

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

---o0o---



BÁO CÁO MÔN HỌC

Phân Tích Hệ Thống Thông Tin CRM SAP

Môn học	: Hệ thống thông tin quản lý
Giáo viên hướng dẫn	: Th Phạm Chí Công
Nhóm	: 06
Sinh viên thực hiện:	: Bùi Dạ Lý - 2254052042
	: Võ Tấn Huy - 2254052031
	: Huỳnh Lệ Giang - 2254050009
	: Võ Thị Ngọc Chi - 2254052008
	: Bùi Minh Nghĩa - 2254052050

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, NĂM 2024

MỤC LỤC

Lời Mở Đầu	3
1. Lý do chọn đề tài	3
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	3
Chương 1: Giới Thiệu về CRM và SAP CRM	3
1.1 CRM là gì? Hệ thống CRM?	3
1.2 Giới Thiệu Về SAP và hệ thống CRM SAP	4
a. Tổng quan về SAP	4
b. Các giải pháp của SAP.....	4
c. SAP CRM và Tính năng nổi bật của SAP CRM.	5
Chương 2: Phân tích chức năng của hệ thống SAP CRM	6
2.1 Các chức năng của CRM SAP	6
• Quản Lý Thông Tin Khách Hàng.....	6
• Chức Năng Bán Hàng (Sales).....	8
• Tích Hợp Truyền Thông Đa Kênh	13
• Chức Năng Tiếp Thị (Marketing).....	14
• Chức Năng Dịch Vụ (Services).....	18
• Phân tích và Báo cáo dựa trên SAP BW	22
2.2 Tích hợp SAP CRM với các ứng dụng khác.....	26
2.3 Quy trình triển khai hệ thống CRM SAP:.....	27
Chương 3: Hướng Ứng Dụng Hiệu Quả Của CRM SAP.....	28
3.1 Ưu Điểm và Nhược Điểm của SAP CRM	28
3.2 So sánh SAP CRM với Oracle CRM.....	29
3.3 Hướng Ứng Dụng Của SAP CRM.....	30
Kết Luận	31
Tài Liệu Tham Khảo	31

Lời Mở Đầu

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh kinh doanh hiện đại, việc xây dựng và duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng đã trở thành yếu tố quyết định đối với sự thành công của một doanh nghiệp. Hệ thống Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) là công cụ tối ưu giúp doanh nghiệp nắm bắt, quản lý và phân tích dữ liệu khách hàng một cách hiệu quả. Việc lựa chọn hệ thống CRM phù hợp có thể giúp doanh nghiệp nâng cao trải nghiệm khách hàng, tăng trưởng doanh thu, tiết kiệm chi phí và cải thiện hiệu suất làm việc của các bộ phận liên quan. Hiện nay, có rất nhiều sự lựa chọn cho hệ thống CRM trên thị trường, và không phải giải pháp nào cũng phù hợp cho mọi loại hình doanh nghiệp. Đề tài này nhằm giới thiệu và tìm hiểu hệ thống SAP CRM, để đưa ra hướng ứng dụng hiệu quả SAP CRM cho doanh nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài này được nghiên cứu nhằm mục đích sau đây: Nghiên cứu tổng quan về hệ thống Quản lý Quan hệ khách CRM SAP, những tính năng cũng như điểm mạnh và điểm yếu của hệ thống. Từ đó đưa ra kết luận hệ thống này phù hợp với những doanh nghiệp có loại hình và quy mô như thế nào.

Chương 1: Giới Thiệu về CRM và SAP CRM

1.1 CRM là gì? Hệ thống CRM?

CRM, hay Quản lý mối quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management), là một phương pháp quản lý giúp doanh nghiệp cải thiện và xây dựng mối quan hệ với khách hàng.

Hệ thống CRM bằng cách thu thập, quản lý và phân tích thông tin về khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau như cuộc gọi điện thoại, email, trang web, mạng xã hội và giao dịch mua bán. Từ đó, giúp các tổ chức có thể hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, làm tăng cường khả năng phục vụ và tạo ra trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.

1.2 Giới Thiệu Về SAP và hệ thống CRM SAP

a. Tổng quan về SAP

Công ty Cổ phần SAP là công ty phần mềm lớn nhất châu Âu, chuyên cung cấp các giải pháp phần mềm cho các doanh nghiệp. Công ty SAP được thành lập năm 1972, có trụ sở tại Cộng hòa Liên Bang Đức, ngoài ra, tại Việt Nam cũng có văn phòng đại diện ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Tại Châu Á, trụ sở chính của SAP nằm ở Singapore.

Phần mềm SAP hay SAP ERP là hệ thống phần mềm được tích hợp nhiều tính năng giúp doanh nghiệp quản lý, điều hành các hoạt động kinh doanh. Sản phẩm được ra mắt thị trường vào năm 2006 bởi Công ty SAP SE và đến nay vẫn đang là một trong những phần mềm ERP phổ biến nhất.

b. Các giải pháp của SAP

SAP cung cấp các giải pháp trên nhiều lĩnh vực:

- Cloud ERP
- Nền tảng công nghệ kinh doanh
- Trí tuệ nhân tạo
- Quản lý chuỗi cung ứng
- Quản lý tài chính
- CRM và Trải nghiệm của khách hàng
- Quản lý chi tiêu
- Quản lý nguồn nhân lực
- Phần mềm quản lý Doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Giải pháp công nghiệp và chuyển đổi số
- Mạng lưới kinh doanh

c. SAP CRM và Tính năng nổi bật của SAP CRM.

SAP CRM (Customer Relationship Management) là một giải pháp quản lý quan hệ khách hàng được phát triển bởi SAP - một trong những nhà cung cấp hàng đầu về phần mềm quản lý doanh nghiệp. Theo SAP, hệ thống CRM của họ lấy mục tiêu đơn giản là lấy khách hàng làm trung tâm. CRM SAP quản lý các mối quan hệ trong toàn bộ vòng đời khách hàng, bao gồm các phòng ban như tiếp thị, bán hàng, thương mại kỹ thuật số và dịch vụ khách hàng.

Những tính năng nổi bật của SAP CRM bao gồm:

- **Quản lý thông tin khách hàng tập trung:** Giúp doanh nghiệp có cái nhìn toàn diện về từng khách hàng, từ thông tin liên lạc đến lịch sử giao dịch, cho phép cá nhân hóa dịch vụ và xây dựng mối quan hệ bền vững.
- **Tự động hóa quy trình bán hàng và tiếp thị:** Tối ưu hóa các chiến dịch, từ lên kế hoạch đến phân tích kết quả, giúp doanh nghiệp tăng cường hiệu quả hoạt động và kiểm soát chi phí.
- **Tích hợp liền mạch với các giải pháp khác của SAP:** SAP CRM tích hợp với các giải pháp như ERP và SCM, tạo nên một hệ sinh thái quản lý doanh nghiệp thống nhất, giúp các bộ phận phối hợp mượt mà hơn và nâng cao hiệu quả tổng thể.
- **Phân tích dữ liệu và báo cáo mạnh mẽ:** Với sự hỗ trợ của công nghệ SAP HANA, SAP CRM cho phép phân tích dữ liệu thời gian thực, giúp doanh nghiệp đưa ra những quyết định chính xác và nhanh chóng.
- **Hỗ trợ truy cập đa nền tảng:** SAP CRM hỗ trợ truy cập trên nhiều thiết bị, bao gồm cả thiết bị di động, giúp nhân viên làm việc linh hoạt, cải thiện khả năng tương tác với khách hàng và nâng cao mức độ hài lòng của họ.

Những Phát Triển và Xu Hướng Gần Đây của SAP CRM:

- **CRM dựa trên đám mây:** SAP CRM đã áp dụng đám mây, cung cấp các tùy chọn triển khai linh hoạt và giảm chi phí.
- **AI và Học Máy:** Sự tích hợp của AI và ML đã dẫn đến tương tác khách hàng thông minh hơn, phân tích dự đoán và các nhiệm vụ tự động.
- **Tập trung vào Trải Nghiệm Khách Hàng (CX):** SAP CRM ngày càng tập trung vào việc cung cấp trải nghiệm khách hàng vượt trội, tận dụng những hiểu biết dựa trên dữ liệu và tương tác cá nhân hóa.

- **Giải pháp theo ngành:** SAP cung cấp các giải pháp CRM theo ngành được thiết kế để đáp ứng nhu cầu độc đáo của các lĩnh vực khác nhau, chẳng hạn như bán lẻ, chăm sóc sức khỏe và sản xuất.

Chương 2: Phân tích chức năng của hệ thống SAP CRM

2.1 Các chức năng của CRM SAP

- **Quản Lý Thông Tin Khách Hàng**

Trong môi trường kinh doanh hiện đại, quản lý thông tin khách hàng một cách hiệu quả là chìa khóa giúp doanh nghiệp duy trì mối quan hệ lâu dài và gia tăng giá trị với khách hàng. SAP CRM là một công cụ mạnh mẽ cho phép doanh nghiệp không chỉ thu thập và lưu trữ thông tin khách hàng mà còn quản lý toàn bộ quá trình giao dịch và tương tác với họ. Hệ thống này giúp doanh nghiệp xây dựng một cái nhìn toàn diện về khách hàng qua các giao dịch kinh doanh, thông tin liên hệ, phân khúc khách hàng, và các hoạt động giao tiếp.

Dưới đây là các chức năng cụ thể mà SAP CRM cung cấp để giúp doanh nghiệp quản lý hiệu quả từng khía cạnh của thông tin khách hàng:

- **Business Transaction (Giao dịch kinh doanh):**

- Quản lý các thuê bao và chương trình gói cước hiện dùng của khách hàng (Order Management, Product).
- Quản lý các chương trình khuyến mãi hoặc áp dụng các sản phẩm, chiến dịch (Product, Campaign).
- Quản lý các cơ hội đang xúc tiến, ghi nhận các cơ hội kinh doanh có tiềm năng với khách hàng (Opportunity Management).
- Quản lý lịch sử các yêu cầu hỗ trợ mà khách hàng đã thực hiện với doanh nghiệp (Service Request Management).
- Lịch sử điểm thưởng của khách hàng trung thành.

- **General Info (Thông tin chung):**

- Quản lý các thông tin cơ bản của khách hàng như: tên, ngày sinh, mã số thuế (MST), và thông tin kinh doanh (BKD).
- Quản lý nhân viên chịu trách nhiệm chính cho mỗi khách hàng (Employee Responsible - AM) và khu vực mà khách hàng thuộc về (Sale Area).
- Quản lý đối tượng: cửa hàng, đại lý, đối tác, và khách hàng

- **Contact Info (Thông tin liên hệ):**

- Quản lý người liên hệ chính của mỗi khách hàng
- Quản lý thông tin địa chỉ: địa chỉ thanh toán, địa chỉ giao hàng.
- Quản lý thời gian làm việc của doanh nghiệp giúp tối ưu hóa thời gian giao dịch và hỗ trợ dịch vụ.

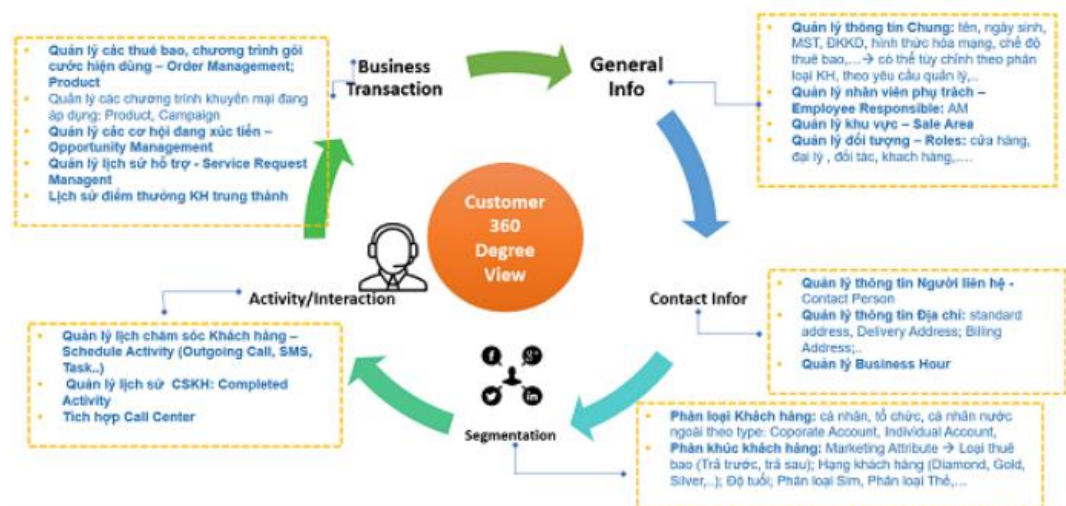
- **Segmentation (Phân khúc khách hàng):**

- Phân loại khách hàng theo các tiêu chí như cá nhân, tổ chức, và trong/ngoài nước, giúp dễ dàng điều chỉnh chiến lược tiếp cận và marketing.
- Phân khúc khách hàng dựa trên các thuộc tính marketing, loại hình tài khoản, loại thuê bao (trả trước, trả sau), phân hạng khách hàng (Diamond, Gold, Silver) và các đặc điểm cá nhân như độ tuổi, loại sim, loại thuê bao.

Được tích hợp thông qua một công cụ tương tác, đồ họa dễ sử dụng SAP GUI. Việc phân khúc khách hàng theo các tiêu chí này giúp tăng khả năng cá nhân hóa và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

- **Activity/Interaction (Hoạt động/Giao tiếp):**

- Quản lý lịch trình chăm sóc khách hàng, bao gồm các hoạt động lên lịch (cuộc gọi ra, tin nhắn, nhiệm vụ).
- Quản lý lịch sử chăm sóc khách hàng (CSKH) với các hoạt động đã hoàn tất để nắm rõ các tương tác đã thực hiện.
- Tích hợp với Call Center, giúp dễ dàng nắm bắt và xử lý các yêu cầu của khách hàng thông qua nhiều kênh giao tiếp.



- **Chức Năng Bán Hàng (Sales)**

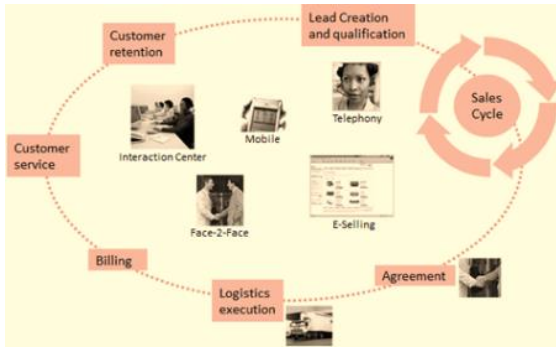
SAP CRM Sales hỗ trợ tổ chức quản lý toàn bộ chu trình bán hàng, từ rút ngắn chu kỳ bán hàng, tăng năng suất đội ngũ bán hàng, đến tối đa hóa doanh thu và sự hài lòng của khách hàng. Hệ thống giúp quản lý các hoạt động bán hàng trên nhiều kênh khác nhau với các giải pháp chính:

- **Telesales:** Bán hàng qua điện thoại.
- **Enterprise Sales:** Bán hàng cho các doanh nghiệp/tổ chức lớn.
- **E-Selling:** Bán hàng trực tuyến.
- **Field Sales:** Bán hàng trực tiếp tại hiện trường

Các tính năng Bán hàng (Sales) trong CRM SAP:

- **Quản lý đơn hàng, báo giá và hợp đồng của khách hàng:**
 - Cho phép tạo và xử lý đơn đặt hàng, đồng thời kích hoạt xử lý hậu cần với hệ thống SAP ERP.
 - Dễ dàng tạo báo giá, đơn hàng, kiểm tra tình trạng sản phẩm và theo dõi tiến độ thực hiện đơn hàng.
 - Hỗ trợ xác định, quản lý các hợp đồng dài hạn, gia hạn hợp đồng, và các điều khoản liên quan.
- **Quản lý tài khoản và thông tin liên lạc của khách hàng/đối tác:** SAP CRM giúp quản lý, theo dõi và lưu trữ tất cả thông tin quan trọng về khách hàng, sản phẩm, đối tác và khách hàng tiềm năng.
- **Quản lý cơ hội**
- **Lập kế hoạch và dự báo bán hàng:** Các tổ chức có thể lập kế hoạch doanh thu và dự báo doanh số, số lượng sản phẩm cần bán trong tương lai.
- **Quản lý bán hàng tại hiện trường:** Hỗ trợ nhân viên bán hàng ghi nhận, cập nhật thông tin về chuyến đi, nhập biên lai chi phí và duy trì bảng chấm công.
- **Quản lý trả thưởng và hoa hồng:** Hỗ trợ xây dựng, triển khai và quản lý các kế hoạch trả thưởng bằng cách xác định các ưu đãi và hoa hồng cho nhân viên bán hàng.

Các bước của chu kỳ bán hàng chung:



Chu Kỳ Bán Hàng (Nguồn: Guru99.com)

Trong chu kỳ bán hàng của SAP CRM, đầu tiên bắt đầu bằng việc đại diện bán hàng nhận được một khách hàng tiềm năng đủ tiêu chuẩn (Hot Lead). Nếu khách hàng tiềm năng này được chấp nhận, hệ thống sẽ tự động tạo ra một **Cơ hội** (Opportunity). Tuy nhiên, không bắt buộc phải sử dụng Lead để tạo Cơ hội, đại diện bán hàng có thể tạo trực tiếp Cơ hội trong hệ thống.

Sau đó, đại diện bán hàng liên hệ với khách hàng và cập nhật thông tin bổ sung vào Cơ hội. Hệ thống cũng cung cấp tùy chọn kích hoạt các hoạt động sẵn có từ Trợ lý bán hàng hoặc tạo mới các hoạt động cho từng giai đoạn cụ thể của Cơ hội. Những hoạt động này được cấu hình phù hợp với các bước trong quy trình bán hàng.

Tiếp theo, đại diện bán hàng sẽ đánh giá Cơ hội để đưa ra quyết định **tích cực** hoặc **tiêu cực**. Nếu kết quả tích cực, Cơ hội sẽ được tiếp tục xử lý. Nếu kết quả tiêu cực, Cơ hội sẽ được đóng lại.

Khi Cơ hội được chấp thuận, đại diện bán hàng sẽ trình bày giải pháp cho khách hàng, lập báo giá và gửi cho khách hàng. Sau khi đạt được thỏa thuận dựa trên báo giá, đại diện bán hàng sẽ tạo đơn đặt hàng để hoàn tất quy trình. Trong trường hợp khách hàng từ chối, Cơ hội sẽ bị đóng lại và quy trình kết thúc.

SAP CRM - Quản Lý Cơ Hội:

Quản lý Cơ hội CRM SAP cho phép theo dõi toàn bộ tiến trình của dự án bán hàng từ giai đoạn khởi đầu cho đến khi hoàn thành.

Cơ hội thể hiện khả năng bán dịch vụ hoặc sản phẩm của doanh nghiệp. Ví dụ, một lời mời thầu, hợp đồng mua bán, hoặc sự kiện thương mại có thể tạo ra cơ hội kinh doanh. Cơ hội cũng có thể được tạo ra từ khách hàng tiềm năng (Hot Lead), là một giao dịch kinh doanh trong quy trình tiếp thị.

Quản lý Cơ hội giúp doanh nghiệp:

- SAP CRM cung cấp Cơ hội như một tài liệu giao dịch kinh doanh trình bày nhiều khía cạnh khác nhau của khách hàng tiềm năng (khách hàng) như sản phẩm và dịch vụ mà họ đã yêu cầu, ngân sách của họ, khối lượng bán hàng dự kiến và tùy chọn ước tính xác suất bán hàng.
- Với tính năng Quản lý Cơ hội, SAP CRM cho phép tổ chức theo dõi và quản lý các dự án bán hàng ở từng giai đoạn khác nhau. Tính năng này cung cấp công cụ để phân tích và tối ưu hóa các quy trình kinh doanh phù hợp với nhu cầu riêng của từng khách hàng.
- Tại mỗi giai đoạn, các hoạt động cụ thể có thể được lập kế hoạch trước và được đội ngũ bán hàng thực hiện thông qua **Trợ lý bán hàng**, giúp quản lý hiệu quả từng bước của quy trình bán hàng.
- SAP CRM còn tích hợp với SAP BI để phân tích dữ liệu Cơ hội ở các giai đoạn bán hàng khác nhau. Điều này hỗ trợ doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình kinh doanh và cải thiện hiệu quả quản lý cơ hội.

The screenshot displays the 'Opportunity Details' form in SAP CRM. The form is divided into several sections: 'General Data', 'Dates', 'Sales Cycle', 'Forecast', 'Classification', and 'Notes'. Annotations in red speech bubbles highlight specific areas:

- Opportunity Header data:** Points to the 'Type' field (set to 'Opportunity Default') and the 'ID' field.
- Opportunity relevant forecast data:** Points to the 'Exp. Sales Volume', 'Weight. Exp. Sis Vol.', and 'Exp. Total Value' fields, all showing '0.00'.
- Opportunity Classification:** Points to the 'Opportunity Status' field (set to 'Open') and the 'Credit Status' field (set to 'Not Relevant').
- Opportunity Header Note:** Points to the 'Notes' section at the bottom of the form.

Other visible fields include 'Start Date' (17.05.2013), 'Closing Date', 'Sales Stage', 'Chance of Success', 'Calculated Chance', 'Reason', 'Opportunity Group', 'Origin', and 'Priority'.

The screenshot displays the SAP CRM 'Create Opportunity' form. It features several tabs at the top: 'Items', 'Contacts', 'Competitors', and 'Sales Team'. The 'Items' tab is active, showing a table with columns: Ac., L., Produc..., Product, C., C., Qua..., U..., Net Val..., Exp.To..., and Croy. The 'Contacts' and 'Competitors' tabs show 'No result found'. The 'Sales Team' tab shows a table with columns: Ac., Function, Name, Phone, Extension, E-Mail, Position, and Personnel No. Below these tabs are sections for 'Planned Activities', 'Completed Activities', 'Transaction History', 'Attachments', 'Notes', 'Sales Stage History', 'Organizational Data', 'Price Details', and 'Status'. At the bottom, there is a 'Test Table Generation' section with input fields for CF ID, HK ID, First Name, and Last Name.

2 hình ảnh trên hiển thị Khối phân công trong trang Tạo cơ hội

SAP CRM - Quản Lý Báo Giá và Đề Xuất Sản Phẩm:

Báo giá là một thỏa thuận pháp lý ràng buộc giữa doanh nghiệp và khách hàng, trong đó xác định việc cung cấp sản phẩm cụ thể với mức giá đã thỏa thuận trước, trong một khoảng thời gian nhất định.

Quản lý báo giá bao gồm các quy trình sau:

- Tạo báo giá trên hệ thống
- Tạo các mục cho báo giá
- Bạn có thể thêm sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng
- Bạn có thể thực hiện kiểm tra ATP của sản phẩm cho từng mặt hàng trong báo giá
- Xác định giá của từng mặt hàng
- Gửi báo giá cho khách hàng
- Bạn có thể tạo các hoạt động như một phần của tài liệu Báo giá

Dữ liệu được lưu giữ trong tài liệu Báo giá bao gồm các thông tin như: xác suất đặt hàng, tính hợp lệ, các mặt hàng thay thế, hành động và kiểm tra tính sẵn có của sản phẩm.

SAP CRM cung cấp chức năng **Đề xuất sản phẩm** trong tài liệu Báo giá, cho phép doanh nghiệp gợi ý các sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng trong quá trình tạo báo giá.

Chức năng Đề xuất sản phẩm có thể được triển khai bằng cách sử dụng:

- **Lịch sử giao dịch** của khách hàng trong đó bao gồm các đơn đặt hàng trước đó của khách hàng.
- **Các dự án tiếp thị** mà khách hàng đã tham gia.

Đối với những sản phẩm được đề xuất này, có thể thực hiện kiểm tra **ATP (Available-to-Promise)** và **tính giá tự động**.

Các loại đề xuất sản phẩm phổ biến bao gồm:

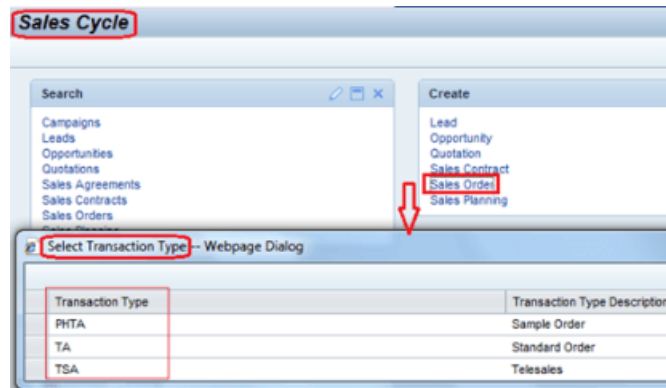
- **Bán kèm (Cross-selling):** Đề xuất sản phẩm bổ sung.
- **Bán gia tăng (Up-selling):** Đề xuất phiên bản cao cấp hơn.
- **Giảm giá (Discounting):** Đề xuất sản phẩm đang có ưu đãi.
- **Phụ kiện (Accessories):** Đề xuất phụ kiện đi kèm.
- **Danh sách sản phẩm hàng đầu (Top Product List):** Đề xuất các sản phẩm phổ biến hoặc ưu tiên.

SAP CRM - Quản lý đơn hàng bán hàng:

SAP CRM hỗ trợ xử lý đơn đặt hàng bán hàng, cho phép tạo và quản lý đơn đặt hàng, đồng thời kích hoạt các quy trình hậu cần thông qua tích hợp với hệ thống SAP ERP. Quá trình này giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quản lý chuỗi cung ứng, từ khâu nhận đơn đến vận chuyển và thanh toán.

Các nguồn tạo đơn đặt hàng bán hàng trong SAP CRM:

- **SAP ERP:** Đơn đặt hàng được đồng bộ từ hệ thống ERP để quản lý trong CRM.
- **Trực tiếp trong CRM:** Nhân viên hoặc người quản lý có thể tạo đơn trực tiếp.
- **Web Client IC (Interaction Center):** Tạo đơn thông qua trung tâm tương tác với khách hàng.
- **Bán hàng di động:** Đơn đặt hàng được nhập từ các ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động.
- **Ứng dụng bán hàng qua Internet (Thương mại điện tử):** Khách hàng tự tạo đơn thông qua nền tảng E-commerce.
- **Thiết bị cầm tay:** Nhân viên bán hàng sử dụng thiết bị cầm tay để nhập và quản lý đơn tại chỗ.



Xử lý đơn bán hàng tại SAP CRM bao gồm các bước sau:

- Tạo đơn bán hàng với sản phẩm được yêu cầu
- Thực hiện kiểm tra ATP
- Duy trì và xác định các điều kiện về giá
- Hệ thống ERP tích hợp giúp thực hiện kiểm tra tín dụng
- Hệ thống sao chép nó đến và nhận nó từ SAP ERP
- Xác nhận đơn hàng được gửi tới khách hàng

Tóm lại, SAP CRM cung cấp quy trình quản lý đơn đặt hàng toàn diện, từ tạo đơn, định giá, kiểm tra tín dụng đến giao hàng và lập hóa đơn. Hệ thống giúp doanh nghiệp tự động hóa và tối ưu hóa quy trình bán hàng, nâng cao hiệu quả và trải nghiệm khách hàng.

• Tích Hợp Truyền Thông Đa Kênh

SAP CRM Channels (Các kênh SAP CRM) SAP CRM cung cấp các giải pháp cho các kênh khác nhau trong doanh nghiệp như Internet, điện thoại, bán hàng trực tiếp và đối tác, giúp tối ưu hóa tương tác với khách hàng.

SAP CRM cho phép khách hàng triển khai các yêu cầu riêng theo từng khách hàng và quy trình cụ thể của ngành. Để tương tác với các giải pháp này, SAP CRM cung cấp các kênh tương tác khác nhau như sau:

Back-office (Hậu cần nội bộ): Đây là truy cập web dựa trên vai trò (Role-based Web Access). Đối với mỗi nhiệm vụ liên quan trong dịch vụ, bán hàng và tiếp thị, nó đại diện cho một điểm truy cập duy nhất. Tất cả các hệ thống liên quan được gán vào một vai trò kinh doanh (Business Role) và được gán cho nhân viên. Nhờ vậy, nhân viên có thể truy cập tất cả các hệ thống liên quan qua một giao diện duy nhất.

Field Service hoặc Người dùng Offline: SAP CRM cung cấp các ứng dụng hiện trường cho các đại diện dịch vụ hiện trường mà họ có thể truy cập ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào. Những ứng dụng này được phát triển cho các thiết bị cầm tay, giúp nhân viên có thể làm việc hiệu quả ngay cả khi không kết nối mạng.

Interaction Center (Trung tâm tương tác): SAP CRM cung cấp cho nhân viên chăm sóc khách hàng một giao diện tích hợp với các kênh liên lạc khác nhau như điện thoại và email. Ngoài ra, còn bao gồm nhiều tính năng giúp nhân viên có thể ghi chú hoặc xử lý giao dịch trực tiếp trong khi tương tác với khách hàng.

WebChannel Management (Quản lý Kênh Web): Với SAP CRM, doanh nghiệp có thể xây dựng các nền tảng E-service, E-commerce và E-marketing. Các nền tảng này mang lại dịch vụ cá nhân hóa, đáng tin cậy và thuận tiện cho khách hàng mục tiêu 24/7, cho phép khách hàng cuối truy cập và tìm kiếm thông tin, cũng như mua sản phẩm hoặc dịch vụ mọi lúc, mọi nơi.

PCM – Partner Channel Management (Quản lý Kênh Đối tác): Giao diện này được cung cấp để hỗ trợ sự hợp tác với các đại lý, nhà phân phối, và đại diện bán hàng. Nó kết hợp giữa Quản lý Kênh Web với CRM thông thường để cung cấp giải pháp hoàn chỉnh cho quản lý đối tác.

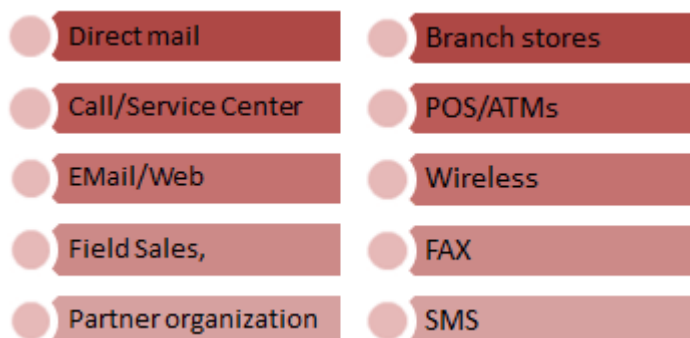
- **Chức Năng Tiếp Thị (Marketing)**

Trong các hệ thống CRM thì một trong những chức năng quan trọng và không thể thiếu đó là chức năng Tiếp Thị (Marketing), tiếp thị hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp không chỉ tối ưu hóa chi phí tiếp thị mà còn tăng cường khả năng tương tác và duy trì khách hàng, từ đó đạt được mục tiêu kinh doanh bền vững.

Với Chức Năng Tiếp Thị Mở Rộng của SAP CRM, SAP CRM cung cấp một bộ chức năng tiếp thị mở rộng, tự động hóa toàn bộ quá trình từ lập kế hoạch tiếp thị, thực hiện chiến dịch, đến đo lường hiệu quả. Các chức năng chính trong tính năng tiếp thị CRM SAP bao gồm:

- Kế hoạch tiếp thị (Marketing Planning)
- Quản lý chiến dịch (Campaign Management)
- Quản lý xúc tiến thương mại (Trade Promotion Management)
- Quản lý khách hàng tiềm năng (Lead Management)
- Tiếp thị điện tử (E-marketing)
- Phân tích tiếp thị (Marketing Analytics)
- Phân khúc khách hàng (Customer Segmentation)

Các tính năng tiếp thị trong SAP CRM có thể dễ dàng tùy chỉnh để phù hợp với quy trình kinh doanh của từng khách hàng. Giống như các mô-đun CRM khác, những khả năng tiếp thị này có thể được tích hợp với các tính năng khác trong CRM và hệ thống bên ngoài để tối ưu hóa quy trình. Với tầm quan trọng của việc tương tác với khách hàng, SAP CRM Tiếp thị được thiết kế để hỗ trợ nhiều kênh giao tiếp khác nhau, cả trong và ngoài nước, giúp doanh nghiệp tiếp cận và kết nối với khách hàng một cách hiệu quả nhất.



Các kênh giao tiếp (Nguồn: Guru99.com)

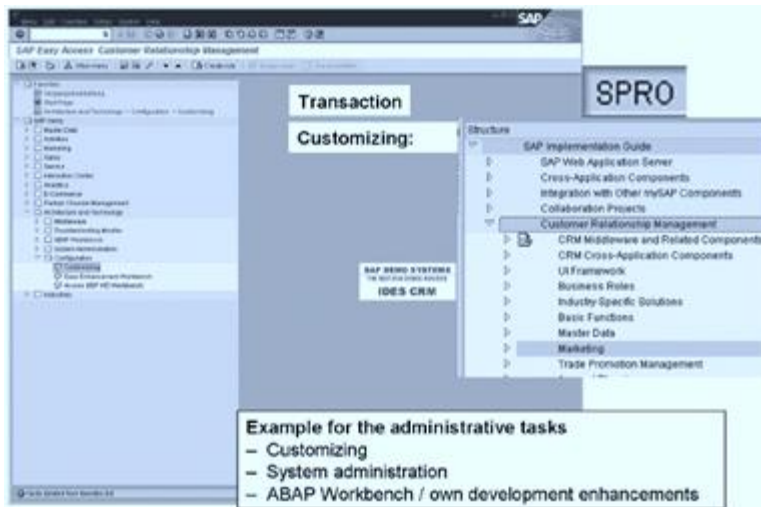
Quản lý Chiến dịch tiếp thị hay Marketing Campaign là hoạt động nhằm quảng bá sản phẩm, thương hiệu tới khách hàng nhằm tăng độ nhận diện và doanh số của sản phẩm

qua nhiều phương tiện truyền thông, nhắm đến nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Với SAP CRM, Marketing Campaign hoạt động như những dự án marketing được lên kế hoạch và thực hiện những hoạt động tiếp thị chẳng hạn qua email hoặc qua điện thoại.

Quản lý khách hàng tiềm năng (Lead Management) là quá trình quản lý những khách hàng tiềm năng, được gọi là leads, từ lần tương tác đầu tiên của họ với công ty cho đến khi họ mua hàng và sau khi mua hàng. Lead Management trong SAP CRM là một công cụ mạnh mẽ giúp doanh nghiệp quản lý toàn bộ vòng đời khách hàng tiềm năng, từ thu thập thông tin đến chuyển đổi thành cơ hội bán hàng. Tính năng này giúp tối ưu hóa quy trình bán hàng và tiếp thị, tăng tỷ lệ chuyển đổi và cải thiện hiệu quả làm việc của đội ngũ bán hàng.

Khả năng Phân tích tiếp thị SAP CRM cung cấp bộ phân tích mạnh mẽ xung quanh khách hàng và sản phẩm, bao gồm từ báo cáo cơ bản đến phân tích nâng cao, cung cấp các mô hình/điểm dự đoán với khả năng tối ưu hóa cao.

Khả năng quản lý phân khúc khách hàng (đã trình bày ở mục *Quản lý thông tin khách hàng*)



(nguồn: Guru99.com)

SAP CRM giúp bạn quản lý các dự án tiếp thị từ **ba góc độ**:

1. Lịch Tiếp Thị (Marketing Calendar):

Cung cấp cái nhìn tổng quan về tất cả các hoạt động tiếp thị đã lên kế hoạch và đang thực hiện trong một khoảng thời gian nhất định.

Dựa trên công nghệ Adobe Flex, đây là điểm truy cập trung tâm cho các hoạt động tiếp thị.

Chức năng cung cấp các tính năng như:

- **Tạo dự án tiếp thị mới** hoặc **thay đổi lịch trình** cho các dự án hiện tại.
- **Hỗ trợ tính năng kéo và thả** (drag and drop) cho một số chức năng như việc lập kế hoạch theo ngày, tuần hoặc tháng.
- **Gán hàng loạt sản phẩm và nhóm sản phẩm** hoặc **gán cấu trúc phân cấp sản phẩm** vào các dự án tiếp thị **trong một bước duy nhất**.
- **Giảm giá** có thể được cấu hình dựa trên sản phẩm và đối tác bằng cách sử dụng các khái niệm định giá.

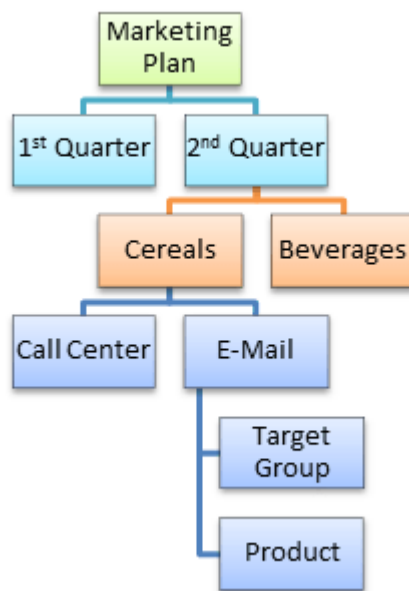
2. Kế Hoạch Tiếp Thị (Marketing Plan):

Cung cấp cái nhìn theo dạng phân cấp (hierarchical view). Là công cụ chính để lập kế hoạch chiến lược, như xác định thị phần mục tiêu, ngân sách, và các mục tiêu dài hạn.

Trong các dự án tiếp thị SAP CRM, chúng ta có các phần tử tiếp thị ở cấp độ hoạch định chiến lược và cấp độ tác nghiệp:

- **Cấp độ Chiến lược:**

- Cung cấp Kế hoạch Tiếp thị để lập kế hoạch một khái niệm tiếp thị cụ thể.
- Trong kế hoạch tiếp thị, bạn có thể định nghĩa các mục tiêu chiến lược như thị phần mục tiêu, ngân sách,...
- Cấu trúc kế hoạch tiếp thị theo dạng phân cấp (ví dụ: theo thương hiệu, khu vực).
- Có thể gán một hoặc nhiều chiến dịch vào từng kế hoạch tiếp thị.



Cấu trúc kế hoạch tiếp thị theo dạng phân cấp (Nguồn: Guru99)

- **Cấp độ Tác nghiệp:**

- Bao gồm Chiến dịch/Khuyến mãi, tập trung vào **thực hiện chiến dịch cụ thể**
- Có thể định nghĩa các loại hình:
 - Các đặc điểm sự kiện như ngày tháng, mục tiêu, chiến thuật, v.v.
 - Các thông số thực hiện như sản phẩm, giá cả, v.v.
 - Đối tượng mục tiêu là nhóm khách hàng hoặc phân khúc khách hàng.
- **Thực hiện Chiến dịch:** Với một kế hoạch tiếp thị và/hoặc chiến dịch, trong dữ liệu tổng quan, có loại hình liên quan. Loại hình này đóng vai trò như yếu tố kiểm soát trong tiếp thị, giúp xác định các mục tiêu và chiến thuật phù hợp cùng với các thuộc tính mặc định như hồ sơ hành động hoặc hồ sơ

trạng thái. Cho phép thiết lập các mối quan hệ giữa loại hình chiến dịch, mục tiêu, và chiến thuật trong phần tùy chỉnh SAP CRM.

3. Tự Động Hóa Chiến Dịch (Campaign Automation):

Quy trình tự động hóa chiến dịch dựa trên các quy tắc được định nghĩa trước (khung thời gian, phản hồi của khách hàng, mối quan hệ với các chiến dịch khác), sử dụng Java Applet.

Tự động hóa chiến dịch có thể được sử dụng để: Tự động hóa các chiến dịch nhiều giai đoạn (multi-wave) trên nhiều kênh khác nhau, mô hình hóa các quy trình chiến dịch định kỳ hay thực hiện chiến dịch tự động mà không cần hành động thủ công.

Thiết lập một chiến dịch hoàn toàn tự động có nghĩa là nhân viên có thể truy cập công cụ tự động hóa chiến dịch trực tiếp từ màn hình chiến dịch, cải thiện việc lập kế hoạch và tăng cường tính minh bạch

Tự động hóa chiến dịch cho phép mô hình hóa một chiến dịch, và sau khi mô hình quy trình được kích hoạt, không cần can thiệp thủ công thêm nữa. Công việc kế tiếp sẽ được thực hiện. Ngoài ra có thể thiết lập phản hồi theo lô, ví dụ như thực hiện tại các khoảng thời gian định kỳ hoặc sau khi thu thập được một số lượng phản hồi nhất định.

Với các khả năng Marketing trên của SAP CRM sẽ giúp tối ưu hóa tiếp thị, tăng tương tác và hiệu quả kinh doanh, giúp doanh nghiệp duy trì mối quan hệ với khách hàng lâu dài.

- **Chức Năng Dịch Vụ (Services)**

Trên thị trường cạnh tranh khốc liệt ngày nay, khách hàng ngày càng có nhiều mong đợi về dịch vụ từ các tổ chức. Do đó, SAP CRM cung cấp giải pháp toàn diện để giúp doanh nghiệp quản lý dịch vụ khách hàng thuận tiện hơn và tăng lòng trung thành của khách hàng và thúc đẩy lợi nhuận cho tổ chức.

Doanh nghiệp có thể sử dụng **SAP CRM Service** để quản lý toàn bộ chu kỳ dịch vụ, bao gồm:

- Thỏa thuận và hợp đồng dịch vụ.
- Quản lý đơn đặt hàng dịch vụ.

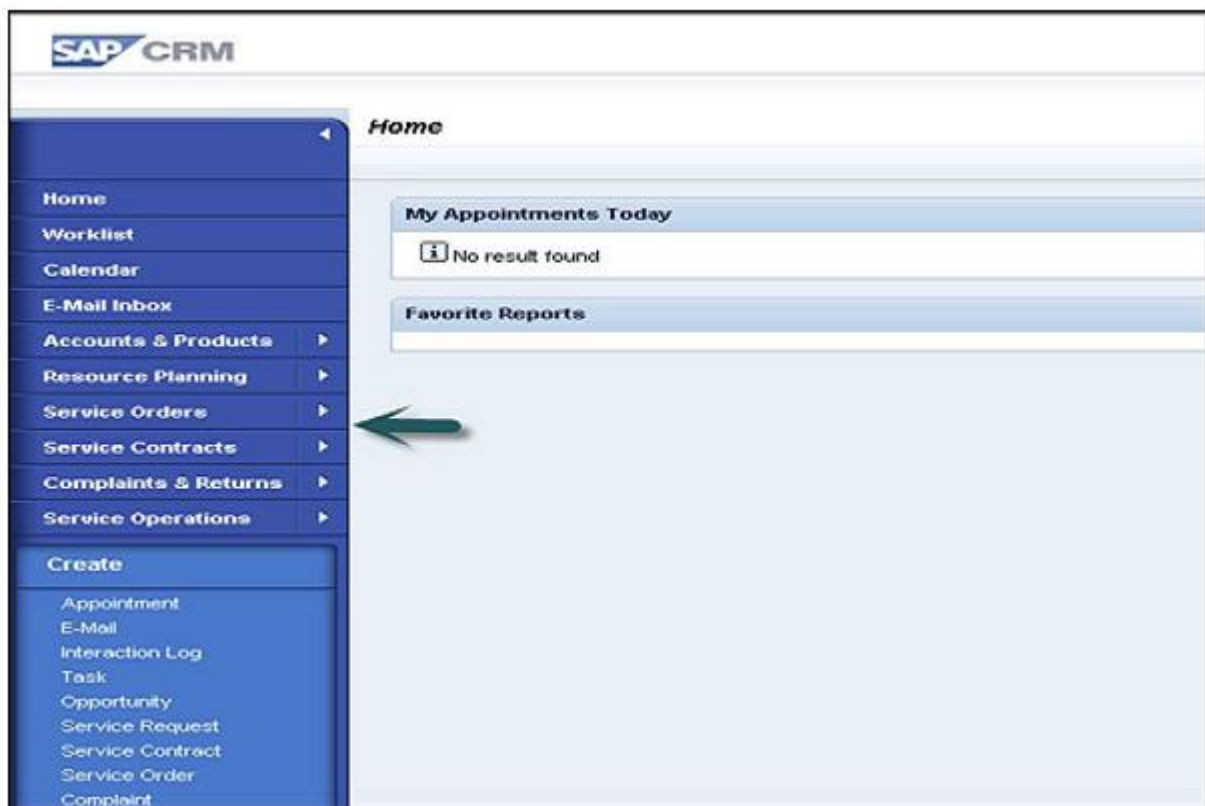
- Khiếu nại và trả hàng.
- Xác nhận dịch vụ.

SAP CRM cung cấp các vai trò được định sẵn cho các **Chuyên gia Dịch vụ**, cho phép họ thực hiện các nhiệm vụ như quản lý thỏa thuận, hợp đồng và đơn đặt hàng dịch vụ.

Hình ảnh sau đây cho thấy các vai trò chuyên gia dịch vụ (Service Professional) trong CRM:

```
* SERVICEPRO-Service Professional text="Service Professional" />
```

Khi bạn chọn vai trò này, nó cho phép Chuyên gia Dịch vụ (Service Professional) thực hiện các nhiệm vụ cơ bản như thỏa thuận dịch vụ, hợp đồng, quản lý đơn đặt hàng dịch vụ, v.v.



Dịch vụ SAP CRM có thể được truy cập từ nhiều cách khác nhau trong bất kỳ CRM nào.

Dưới đây là các chức năng chính có thể được thực hiện từ **SAP CRM WebClient**:

- Quản lý Đơn đặt hàng Dịch vụ (Service Order Management)

- Quản lý Vé Dịch vụ (Service Ticket Management)
- Quản lý Khiếu nại (Complaint Management)
- Quản lý Trường hợp (Case Management)
- Đăng ký Sản phẩm (Product Registration)
- Tìm kiếm Kiến thức (Knowledge Search)

Quản lý Yêu cầu dịch vụ được sử dụng để xử lý các yêu cầu từ khách hàng, bao gồm cả dịch vụ nội bộ giữa các bộ phận và dịch vụ cho khách hàng bên ngoài. Khách hàng có thể gửi yêu cầu qua bàn dịch vụ, nhân viên dịch vụ hoặc tự đăng nhập vào hệ thống.

Trong **CRM 7.0**, yêu cầu dịch vụ được tích hợp với chức năng vé dịch vụ, hỗ trợ phân loại nhiều cấp, bài viết kiến thức, và yêu cầu dịch vụ chính. Yêu cầu này được xây dựng dựa trên một loại Đối tượng Kinh doanh trong Kho Đối tượng Kinh doanh.

The screenshot displays the SAP CRM Interaction Center interface for a Service Request. The title bar shows 'SAP CRM' and 'Interaction Center'. The main content area is titled 'Service Request: 8000000113, Printer Problem'. The left sidebar contains navigation options: Account Identification, Account Fact Sheet, Account Overview, Interaction Record, Interaction History, Fax, Search Knowledge Articles, Knowledge Search, Script, Inbox, and Outbox. The main form is divided into several sections: 'Service Request Details' (Description: Printer Problem, Customer: Kellix Technologies, Reporter: Mr. Lisa Pearce, Employee Responsible: Mr. Karsten Fehner, Service Team: SrTeamUSD), 'Processing Data' (Status: New, Reason:), 'Dates' (Requested Start: 29.10.2008, Requested End: 01.11.2008, First Response By: 29.10.2008, Due By: 29.10.2008), 'Reference Objects' (Installed Base, Component, Object/Product), and 'Relationships'. The 'Subject' section on the right lists categories: Category 1: Computers, Category 2: Software, Category 3: Operating System, and Category 4: Boot Failure.

Truy cập yêu cầu dịch vụ ở giao diện Interaction Center

Service Request: New

Save | Cancel | New | New from Template | Create Follow-Up | More »

Service Request Details | Edit

General Data

ID:
Description:
Customer:
Reporter:
Employee Responsible: CRMUSER11 (does not exist)
Service Team:

Subject

Category 1:
Category 2:
Category 3:
Category 4:

Processing Data

Status: New
Impact/Urgency:
Recomm. Prio/Prio:

Reason

Category 1:
Category 2:
Category 3:
Category 4:

Dates

Requested Start: 12.05.2016 10:13
Requested End: 15.05.2016 10:13
First Response By: 12.05.2016 00:00
Due By: 12.05.2016 00:00

Note

Type: Problem Description English

Reference Objects

Installed Base:
Component:
Object/Product:

Relationships

Related Problem:

Giao diện yêu cầu dịch vụ

Quản lý Khiếu nại và Trả hàng

Khiếu nại có thể được sử dụng cả trong dịch vụ và bán hàng. Khiếu nại có thể được tạo cho sửa chữa nội bộ, liên quan đến hóa đơn, trả hàng hoặc bất kỳ giao hàng nào không làm hài lòng khách hàng. Trả hàng có thể được sử dụng cho các hàng hóa đã giao cho khách hàng. Khách hàng cũng có thể trả lại một bộ phận dịch vụ không được sử dụng. Các loại giao dịch và mục được định sẵn cho khiếu nại trong hệ thống tiêu chuẩn. Tương tự, các loại trả hàng khác nhau có thể được tạo trong hệ thống tùy thuộc vào tùy chỉnh.

- **Trả hàng tiêu chuẩn:** Được sử dụng khi khách hàng đã đặt hàng một số mặt hàng qua thư với nhiều kích cỡ hoặc màu sắc khác nhau và một số mặt hàng đó được trả lại sau khi thử.
- **Trả hàng dư thừa:** Được thực hiện cho các bộ phận mà nhà cung cấp không bán được nhiều như mong đợi của khách hàng.
- **Trả hàng theo yêu cầu đặc biệt:** Khác nhau tùy theo từng loại.
- **Trả hàng thu hồi:** Do lỗi sản xuất.
- **Trả hàng nhanh:** Đây là quy trình đặc biệt, được thực hiện cho các mặt hàng được đánh dấu là không thể trả lại. Trả hàng nhanh là một ngoại lệ cho quy định

chung, được áp dụng để xử lý các trường hợp đặc biệt, nhằm đảm bảo sự hài lòng của khách hàng và giải quyết các vấn đề phát sinh.

Quản lý Quy trình và Thang bậc

Khi xử lý đơn đặt hàng dịch vụ, có thể xảy ra trường hợp thời gian mục tiêu đã được xác định trong Thỏa thuận Mức Dịch vụ (SLA) không được đáp ứng hoặc yêu cầu dịch vụ không được hoàn thành đúng hạn theo SLA. Khi đó, hệ thống sẽ tự động kích hoạt các hành động tiếp theo đã được cài đặt sẵn như một biện pháp thang bậc.

- **Thang bậc cấp độ một:** Được kích hoạt khi SLA bị vượt qua lần đầu tiên.
- **Thang bậc cấp độ hai:** Được kích hoạt khi cấp độ một vượt qua giới hạn thời gian của nó.

Dịch vụ Yêu cầu Bảo hành

Quản lý bảo hành trong SAP CRM hỗ trợ xử lý các vấn đề liên quan đến bảo hành trong các giao dịch dịch vụ như đơn đặt hàng dịch vụ và khiếu nại. Chức năng này giúp kiểm tra tính hợp lệ của bảo hành, giám sát chi phí phát sinh từ việc thực hiện bảo hành, và đánh giá tác động của bảo hành đối với hóa đơn dịch vụ.

Ngoài ra, quản lý bảo hành cho phép nhà cung cấp dịch vụ gửi yêu cầu bảo hành thay mặt cho khách hàng, đảm bảo quy trình được thực hiện một cách chuyên nghiệp. Hệ thống cũng hỗ trợ xử lý khối lượng lớn yêu cầu bảo hành, tùy thuộc vào cấu hình tùy chỉnh, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình và nâng cao hiệu quả hoạt động.

(chức năng Quản lý đơn hàng và Quản lý hợp đồng đã được trình bày ở mục Chức năng Bán hàng)

- **Phân tích và Báo cáo dựa trên SAP BW**

SAP CRM có thể đưa ra các phân tích và dự đoán thông qua SAP BW

(Business Warehouse):

SAP CRM phân tích quản lý các hoạt động tại văn phòng một cách dễ dàng. Nó cho phép các doanh nghiệp đưa ra các quyết định được bổ sung dữ liệu bằng cách đánh giá hành vi của khách hàng và dự báo ý định mua hàng.



Các loại phân tích trong SAP CRM

- **Phân tích khách hàng:** Giúp tạo báo cáo hành vi của khách hàng bằng cách xác định các mẫu và phân tích chúng để xác định các phân khúc khách hàng sinh lợi đáng để theo đuổi.
- **Phân tích tiếp thị:** Được sử dụng trong việc lập kế hoạch và quản lý các chiến dịch tiếp thị ở các cấp độ địa lý khác nhau, xây dựng thương hiệu và phân tích sản phẩm. Phân tích tiếp thị cũng cung cấp thông tin có giá trị về các cơ hội tiếp thị chưa được khai thác.
- **Phân tích bán hàng:** Hỗ trợ khai thác chu kỳ bán hàng, cải thiện quy trình bán hàng và thiết kế lại kế hoạch. Nó cũng giúp dự đoán lợi nhuận và doanh số bán hàng bằng cách xem xét kỹ lưỡng hành vi bán hàng.
- **Phân tích dịch vụ:** Đối chiếu thông tin từ nhiều nguồn khác nhau để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể tối ưu hóa dịch vụ của mình về chi phí dịch vụ và doanh thu tích lũy.
- **Phân tích kênh:** Giúp các doanh nghiệp xác định sở thích của khách hàng trên các phương tiện giao tiếp như điện thoại, email, v.v. Nó cũng giúp các doanh nghiệp điều chỉnh các phương tiện truyền thông công cộng của họ.

Các doanh nghiệp có thể sử dụng CRM phân tích cho những việc sau:

- **Dự đoán xu hướng:** Doanh nghiệp có thể đi sâu vào các xu hướng bán hàng trong lịch sử và so sánh chúng với điều kiện thị trường hiện tại để xác định hành vi mua hàng. Với thông tin này, các doanh nghiệp có thể dự báo hiệu quả các xu hướng và các yếu tố liên quan khác như vị trí và tốc độ phát triển xu hướng.
- **Cải thiện sự hài lòng của khách hàng:** Cho phép các doanh nghiệp phân tích dữ liệu được đối chiếu từ nhiều kênh và tận dụng dữ liệu đó để nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Hồ sơ khách hàng chi tiết rất hữu ích để xác định sở thích và hiểu

rõ hơn về vòng đời của khách hàng. Những thông tin chi tiết này có lợi trong việc chuyển đổi khách hàng tiềm năng và giữ chân khách hàng.

- **Sàng lọc bán hàng:** Doanh nghiệp có thể phân tích sở thích và xu hướng của khách hàng để xác định các phương pháp tiếp thị và bán hàng có nhiều khả năng mang lại kết quả tốt nhất. Ngoài ra, họ có thể liên tục theo dõi hoạt động bán hàng để tinh chỉnh nhằm đạt được lợi nhuận tối đa.
- **Tăng cường các chiến dịch tiếp thị:** Doanh nghiệp có thể đánh giá hiệu suất của các chiến dịch tiếp thị và hợp lý hóa chi tiêu tiếp thị. CRM phân tích cũng giúp theo dõi khách hàng tiềm năng trên các kênh khác nhau và tạo hồ sơ khách hàng.

Phân tích CRM cung cấp các khả năng phân tích giúp doanh nghiệp dự báo, mở rộng quy mô và cải thiện mối quan hệ với khách hàng. Việc tận dụng phân tích CRM mang lại nhiều lợi thế, bao gồm khả năng giữ chân khách hàng sinh lợi dựa trên phân tích dữ liệu, xác định khách hàng mới gần giống với khách hàng lý tưởng trong số tất cả các khách hàng tiềm năng, và nâng cao đáng kể sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Ngoài ra, phân tích CRM còn giúp thu thập và phân tích dữ liệu bán hàng và tiếp thị, cung cấp thông tin tình báo cho các hoạt động trơn tru hơn.

SAP CRM và báo cáo:

Các báo cáo cung cấp cho bạn nhiều khả năng để phân tích dữ liệu về tài khoản, hoạt động và doanh số bán hàng của bạn. Với điều kiện bạn duy trì cập nhật các cơ hội, liên hệ và các dữ liệu liên quan đến tài khoản khác, các báo cáo của bạn sẽ là nguồn thông tin đáng tin cậy. SAP cung cấp một số báo cáo sẵn sàng sử dụng. Các báo cáo có sẵn trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Các báo cáo cung cấp cho doanh nghiệp các tùy chọn toàn diện để lọc dữ liệu phân tích và tinh chỉnh kết quả. Doanh nghiệp có các khả năng để tổng hợp dữ liệu, báo cáo chỉ số chính và phân tích chi tiết. Doanh nghiệp cũng có thể hiển thị các báo cáo dưới dạng biểu đồ. Các loại báo cáo có sẵn là:

- Báo cáo CRM liên **Báo cáo Tương tác trong CRM:** Các báo cáo tương tác hiển thị dữ liệu theo thời gian thực, nghĩa là dữ liệu luôn được cập nhật. SAP khuyến nghị loại báo cáo này cho các báo cáo có khối lượng dữ liệu thấp. Công ty của bạn có thể tạo các báo cáo loại này, ngoài những báo cáo được SAP cung cấp.

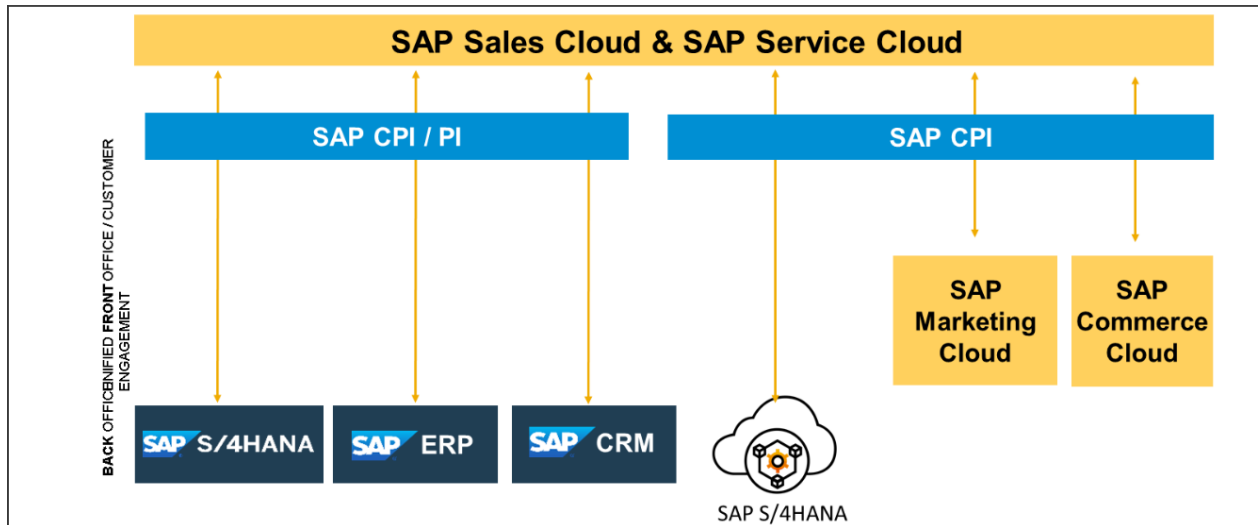
- **Báo cáo BW:** Dữ liệu mà các báo cáo BW dựa trên được cập nhật định kỳ. SAP khuyến nghị loại báo cáo này cho các báo cáo có khối lượng dữ liệu cao.
- **Báo cáo SAP BusinessObjects:** Kết hợp với Nội dung BI trong SAP NetWeaver Business Warehouse và tùy thuộc vào vai trò kinh doanh, các bảng điều khiển Xcelsius sau đây có sẵn trong trung tâm làm việc báo cáo CRM:
 - Phân tích bán hàng
 - Phân tích tiếp thị
 - Phân tích quản lý dịch vụ CNTT
 - Phân tích quản lý đề xuất thời gian thực của SAP

Dựa vào báo cáo, doanh nghiệp có thể:

- **Đánh giá hiệu suất:** Báo cáo CRM cho phép doanh nghiệp đánh giá hiệu suất của đội bán hàng và theo dõi tiến trình đạt được mục tiêu. Bằng cách phân tích các chỉ số như tỷ lệ chuyển đổi, tỷ lệ từ khách hàng tiềm năng sang cơ hội và doanh thu bán hàng, tổ chức có thể xác định các lĩnh vực cần cải thiện, đặt mục tiêu thực tế và tối ưu hóa chiến lược bán hàng.
- **Hiểu biết về khách hàng:** Báo cáo trong CRM cung cấp thông tin chi tiết về hành vi và sở thích của khách hàng. Bằng cách phân tích dữ liệu khách hàng, doanh nghiệp có thể hiểu được các mẫu mua hàng, sở thích và nhu cầu của khách hàng. Thông tin này có thể giúp tùy chỉnh chiến dịch marketing, cá nhân hóa tương tác với khách hàng và nâng cao sự hài lòng và sự gắn kết khách hàng tổng thể.
- **Dự báo bán hàng:** Báo cáo CRM đóng vai trò quan trọng trong việc dự báo bán hàng chính xác. Bằng cách phân tích dữ liệu lịch sử, cơ hội trong quy trình bán hàng và xu hướng thị trường, doanh nghiệp có thể đưa ra dự đoán thông tin về hiệu suất bán hàng trong tương lai. Điều này cho phép tổ chức phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả, lập kế hoạch tồn kho và đặt mục tiêu doanh thu.
- **Ra quyết định dựa trên dữ liệu:** Báo cáo CRM giúp doanh nghiệp ra quyết định dựa trên dữ liệu. Bằng việc truy cập các báo cáo toàn diện và cập nhật, tổ chức có thể đánh giá hiệu quả của chiến dịch marketing, xác định xu hướng và đưa ra quyết định chiến lược dựa trên những thông tin cập nhật thời gian thực. Điều này giảm thiểu việc đoán mò và giúp tối đa hóa kết quả kinh doanh.

2.2 Tích hợp SAP CRM với các ứng dụng khác

SAP CRM có khả năng tích hợp mạnh mẽ với nhiều module khác của SAP, giúp cung cấp một giải pháp toàn diện và thống nhất cho việc quản lý quan hệ khách hàng và các quy trình kinh doanh.



SAP S/4HANA:

Tích hợp với SAP S/4HANA đảm bảo đồng bộ hóa dữ liệu thời gian thực, chẳng hạn như tài khoản, liên hệ, sản phẩm và đơn hàng bán. Tích hợp này giúp duy trì tính nhất quán của dữ liệu và cho phép các quy trình kinh doanh hiệu quả.

SAP ERP:

SAP CRM tích hợp với SAP ERP để tối ưu hóa các quy trình như quản lý đơn hàng, lập hóa đơn và quản lý tồn kho. Tích hợp này cho phép luồng thông tin liền mạch giữa các hệ thống front-office và back-office.

SAP Marketing Cloud:

Tích hợp với SAP Marketing Cloud cung cấp các khả năng tiếp thị nâng cao, chẳng hạn như quản lý chiến dịch, phân đoạn và phân tích. Điều này giúp doanh nghiệp tạo ra các chiến dịch tiếp thị mục tiêu và đo lường hiệu quả.

SAP Service Cloud:

Tích hợp với SAP Service Cloud cho phép quản lý hiệu quả các quy trình dịch vụ khách hàng, bao gồm yêu cầu dịch vụ, dịch vụ hiện trường và hợp đồng dịch vụ. Tích hợp này đảm bảo cái nhìn thống nhất về các tương tác và lịch sử dịch vụ của khách hàng.

SAP Commerce Cloud:

Tích hợp với SAP Commerce Cloud cung cấp trải nghiệm thương mại điện tử liền mạch, cho phép doanh nghiệp quản lý bán hàng trực tuyến, danh mục sản phẩm và tương tác khách hàng thông qua một nền tảng duy nhất.

SAP Business Warehouse:

SAP CRM và SAP BW liên kết với nhau để cung cấp các ứng dụng phân tích trong SAP CRM Analytics. Sự tích hợp này cho phép trao đổi dữ liệu hai chiều giữa SAP BW (phân tích) và SAP CRM (hoạt động). Dữ liệu có thể được trích xuất từ SAP CRM. Ngoài ra, SAP BW có thể cung cấp dữ liệu cho SAP CRM để sử dụng trong các ứng dụng như điền các thuộc tính tiếp thị, sử dụng danh sách thuộc tính trong Segment Builder, và phân tích RFM ào SAP BW và ngược lại, dữ liệu từ SAP BW cũng có thể được chuyển vào SAP CRM.

2.3 Quy trình triển khai hệ thống CRM SAP:

Thiết kế quy trình triển khai CRM phù hợp là một trong những nhiệm vụ khó khăn nhất mà các doanh nghiệp phải đối mặt. Tuy mỗi doanh nghiệp lại cần có quy trình CRM thực thi riêng đúng với đặc thù kinh doanh nhưng cũng có những quy trình căn bản, thể hiện những yếu tố tối thiểu mà doanh nghiệp cần có để triển khai hiệu quả.

Dưới đây là quy trình các bước triển khai SAP CRM:

1. **Thành lập đội ngũ dự án:** Tập hợp chuyên gia từ các bộ phận liên quan (kinh doanh, IT, dịch vụ khách hàng).
2. **Xác định mục tiêu và phạm vi:** Đặt mục tiêu rõ ràng và phạm vi triển khai cụ thể.
3. **Phân tích quy trình kinh doanh:** Đánh giá, cải tiến hoặc thiết kế mới các quy trình để phù hợp với SAP CRM.
4. **Cấu hình hệ thống:** Thiết lập mô-đun, dữ liệu, và quy tắc kinh doanh theo yêu cầu.

5. **Tích hợp hệ thống:** Đồng bộ SAP CRM với các hệ thống hiện tại như ERP, SCM.
6. **Đào tạo người dùng:** Trang bị kỹ năng sử dụng hệ thống cho nhân viên.
7. **Kiểm tra và chạy thử:** Xác minh hiệu quả và tính chính xác trước khi triển khai chính thức.
8. **Triển khai chính thức:** Đưa hệ thống vào vận hành và theo dõi sát sao.
9. **Hỗ trợ và cải tiến:** Cung cấp hỗ trợ liên tục, thu thập phản hồi để tối ưu hóa hệ thống.

Chương 3: Hướng Ứng Dụng Hiệu Quả Của CRM SAP

3.1 Ưu Điểm và Nhược Điểm của SAP CRM

a. Ưu điểm:

Quản lý quan hệ khách hàng toàn diện: SAP CRM được trang bị nhiều công cụ để giám sát hiệu quả quan hệ khách hàng, từ bán hàng, tiếp thị đến quản lý dịch vụ.

Các doanh nghiệp có thể tận dụng phân tích dữ liệu khách hàng để hợp lý hóa quy trình và nâng cao dịch vụ khách hàng đồng thời thu thập thông tin giá trị về khách hàng.

Tích hợp sản phẩm SAP: SAP CRM được thiết kế để tương tác liền mạch với các sản phẩm SAP khác như ERP và BW, giúp các tổ chức hợp lý hóa hoạt động đồng thời loại bỏ dữ liệu trùng lặp và cải thiện độ chính xác của dữ liệu. Tích hợp này có thể giúp các tổ chức tiết kiệm thời gian, giảm hiệu quả hoạt động và tiết kiệm tài nguyên.

Khả năng mở rộng và linh hoạt: Thiết kế của SAP CRM đảm bảo có thể nhanh chóng thích ứng để đáp ứng các yêu cầu đa dạng của nhiều tổ chức khác nhau, giúp giải pháp này có khả năng thích ứng cao.

Dành riêng cho ngành: Giải pháp phù hợp cho từng ngành cụ thể.

Bảo mật: Tính năng tuân thủ và bảo mật dữ liệu mạnh mẽ.

Giải pháp này thích ứng với nhu cầu kinh doanh thay đổi theo thời gian trong khi vẫn hỗ trợ mở rộng dài hạn. Hơn nữa, các tổ chức có thể lưu trữ tại chỗ hoặc qua đám mây, mang đến cho họ sự lựa chọn tuyệt vời hơn khi đến lúc đưa ra quyết định triển khai phù hợp nhất với yêu cầu của cá nhân và tổ chức.

b. Nhược điểm:

SAP CRM (Quản lý quan hệ khách hàng) là giải pháp được sử dụng rộng rãi để quản lý mối quan hệ khách hàng và quy trình kinh doanh. Tuy nhiên, giống như bất kỳ phần mềm nào, nó cũng có những nhược điểm tiềm ẩn.

Triển khai tốn kém: Chi phí ban đầu cao và thiết lập tốn nhiều tài nguyên.

Tùy chỉnh phức tạp: Tùy chỉnh có thể yêu cầu các kỹ năng chuyên môn.

Hạn chế nhà cung cấp: Bị ràng buộc với hệ sinh thái SAP, hạn chế tính linh hoạt.

Sự chấp nhận của người dùng: Sự phức tạp của giao diện và nhu cầu đào tạo có thể ảnh hưởng đến tỷ lệ chấp nhận của người dùng. Đảm bảo đào tạo phù hợp và các chiến lược quản lý thay đổi là rất quan trọng để giảm thiểu thách thức này.

Các vấn đề về tích hợp: Việc tích hợp SAP CRM với các hệ thống doanh nghiệp khác hoặc các ứng dụng của bên thứ ba có thể là một thách thức. Đảm bảo luồng dữ liệu liên mạch giữa các hệ thống khác nhau là rất quan trọng đối với sự thành công của CRM và bất kỳ vấn đề tích hợp nào cũng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả chung.

Mối quan tâm về hiệu suất: Tùy thuộc vào quy mô của tổ chức và khối lượng dữ liệu được xử lý, một số người dùng đã báo cáo mối quan tâm về hiệu suất, đặc biệt là về thời gian phản hồi của hệ thống. Các vấn đề về hiệu suất có thể phát sinh nếu hệ thống không được cấu hình đúng cách hoặc nếu cơ sở hạ tầng phần cứng không đầy đủ.

Thách thức nâng cấp: Nâng cấp lên phiên bản SAP CRM mới hơn có thể là một quá trình phức tạp. Các tổ chức có thể gặp phải những thách thức về khả năng tương thích với các tùy chỉnh hiện có, thời gian ngừng hoạt động tiềm ẩn trong quá trình nâng cấp và nhu cầu kiểm tra kỹ lưỡng.

Khả năng truy cập trên thiết bị di động: Mặc dù SAP CRM có khả năng di động, nhưng đôi khi người dùng đã báo cáo những hạn chế về trải nghiệm người dùng trên thiết bị di động. Đảm bảo giao diện di động liên mạch và trực quan có thể yêu cầu tùy chỉnh bổ sung.

3.2 So sánh SAP CRM với Oracle CRM

Tiêu chí	SAP CRM	Oracle
Thuận lợi	- Chức năng phong phú về bán hàng, dịch vụ, tiếp thị; lợi thế khi tích hợp	- Bao gồm nhiều tính năng tự động hóa và BI mà không cần trả thêm phí.

	sẵn với cơ sở dữ liệu SAP. - BI và phân tích tích hợp không cần plugin thêm. - Có tùy chọn triển khai tại chỗ.	- Kinh nghiệm trong bảo mật đám mây, phù hợp với các ngành yêu cầu bảo mật cao.
Như ợc điểm	- Giao diện không trực quan bằng đối thủ. - Khó tiếp cận nếu không quen hệ sinh thái SAP. - Hỗ trợ hạn chế từ SAP, nhiều phản hồi không hài lòng.	- Giao diện giống cơ sở dữ liệu hơn là ứng dụng mượt mà, khó sử dụng trên nhiều thiết bị. - Cập nhật chậm và tích hợp hạn chế với công cụ phổ biến như Gmail, thiết bị di động ngoài BlackBerry và iPhone. - Khó tìm đối tác hỗ trợ nếu không dùng sản phẩm Oracle trước đó.
Giá cả	150 - 200 USD/người dùng/tháng, thông tin giá cụ thể ít công khai.	Bốn gói từ 65 - 300 USD/người dùng/tháng tùy tính năng và hỗ trợ.
Quy mô	Đều phù hợp với các doanh nghiệp có quy mô lớn	

3.3 Hướng Ứng Dụng Của SAP CRM

SAP ERP cũng là phần mềm ERP thuộc nhóm “dễ học, khó giỏi”. Nếu doanh nghiệp hiện đã, đang và có kế hoạch làm việc trong lĩnh vực bán hàng, tiếp thị, dịch vụ khách hàng, phát triển kinh doanh hoặc bất kỳ vai trò nào khác tập trung vào quản lý tài khoản khách hàng, thì hệ thống CRM sẽ rất hữu ích và thiết yếu đối với doanh nghiệp.

Phần mềm SAP nói chung và hệ thống CRM SAP nói riêng mang đến rất nhiều lợi ích nhưng để phát huy hết tác dụng, ứng dụng tốt thì cần áp dụng vào đúng doanh nghiệp, SAP phù hợp với các doanh nghiệp lớn và các doanh nghiệp theo mô hình hoạt động như:

- **Doanh nghiệp sản xuất:** Phần mềm hỗ trợ tốt doanh nghiệp từ sản xuất, kho bãi đến nguyên liệu và cả nhân công. Ví dụ: Các công ty như Siemens, Boeing và Nestlé sử dụng SAP để quản lý chuỗi cung ứng và lập kế hoạch sản xuất.
- **Doanh nghiệp bán lẻ:** SAP giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hoạt động bán hàng, kho hàng cũng như khách hàng. Ví dụ: Những gã khổng lồ bán lẻ như Walmart và Adidas tận dụng SAP để quản lý hàng tồn kho và quản lý quan hệ khách hàng.

- **Doanh nghiệp cần tối ưu hóa quy trình:** Những tổ chức đang cần cải thiện quy trình làm việc, nâng cao hiệu suất và giảm chi phí cũng có thể tham khảo SAP.
- **Công ty đa quốc gia:** Phần mềm SAP có thể quản lý hoạt động kinh doanh toàn cầu nên phù hợp với công ty đa quốc gia.

Ngoài ra, những công ty hoạt động trong lĩnh vực bất động sản, vận tải, dược phẩm, xây dựng.... cũng khá phù hợp để sử dụng SAP.

Kết Luận

CRM SAP là một giải pháp toàn diện cho việc quản lý quan hệ khách hàng, được ứng dụng rộng rãi trong nhiều bộ phận của doanh nghiệp từ bán hàng, tiếp thị, dịch vụ khách hàng đến phân tích và tài chính. Với bộ chức năng đa dạng và tích hợp chặt chẽ như quản lý cơ hội bán hàng, tự động hóa quy trình bán hàng, và tích hợp hệ thống ERP, SAP CRM cung cấp một nền tảng toàn diện cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Hệ thống này đặc biệt phù hợp với các công ty có quy mô lớn, các doanh nghiệp đa quốc gia hoặc có hệ thống phân phối phức tạp, cần sự đồng bộ giữa các bộ phận chức năng như bán hàng, tiếp thị, và chăm sóc khách hàng. SAP CRM cũng là lựa chọn tối ưu cho các tổ chức cần khả năng tùy chỉnh cao và tích hợp với hệ thống quản trị doanh nghiệp hiện tại, nhằm đảm bảo sự liền mạch trong quy trình kinh doanh và dữ liệu khách hàng.

Tóm lại, SAP CRM không chỉ cung cấp các công cụ cần thiết để tối ưu hóa quy trình bán hàng mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược quản lý mối quan hệ khách hàng toàn diện. Giải pháp này đặc biệt phù hợp cho những tổ chức có quy trình phức tạp, đòi hỏi sự liên kết và quản lý dữ liệu khách hàng một cách nhất quán và hiệu quả.

Tài Liệu Tham Khảo

Chương 1: Giới thiệu về CRM và SAP CRM: SAP. (n.d.). *SAP Southeast Asia Official Website*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.sap.com/sea/index.html>

Những phát triển và xu hướng gần đây của CRM SAP: SAP. (n.d.). *Innovations in SAP CRM*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.sap.com/sea/products/crm/innovations.html>

Chương 2: Phân tích chức năng của hệ thống SAP CRM

Quản Lý Thông Tin Khách Hàng: CRM Sales. (n.d.). *SAP CRM là gì?*. CRM Sales. from <https://crmsales.vn/sap-crm-la-gi/#:~:text=ngay%20l%E1%BA%ADp%20t%E1%BB%A9c.-,3.,cung%20c%E1%BA%A5p%20h%C3%A0ng%20c%E1%BB%A7a%20DN>

Chức Năng Bán Hàng (Sales): TutorialsPoint. (n.d.). *SAP CRM tutorial*. TutorialsPoint. from https://www.tutorialspoint.com/sap_crm/index.htm

Guru99. (n.d.). *SAP CRM sales cycle*. Guru99. from <https://www.guru99.com/sap-crm-sales-cycle.html>

Tích hợp truyền thông đa kênh: Guru99. (n.d.). *Tổng quan về SAP CRM: Hướng dẫn cơ bản*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.guru99.com/vi/overview-of-sap-crm.html>

Quản lý tiếp thị (Marketing): Guru99. (n.d.). *SAP CRM Marketing Tutorial for Beginners*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.guru99.com/sap-crm-marketing.html>

Tích hợp SAP CRM với các ứng dụng khác: SAP. (n.d.). *Integration with SAP S/4HANA and SAP CRM*. SAP Learning. Retrieved November 18, 2024, from https://learning.sap.com/learning-journeys/sap-sales-and-service-cloud-administration/integration-with-sap-s-4hana-and-sap-crm_fe931281-a0fe-421a-91fb-9178b93cde47

Chức năng dịch vụ (Services): TutorialsPoint. (n.d.). *SAP CRM tutorial*. TutorialsPoint. from https://www.tutorialspoint.com/sap_crm/index.htm

Phân tích và báo cáo dựa trên BW(Business Warehouse): SAP. (n.d.). Reporting. SAP Help Portal. Retrieved November 18, 2024, from https://help.sap.com/docs/SAP_CUSTOMER_RELATIONSHIP_MANAGEMENT/cb77bf16ae9401fb7c569c5ac3b4bb6/61553f78fc3c48c894c082d0fb23ef0f.html?locale=en-US&q=reporting

Quy trình triển khai hệ thống CRM SAP:

Guru99. (n.d.). *SAP CRM Tutorial for Beginners: Learn in 10 Minutes*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.guru99.com/sap-crm.html>

SAP. (n.d.). *Explore SAP CRM Solutions*. Retrieved November 15, 2024, from <https://www.sap.com>

Getfly CRM. (n.d.). *Quy trình 6 bước triển khai CRM từ A-Z cho doanh nghiệp*. Retrieved November 15, 2024, from <https://getflycrm.com/quy-trinh-6-buoc-trien-khai-crm-tu-a-z-cho-doanh-nghiep/>

Chương 3: Hướng ứng dụng hiệu quả CRM SAP:

Foshee, B. (2022, September 28). Which types of companies use SAP's ERP software? *Visualsouth.com*. <https://www.visualsouth.com/blog/companies-use-sap-erp>

Froehlich, A. (2022, October 12). *Top 4 CRM systems comparison*. Search Customer Experience; TechTarget. <https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/CRM-system-comparison-How-the-big-four-CRM-providers-stack-up>

NAGENDRAG. (2023, May 2). *Various types of SAP CRM Modules*. CloudFoundation | Blog. <https://cloudfoundation.com/blog/sap-crm-modules/>

SAP là gì? Áp dụng hệ thống SAP ERP trong doanh nghiệp. (n.d.). FPT IS - Công ty TNHH Hệ thống thông tin FPT. Retrieved November 14, 2024, from <https://fpt-is.com/goc-nhin-so/sap-la-gi/>

Who are SAP ERP customers? (n.d.). Quora. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.quora.com/Who-are-SAP-ERP-customers>

BẢNG PHÂN CÔNG CÔNG VIỆC

Họ và tên	Công việc	Mức độ hoàn thành
Bùi Dạ Lý	<ul style="list-style-type: none">• Lên dàn bài• Tổng hợp kiểm tra nội dung• Lời mở đầu, Chương 1, Kết luận• Quy trình triển khai hệ thống CRM SAP• Tích hợp truyền thông đa phương tiện• Quản lý chiến dịch marketing	100%

	<ul style="list-style-type: none"> • Tích Hợp SAP CRM với Các Ứng Dụng Khác 	
Huỳnh Lệ Giang	<ul style="list-style-type: none"> • Phân ưu nhược điểm của Hệ thống SAP CRM • So sánh SAP CRM với Oracle CRM • Hướng ứng dụng của SAP ERP 	100%
Võ Thị Ngọc Chi	<ul style="list-style-type: none"> • Quản Lý Thông Tin Khách Hàng • Chức Năng Bán Hàng (Sales) 	100%
Võ Tấn Huy	<ul style="list-style-type: none"> • Chức Năng Dịch Vụ (Services) • Phân tích và Báo cáo dựa trên SAP BW • SAP Business Warehouse 	100%
Bùi Minh Nghĩa	<ul style="list-style-type: none"> • Quản lý chiến dịch marketing • Tích Hợp SAP CRM với Các Ứng Dụng Khác 	100%