτό το dashboard περιέχει τρία slider προσομοίωσης για την ανάλυση της πρόβλεψης για τους παρακάτω δείκτες:

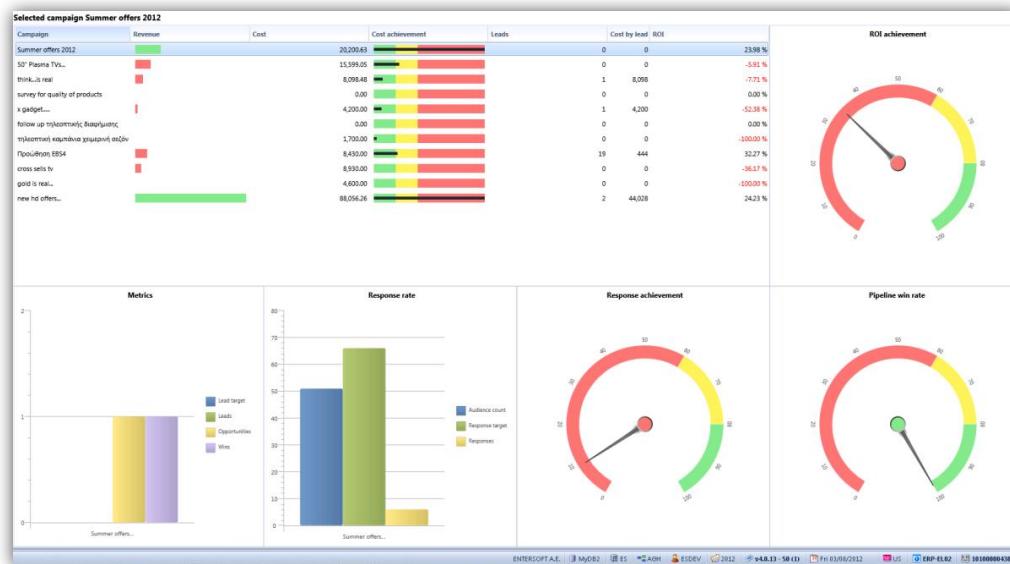
- Στόχος κόστους
- Έσοδα
- Απόκριση



Δείκτες εκστρατείας

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το dashboard για τον έλεγχο των εκστρατειών των τελευταίων 8 τριμήνων. Εμφανίζονται οι παρακάτω δείκτες:

- grid bar alert chart Εσόδων
- bullet graph Κόστους και επίτευξης κόστους
- Κόστος ανά lead
- ROI (%)
- επίτευξη ROI(%) = $100 * \text{πραγματικό ROI} / \text{προϋπολογισμένο ROI}$
- Επίτευξη απόκρισης(%) = $100 * \text{πραγματ. αποκρίσεις} / \text{προϋπολογισμένες αποκρίσεις}$
- ποσοστό νικών Pipeline (%) = $100 * \text{Ευκαιρίες σε κατάσταση 'Νίκης'} / \text{Σύνολο ολοκληρωμένων ευκαιριών}$
- Progress bar chart Lead = προϋπολογισμένα Leads, πραγματοποιηθέντα Leads, Ευκαιρίες, Νίκες
- Πρόοδος αποκρίσεων= πλήθος επαφών, προϋπολογισμένες αποκρίσεις, πραγματοποιηθέσες αποκρίσεις



Ιδιότητες – Ομάδες Ιδιοτήτων

Προστέθηκαν νέες δυνατότητες στον ορισμό των ιδιοτήτων:

- Μπορείτε να ορίσετε τύπο σε κάθε ομάδα ιδιοτήτων ως εξής:
 - Έρευνα Εκστρατείας– Χρησιμοποιείται σε έρευνες εκστρατείας– Επίσης χρησιμοποιείται από το data interchange για την μεταφορά ερευνών εκστρατείας σε κινητές συσκευές,
 - Συλλογή δεδομένων – Χρησιμοποιείται σε δραστηριότητες συλλογής. Επίσης χρησιμοποιείται από το data interchange για την μεταφορά ιδιοτήτων που αφορούν στην συλλογή δεδομένων σε κινητές συσκευές,
 - Άλλο
- Μπορείτε να ορίσετε τον τρόπο απεικόνισης για κάθε ιδιότητας ξεχωριστά σε κάθε ομάδα ιδιοτήτων. Ο τρόπος απεικόνισης θα χρησιμοποιηθεί στην σελίδα της ανάλυσης της εκστρατείας για την εμφάνιση των αποκρίσεων κάθε ιδιότητας. Μπορεί να επιλεγεί ένας από τους παρακάτω τρόπους απεικόνισης:
 - Καθόλου – η ιδιότητα της εκστρατείας δεν συμμετέχει στην ανάλυση

- Πίτα
- Δακτύλιος
- Οριζόντια μπάρα
- Κάθετη μπάρα
- Πολύχρωμη οριζόντια μπάρα
- Πολύχρωμη κάθετη μπάρα

Ανάλυση Έρευνας

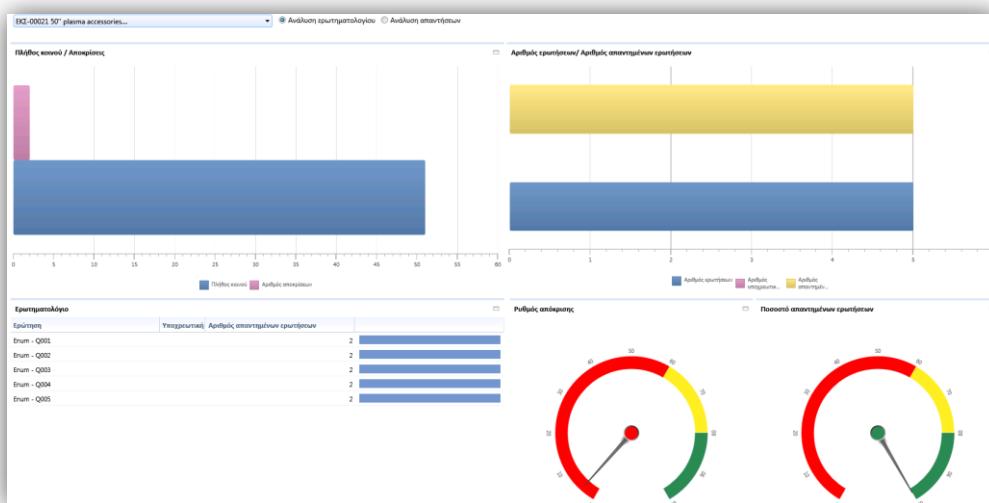
Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτή την σελίδα για την ανάλυση μιας έρευνας εκστρατείας. Παρέχεται φίλτρο επιλογής της έρευνας για την οποία θέλετε να εμφανίσετε την ανάλυση

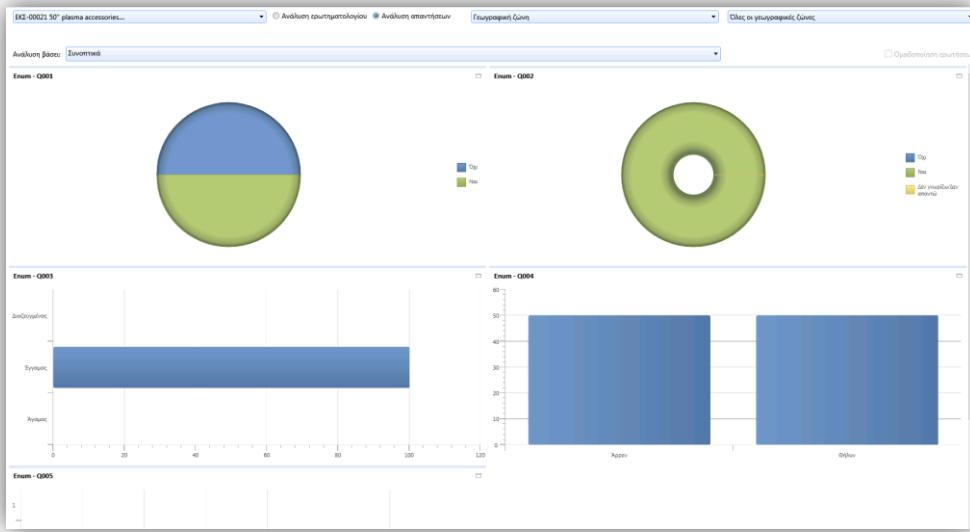
Οι πληροφορίες εμφανίζονται στις παρακάτω δύο σελίδες:

- Ανάλυση ερωτηματολογίου
- Ανάλυση απαντήσεων

Η σελίδα της ανάλυσης ερωτηματολογίου εμφανίζει τις παρακάτω πληροφορίες:

- Πλήθος κοινού / Αποκρίσεις
- Αριθμός Ερωτήσεων / Αριθμός απαντημένων ερωτήσεων
- Ανάλυση ανά ερώτηση
- Ποσοστό απαντήσεων = $100 * \text{Πλήθος απαντήσεων} / \text{Πλήθος ερωτηθέντων}$
- Ποσοστό απαντημένων ερωτήσεων / πλήθος ερωτήσεων





Η σελίδα της ανάλυσης απαντήσεων παρέχει τις παρακάτω πληροφορίες:

- Για κάθε ερωτηματολόγιο εμφανίζεται ένα διάγραμμα με την κατανομή των απαντήσεων . το σχετικό tooltip εμφανίζει πληροφορίες σχετικά με : α) πλήθος απαντήσεων, β) την συμμετοχή στο σύνολο(%).
- Μπορείτε χρησιμοποιώντας το σχετικό drop down να αλλάξετε τον τρόπο εμφάνισης της ανάλυσης απαντήσεων ώστε να συμπεριλαμβάνονται όλα τα σχετικά ερωτηματολόγια που περιέχουν την ερώτηση. Σε αυτό τον τύπο λειτουργίας μπορείτε να επιλέξετε μια ερώτηση ενός ερωτηματολογίου και να αναλύσετε την συμμετοχή του επιλεγμένου ερωτηματολόγιου στο σύνολο των ερωτηματολογίων. Σε αυτό τον τρόπο λειτουργίας τα διαγράμματα είναι τύπου στοίβας. Το εμφανιζόμενο tooltip περιέχει τις παρακάτω πληροφορίες : α) πλήθος απαντήσεων για τον επιλεγμένο χ- άξονα, β) συμμετοχή στο σύνολο(%).
- Και στους δύο τρόπους λειτουργίας μπορείτε να επιλέξετε με το ποντίκι σας για να εμφανίσετε όσους ερωτήθηκαν. Επίσης από εδώ παρέχεται η δυνατότητα μέσω σχετικής ενέργειας να δημιουργήσετε ένα νέο target group με τους ερωτηθέντες ή να τους προσθέσετε σε ένα ήδη υπάρχον.

Παρέχονται επίσης επιλογές για εναλλακτική ομαδοποίηση του αποτελέσματος ανά:

- Γεωγραφική ζώνη
- Κλάδος
- Ομάδα
- Κατηγορία

Επιπλέον μπορείτε να επιλέξετε και ομαδοποίηση των ερωτήσεων ώστε να κατηγοριοποιήσετε τα αποτελέσματα με βάση την ομαδοποίηση που έχετε ορίσει στο ερωτηματολόγιο. Αν δεν έχετε ορίσει κάποια ομαδοποίηση στο ερωτηματολόγιο τότε η σχετική επιλογή είναι ανενεργή.

Οριζόντια λειτουργικότητα

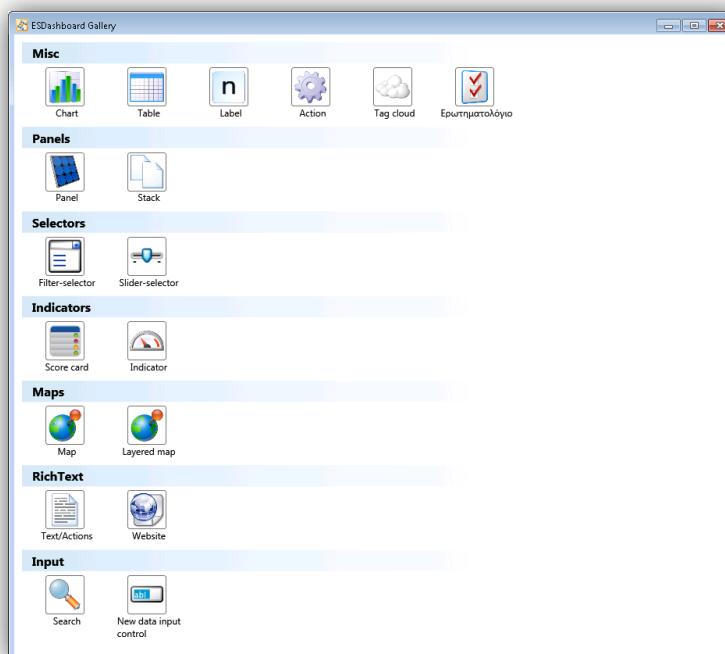
Σχεδιασμός Dashboard

Νέο περιβάλλον εργασίας

Με τον επανασχεδιασμό του περιβάλλοντος δημιουργίας / επεξεργασίας dashboard είναι πλέον ευκολότερος ο σχεδιασμός σελίδων dashboard

Η οθόνη περιέχει τρείς κύριες περιοχές:

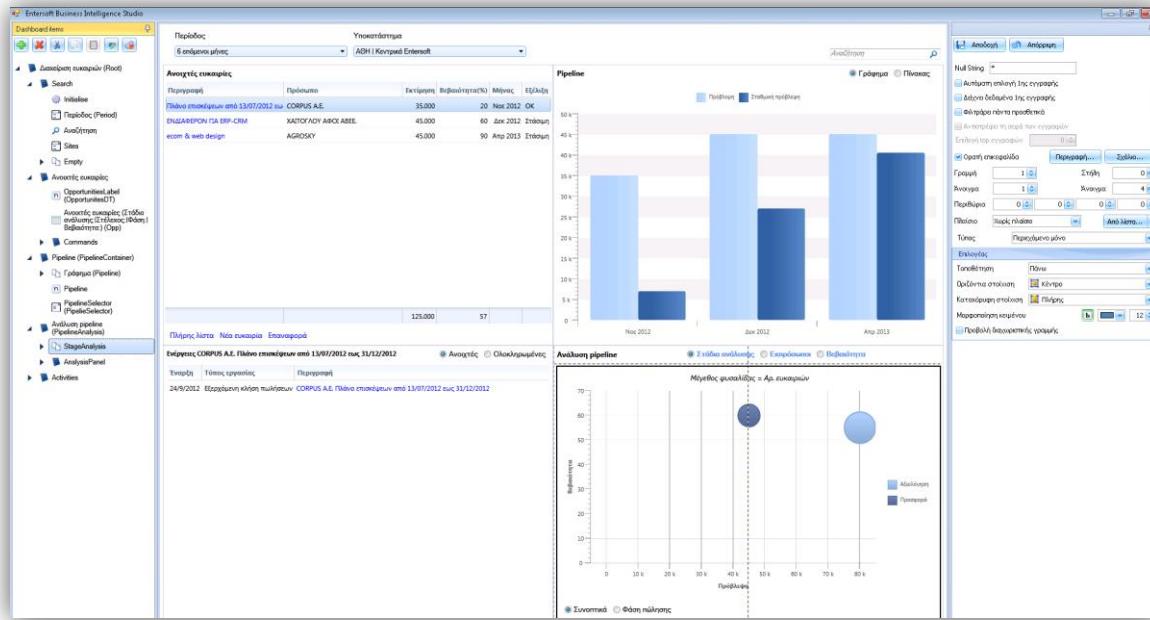
- Αριστερά μια λίστα με όλα τα αντικείμενα που περιέχει το dashboard
- Στο κέντρο την περιοχή σχεδιασμού του dashboard
- Δεξιά μια λίστα με τις ιδιότητες του επιλεγμένου αντικειμένου του dashboard.



Μπορείτε να επιλέξετε ανάμεσα σε δύο διαφορετικούς τρόπους λειτουργίας:

- **Λειτουργία σχεδιασμού** – Σε αυτό τον τρόπο λειτουργίας δεν ανακτώνται δεδομένα και επιτρέπονται οι παρακάτω ενέργειες:
 - Μεταβολή των ιδιοτήτων του επιλεγμένου αντικειμένου
 - Δεν επιτρέπεται η εκτέλεση του dashboard
- **Λειτουργία προβολής** – σε αυτό τον τρόπο λειτουργίας ανακτώνται δεδομένα από την βάση. Επιτρέπονται οι παρακάτω ενέργειες :
 - Επιλογή αντικειμένου μόνο από την λίστα αριστερά για μεταβολή των ιδιοτήτων του
 - Επιτρέπεται η εκτέλεση του dashboard καθώς και η επιλογή φίλτρων και ενεργειών που έχετε προσθέσει.

Επίσης στην λίστα αντικειμένων αριστερά επιτρέπεται και η μεταφορά (drag n' drop) ενός αντικειμένου από μία περιοχή του dashboard σε μια άλλη. Επίσης και η προσθήκη νέων αντικειμένων γίνεται στην λίστα αριστερά, αφού πρώτα επιλέξετε τον κόμβο στον οποίο θα γίνει η εισαγωγή.



Σε σελίδες που εμφανίζουν πληροφορίες σχετικές με ομάδες ιδιοτήτων (ερωτηματολόγια κλπ) δόθηκε η δυνατότητα ορισμού επιπλέον ιδιοτήτων:

- Της πηγής δεδομένων – είναι ένα query που θα χρησιμοποιηθεί για τον υπολογισμό δεικτών που θα βασιστούν στις απαντήσεις που θα επιστρέψει το query
- Το unique identifier πεδίο διάκρισης των ερωτηματολογίων του σχετικού query
- Η παράμετρος ορισμού της ομάδας ιδιοτήτων που θα εμφανιστεί
- Τα ενεργά φίλτρα που θα εφαρμοστούν από τον χρήστη κατά την εμφάνιση του αντικειμένου επιλέγοντας κάποιο σημείο δεδομένων
- Άλλα φίλτρα που θέλετε να ενεργοποιήσετε για την ομάδα ιδιοτήτων
- Αυτόματη ομαδοποίηση των ερωτήσεων
- Τύπος επιλογέα ομαδοποίησης
- Χρωματική παλέτα διαγράμματος
- Πλήθος γραμμών / στηλών του καμβά
- Αυτόματα scrolling
- Ετικέτα

Κατά την εκτέλεση θα εμφανιστούν δυναμικά τόσα διαγράμματα όσες και οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και μάλιστα με τον τύπο απεικόνισης που έχει επιλεγεί στον ορισμό της ομάδας ιδιοτήτων.

Επίσης προστέθηκε νέα ιδιότητα για τον τρόπο με τον οποίο θα γίνεται ορατό ένα αντικείμενο του dashboard.

Υπάρχουν διαθέσιμοι τρείς τύποι ορατότητας:

- Ορατό
- Κρυφό
- Κρυφό με ελαχιστοποίηση: η περιοχή που περιέχει το αντικείμενο ελαχιστοποιείται αν έχει οριστεί να έχει αυτόματο πλάτος.

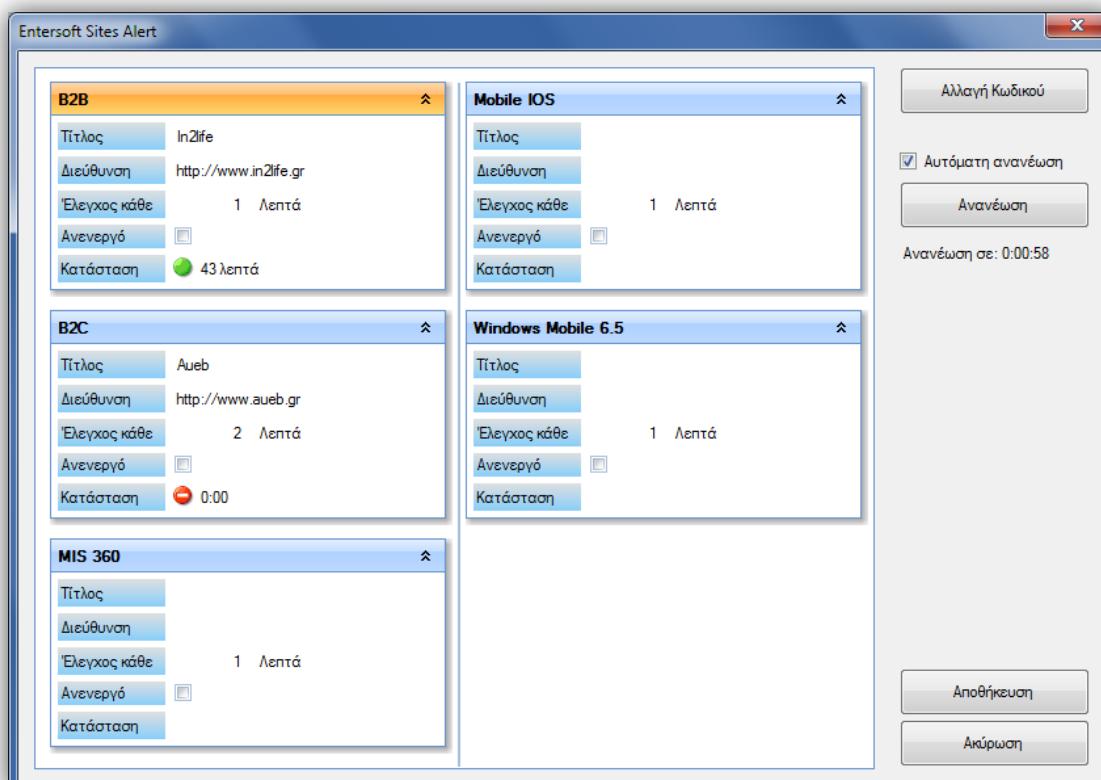
Να σημειωθεί ότι ακόμα και αν ένα αντικείμενο είναι ελαχιστοποιημένο ή κρυφό τα διάφορα ενεργά φίλτρα που βασίζονται πάνω στην επιλεγμένη γραμμή του αντικειμένου θα εξακολουθούν να λειτουργούν κανονικά. Αυτό σημαίνει επίσης ότι όλα τα δεδομένα του κρυφού αντικειμένου φορτώνονται κανονικά

Entersoft Sites Alerts

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτή την υπηρεσία για να ελέγχετε την κατάσταση λειτουργίας των internet sites της εταιρίας σας. Η υπηρεσία καταγράφει για τα sites σας όλα τα σχετικά με την διαθεσιμότητα γεγονότα Τα sites που μπορείτε να παρακολουθήσετε μέσω αυτής της υπηρεσίας είναι αποκλειστικά sites που έχουν υλοποιηθεί με την χρήση των εφαρμογών της **Entersoft, B2B, B2C, MIS 360, Mobile IOS και Windows Mobile 6.5**.

Ο πίνακας ελέγχου της υπηρεσίας είναι διαθέσιμος την επιλογή **Ρυθμίσεις \ Επικοινωνία με τον Εξυπηρετητή \ Entersoft Sites Alert** του μενού.

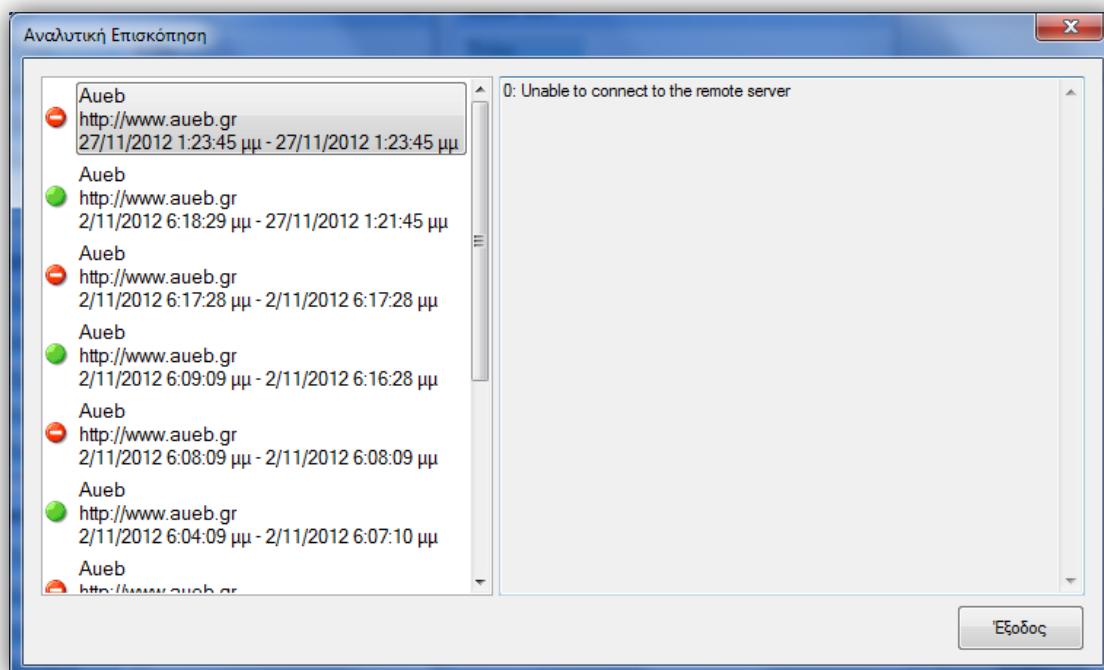
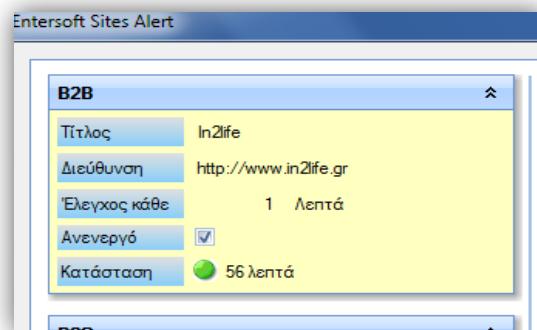
Η οθόνη εμφανίζει μια καρτέλα για κάθε διαφορετικό τύπο site που μπορείτε να παρακολουθήσετε. Κάθε καρτέλα εμφανίζει πληροφορίες σχετικές με την ταυτότητα και την τρέχουσα κατάσταση του κάθε site.



Για να χρησιμοποιήσετε την υπηρεσία απαιτείται προηγουμένως να έχετε ενεργοποιήσει την υπηρεσία σε συνεννόηση με το τμήμα πωλήσεων της Entersoft. Στην συνέχεια και κατά την πρώτη χρήση της οθόνης θα πρέπει να δηλώσετε τον κωδικό πρόσβασης στην υπηρεσία. Αυτό γίνεται από την επιλογή «Αλλαγή Κωδικού» της οθόνης. Καταχωρίστε εδώ ένα συνθηματικό το οποίο σε συνδυασμό με το όνομα χρήστη που χρησιμοποιείται στην εφαρμογή θα σας επιτρέπει την αυτόματη είσοδο στην υπηρεσία κάθε φορά που την χρησιμοποιείτε.

Το επόμενο βήμα είναι η ενημέρωση των καρτελών με τα στοιχεία κάθε site που θέλετε να παρακολουθήσετε. Συμπληρώστε στην καρτέλα που αντιστοιχεί στον τύπο του site που θέλετε να παρακολουθήσετε τα παρακάτω πεδία:

- **Τίτλος.** Μια φιλική ονομασία για το site σας
- **Διεύθυνση.** Το url του site σας
- **Έλεγχος κάθε.** Εδώ επιλέγετε το χρονικό διάστημα που θα μεσολαβεί μεταξύ των ερωτήσεων και της καταγραφής της κατάστασης του site.
- **Ανενεργό.** Επιλέξτε αν θέλετε να απενεργοποιήσετε προσωρινά την λήψη πληροφοριών για την κατάσταση κάποιου site.
Να σημειωθεί ότι οι καρτέλες που αφορούν sites στα οποία
έχει επιλεγεί να μην γίνεται ενημέρωση της κατάστασης τους
εμφανίζονται με κίτρινο χρώμα.
- **Κατάσταση.** Εμφανίζονται μηνύματα για την τρέχουσα
κατάσταση του site καθώς και ο χρόνος που το site σας
βρίσκεται σε αυτή την κατάσταση. Το σύμβολο με το
πράσινο χρώμα σημαίνει ότι το site είναι ενεργό. Αντίστοιχα
το κόκκινο σύμβολο σημαίνει ότι το site δεν είναι διαθέσιμο.
Επιλέγοντας δεξί κλικ σε αυτή την επιλογή εμφανίζεται
παράθυρο με περισσότερες λεπτομέρειες για την κατάσταση του site.



Οποιαδήποτε αλλαγή κάνετε στην διαμόρφωση των καρτελών θα ισχύσουν και θα ενημερωθεί η υπηρεσία με αυτές μόνο αφού επιλέξετε το κουμπί «Αποθήκευση» της οθόνης.

- Επιπλέον με την επιλογή «Αυτόματη ανανέωση» μπορείτε να ενεργοποιήσετε την αυτόματη ανανέωση της οθόνης. Η ανανέωση γίνεται σε προκαθορισμένο χρόνο και το υπόλοιπο μέχρι την επόμενη ενημέρωση εμφανίζεται στην οθόνη. Μπορείτε όμως να προκαλέσετε την ενημέρωση των δεδομένων της οθόνης επιλέγοντας το κουμπί «Ανανέωση» της οθόνης.

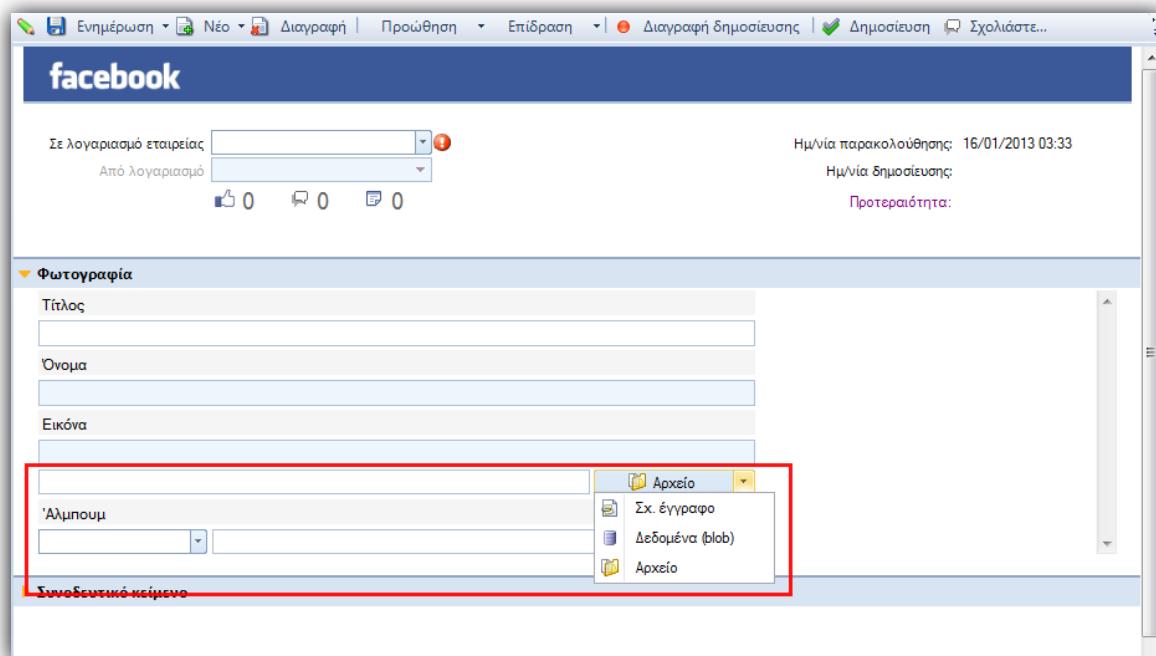
Να σημειωθεί ότι οι παραπάνω δύο τρόποι ανανέωσης των πληροφοριών της οθόνης δεν σχετίζονται με την καταγραφή των πληροφοριών διαθεσιμότητας των sites. Η καταγραφή συνεχίζεται κανονικά σύμφωνα με τις επιλογές που έχετε κάνει στις αντίστοιχες καρτέλες και ανεξάρτητα με το αν έχετε επιλέξει να γίνεται ανανέωση της οθόνης.

Σχεδιασμός οθονών

Προστέθηκαν τρία νέα control.

Επιλογέας εγγράφου

Στον σχεδιασμό οθονών δόθηκε η δυνατότητα χρήσης νέου control **επιλογέας εγγράφου**. Με την χρήση αυτού του control μπορείτε να ενημερώσετε το περιεχόμενο ενός πεδίου που δέχεται σαν τιμή τον κωδικό κάποιου σχετικού εγγράφου, επιλέγοντας με διάφορους τρόπους το σχετικό έγγραφο.



Υποστηρίζεται η επιλογή με τρείς τρόπους

1. Από σχετικό έγγραφο
2. Από δεδομένα (blob)
3. Από αρχείο

Η παραμετροποίηση του object απαιτεί την ενημέρωση των παρακάτω παραμέτρων κατά τον σχεδιασμό της φόρμας.

- **AttachmentBindingPath.** Είναι το όνομα του πεδίου στο οποίο θα γίνει η ανάθεση του κωδικού του σχετικού εγγράφου
- **BlobSelectionScroller.** Είναι ο κωδικός της όψης που θα χρησιμοποιηθεί για την επιλογή του blob. Η όψη απαιτείται να έχει primary key / selected table es00blob.gid
- **DocumentSelectionScroller.** Είναι ο κωδικός της όψης που θα χρησιμοποιηθεί για την επιλογή του σχετικού εγγράφου. Η όψη απαιτείται να έχει primary key / selected table το es00document.gid.
- **FilenameExtensionFilter.** Αν θέλουμε η επιλογή να περιοριστεί μόνο σε συγκεκριμένους τύπους αρχείων τους δίνουμε εδώ (π.χ. Image Files | *.jpeg;*.jpg;*.png;*.gif).

Αν το έγγραφο που θα επιλεγεί δεν είναι καταχωριμένο στα σχετικά έγγραφα (3η επιλογή) θα καταχωρηθεί προηγουμένως αυτόματα.

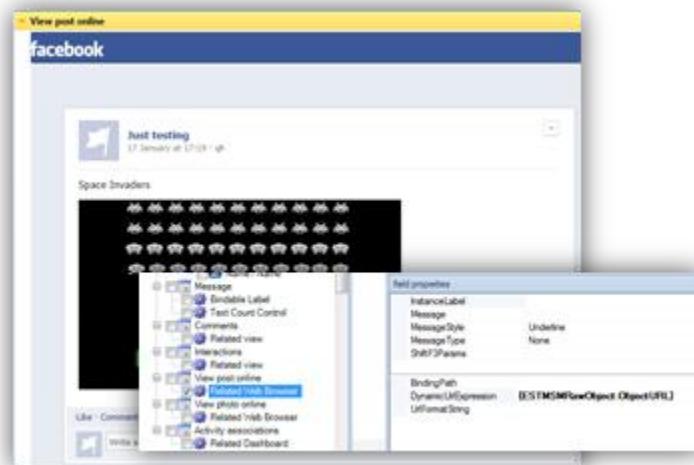
Συναφής Web Browser

Με την χρήση αυτού του νέου control μπορείτε να εμφανίσετε **περιεχόμενο από το web** που σχετίζεται με την οντότητα. Προσθέστε το νέο control σε μια φόρμα π.χ. σε έναν expander και ορίστε στο πεδίο **URL** των ιδιοτήτων του control την δομή μιας **δυναμικής διεύθυνσης στο web**. Η url διεύθυνση μπορεί να είναι μια στατική διεύθυνση ή να αποτελείται και από δυναμικά τμήματα που αναφέρονται σε πεδία της οντότητας. Π.χ. Στην οθόνη διαχείρισης ειδών αποθήκης μπορεί να προστεθεί ένα τέτοιο control για να εμφανίσει την σχετική σελίδα στο web του είδους θέτοντας ως url διεύθυνση : <http://www.entersoft.eu/{ESFIIItem.Code}>.



Σημειώστε ότι...

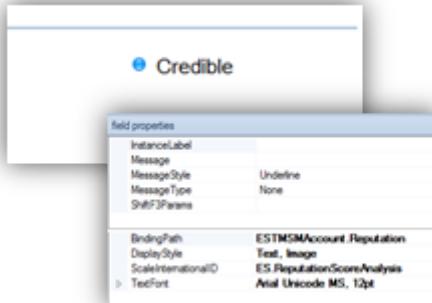
Οι ιδιότητές BindingPath και UrlFormatString δεν χρησιμοποιούνται και πρέπει να μέινουν κενές.



Δείκτης κλίμακας

Το control αυτό σας επιτρέπει να παρουσιάσετε την τιμή ενός αριθμητικού πεδίου της οντότητας, τοποθετημένη στα πλαίσια μιας επιλεγμένης κλίμακας.

Στην ιδιότητα BindingPath ορίστε το πλήρες όνομα του πεδίου (π.χ. CurrentEntityName.FieldName) και στο πεδίο ScaleInternationalID καταχωρήστε τον διεθνή κωδικό της κλίμακας που θέλετε να χρησιμοποιήσετε. Στις άλλες δύο ιδιότητες TextStyle και TextFont μπορείτε να ορίσετε τον τρόπο εμφάνισης της κλίμακας



Ενημέρωση αρχείου ΔΟΥ

Ενσωματώθηκε ενέργεια ενημέρωσης του αρχείου των **Οικονομικών εφοριών** με τις τελευταίες καταργήσεις και συγχωνεύσεις οικονομικών εφοριών. Η ενέργεια **Ενημέρωση αρχείου ΔΟΥ** είναι διαθέσιμη από λίστες προσώπων. Η ενέργεια ενημερώνει το υπάρχον αρχείο με τις νέες περιγραφές, διευθύνσεις και τα υπόλοιπα στοιχεία των ΔΟΥ.

Να σημειωθεί ότι οι αλλαγές που έχουν ανακοινωθεί δεν συνοδεύονται από την κατάργηση των κωδικών των ΔΟΥ που καταργούνται ή συγχωνεύονται. Όλοι οι κωδικοί των ΔΟΥ που καταργήθηκαν ή συγχωνεύθηκαν εξακολουθούν να γίνονται δεκτοί και αναγνωρίζονται από τις υπηρεσίες του υπουργείου οικονομικών. Η ενέργεια που προστέθηκε έχει λάβει υπόψη της το παραπάνω και μετά την ενημέρωση φροντίζει να διατηρηθούν οι υπάρχοντες κωδικοί, με ενημερωμένα βέβαια τα υπόλοιπα στοιχεία τους

Σχετικά έγγραφα

Δόθηκε η δυνατότητα επιλογής και ταυτόχρονης εκτύπωσης σχετικών εγγράφων. Η ενέργεια **Εκτύπωση Εγγράφων** είναι διαθέσιμη από την λίστα σχετικών εγγράφων. Κατά την επιλογή της ενέργειας εμφανίζεται διάλογος για την επιλογή εκτυπωτή στον οποίο θα γίνει η εκτύπωση.