



# System sprzedaży internetowej w kanale B2B

Wdrożenie systemu partnerskiego B2B, mającego na celu automatyzację rozległej siatki procesów biznesowych oraz ograniczenie kontaktu z bezpośrednim klientem.

## Spis treści

Uzasadnienie .....	3
Powody .....	3
Możliwe warianty .....	3
Oczekiwane korzyści .....	4
Zagrożenia .....	4
Struktura organizacyjna .....	5
System sprzedaży P.I .....	6
Wymagania funkcjonalne .....	7
Moduł zarządzania klientami i komunikacji handlowej .....	7
Moduł zarządzania systemem wsparcia .....	9
Moduł zarządzania marketingu i promocji sprzedaży .....	11
Moduł zarządzania magazynem i towarem .....	13
Moduł zarządzania dostawą .....	15
Wymagania нефункционалне .....	17
Wymagania produktowe .....	17
Wymagania organizacyjne .....	18
Wymagania zewnętrzne .....	19
Procesy poddane informatyzacji w systemie: .....	20
Przyjmowanie reklamacji .....	20
Sprawdzanie zgodności wysyłanego towaru z dokumentacją .....	21
Diagram kontekstowy .....	22
Diagramy przypadków użycia .....	23
Moduł zarządzania klientami i komunikacji handlowej .....	23
Moduł zarządzania systemem wsparcia .....	24
Moduł zarządzania marketingu i promocji sprzedaży .....	25
Moduł zarządzania magazynem i towarem .....	26
Moduł zarządzania dostawą .....	27

# Uzasadnienie

## Powody

Głównym powodem wprowadzenia systemu partnerskiego B2B, jest zautomatyzowanie rozwijającej się firmy przy maksymalnym ograniczeniu kontaktów z bezpośrednim klientem. Kontakt ten ma przejść stale powiększająca się siatka biznesowa między firmą główną a dystrybutorami, punktami sprzedaży. Wszelkie kroki mają skupiać się na narzędziach i środkach służących do realizacji założonych celów, którymi są:

- wyżej wymienione ograniczenie kontaktów z klientem bezpośrednim
- zdefiniowanie stałej grupy docelowej
- uproszczenie procesu dołączenia do sieci partnerskiej nowym podmiotom
- ujednolicenie wymiany handlowej, która ma odbywać się w obrębie jednego sektora
- gwarancja rozmaitego i możliwie szerokiego spektrum usług i produktów

## Możliwe warianty

Celem firmy nie jest budowa, organizacja nowych punktów firmy przy jednoczesnym uzupełnianiu ich własnym personelem, a namawianie już istniejących podmiotów gospodarczych funkcjonujących w sekcji IT do wstąpienia w system partnerski. Głównym elementem marketingu będzie poparty argumentami komunikat promujący przyłączenie się do już istniejącej siatki biznesowej. Wykorzystując dostępne nam narzędzia promocji i wsparcia sprzedaży takie jak program lojalnościowy, konkursy, loterie czy sprzedaż premiowa mamy nadzieję przekonać wahające się jednostki. Jednak ze wszystkich możliwych bonusów głównym i niepowtarzalnym atutem jest szeroki wachlarz produktów i usług przez nas udostępniany. Zapewnia to różnorodność, której klienci szukają. Klient realizując swoje potrzeby w naszej sekcji punktu ma możliwość skorzystania z usług IT pierwotnej firmy. Plan zakłada posiadanie :

- 1 punktu w 111 miastach o liczbie ludności 20 000 – 39 999
- 1 punktu w 72 miastach o liczbie ludności 40 000 – 99 999
- 2 punktów w 19 miastach wojewódzkich

## Oczekiwane korzyści

Realizacja planu zakładająca posiadanie tak wielu punktów pozwala na spięcie całego polskiego rynku. Wejście w nawet małe miejscowości od 20 000 mieszkańców pozwala zapewnić w wygodny dla klienta sposób wszelkie dostępne u nas usługi bez konieczności dojeżdżania do większych miast. Zakładamy osiągnięcie dobrych relacji z firmami współpracującymi oraz samymi klientami. Przychody ze świadczonych przez nas usług będą kierowane w rozwój i akcje promujące dla lepszej świadomości marki. Taka polityka firmy z czasem przyniesie następujące korzyści :

- Usprawnienie komunikacji z klientem
- Stały dostęp do oferty
- Automatyzacja sprzedaży
- Redukcja kosztów
- Kontrola procesów
- Wzrost sprzedaży
- Oszczędność czasu

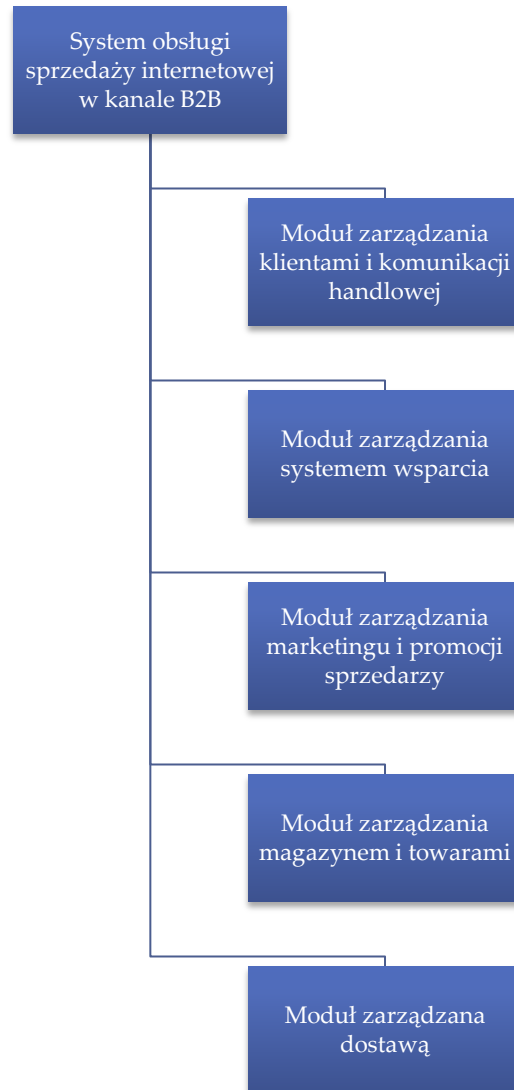
## Zagrożenia

- Agresywna ekspansja może doprowadzić do niechęć w środowisku
- Ignorowanie konieczności integracji
- Ignorowanie potrzeb klientów
- Ignorowanie konkurencji
- Źle przygotowane siły sprzedażowe
- Obniżka cen jako recepta na wygranę z konkurencją
- Brak aktywnego pozyskiwania klientów

# Struktura organizacyjna



# System sprzedaży P.I



# Wymagania funkcjonalne

Moduł zarządzania klientami i komunikacji handlowej



Dodawanie klientów :

Dodawanie nowego klientów do istniejącej już bazy z uwzględnieniem danych niezbędnych takich jak dane osobowe, kontaktowe, charakter prowadzonej działalności itp.

Usuwanie klientów :

Usuwanie klientów z istniejącej bazy danych.

Edytowanie klientów:

Pozwala na edycję wpisanych danych klienta, dodanie nowych danych bądź usunięcie niektórych z nich.

Wyświetlanie rejestru klientów :

Wyświetla wszystkich istniejących klientów bądź konkretnych po wybraniu kluczy filtrujących.

Raportowanie aktualnej sytuacji handlowej :

Umożliwia wysłanie aktualnego raportu sytuacji handlowej z funkcjonowania lokacji w danym dniu, tygodniu, miesiącu, roku.

Monitorowanie lokalnych trendów :

Wyświetla za pomocą diagramów, wykresów aktualne lokalne trendy i potrzeby kupujących oraz zapisuje je w bazie.

Podjęcie programu lojalnościowego :

Pozwala na wpisanie się w program lojalnościowy, skorzystania z dostępnych ofert wsparcia.

Wyznaczanie i realizacja celów handlowych :

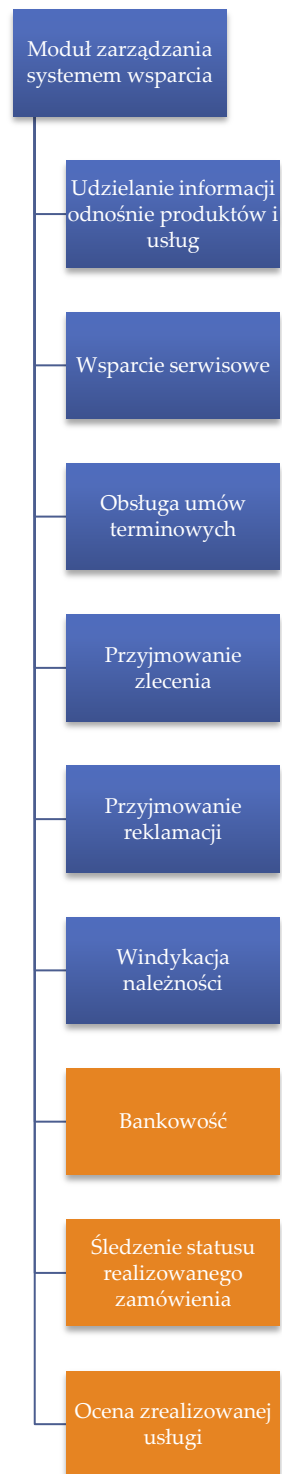
Umożliwia wpisanie i odznaczenie zrealizowanych już wyznaczonych celów handlowych poprawiających wyniki sprzedaży.

Ocena lokacji, współpracy handlowej :

Opis i ocena lokacji mający przedstawić realne i aktualnie panujące warunki lokalu.



## Moduł zarządzania systemem wsparcia



Udzielanie informacji odnośnie produktów i usług :

Dostęp do opisu i specyfikacji oraz dostępności oferowanych produktów i usług.

Wsparcie serwisowe :

Umożliwia na telefoniczną bądź internetową odpowiedź na prośby o wsparcie serwisowe kierowane przez klientów.

Obsługa umów terminowych :

Dostęp do danych oraz możliwość ich edycji w celu obsłużenia klientów z umowami terminowymi.

Przyjmowanie zlecenia :

Internetowe bądź telefoniczne przyjęcie zlecenia złożonego przez klienta i przekazanie go do realizacji.

Przyjmowanie reklamacji :

Usługa umożliwiająca przyjmowania zgłoszeń o wadliwym produkcie lub usłudze nie spełniającej zakładanych wymagań, funkcjonalności.

Windykacja należności :

Oznaczenie klienta jako niewypłacalnego i zgłoszenie go do wyegzekwowania długu przez odpowiednie służby.

Bankowość :

Usługa dająca możliwość obsługi transakcji pieniężnych, wpłat za dostarczone produkty i usługi.

Śledzenie statusu realizowanego zamówienia :

Klient ma możliwość śledzenia postępów w realizacji jego zamówienia.

Ocena zrealizowanej usługi :

Funkcja dająca klientowi możliwość oceny nas jako firmy realizującej jego zlecenie.

## Moduł zarządzania marketingu i promocji sprzedaży



Akcje promocyjne :

Opcja pozwalająca na konstruowanie akcji promocyjnych w celu powiększenia świadomości marki wśród potencjalnych klientów.

Badanie rynku :

Dostarcza raporty badania rynku lokalnego i globalnego w wybranych dziedzinach. Przedstawia takie elementy jak sugerowana ilość punktów w mieście, asortyment potrzebny w rejonach z wyraźnie istniejącym trendem itp.

Analiza konkurencyjności :

Znajdowanie konkurencyjnych płaszczyzn wśród rywalizujących firm na podstawie analizy prowadzonych ankiet.

Segmentacja rynku :

Dokonuje podziału rynku wskazując na kategorie w jakich sprzedaż odnosi sukces oraz na takie w których dane usługi są nietrafione.

Kreowanie i ustalanie narzędzi promocji i wsparcia sprzedaży :

Na podstawie raportów sprzedaży i segmentacji rynku wyznacza możliwe do dyspozycji i narzędzia promocji i wsparcia sprzedaży oraz warunki w jakich można je zastosować.

Obsługa akcji marketingowych :

Obsługa będących już w użyciu akcji pozyskiwania klientów oraz modyfikacja jej jak i usuwanie tych nieprzynoszących zamierzonego efektu.

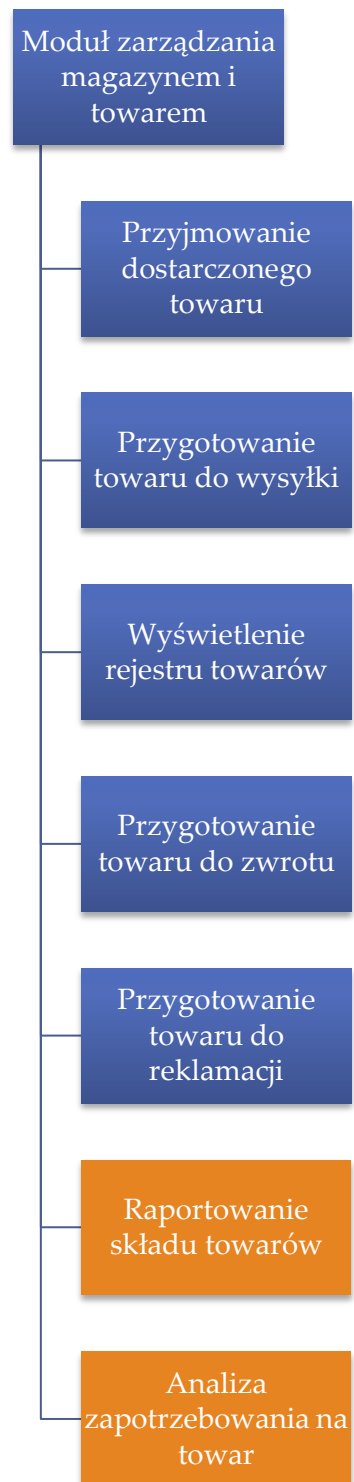
Sprawdzanie danych marketingowych :

Wyświetla dane, efekty prowadzonych akcji pozyskiwania klientów.

Przeprowadzanie badań rynkowych :

Umożliwia działowi marketingu przeprowadzanie akcji badań rynkowych pod postacią kontaktu z potencjalnym klientem oraz tworzenie ankiet w celu ustalenia potrzeb i warunków możliwej współpracy.

## Moduł zarządzania magazynem i towarem



Przyjmowanie dostarczonego towaru :

Oznaczenie towaru jako przyjęty i dodanie go do bazy magazynowej.

Przygotowanie towaru do wysyłki :

Oznaczenie towarów do wysyłki, dodatkowo przenosząc towary z bazy magazynu do bazy towarów do wysłania.

Wyświetlenie rejestru towarów :

Wyświetla wszystkie towary znajdujące się w bazie magazynu i bazie towarów do wysłania.

Przygotowanie towaru do zwrotu :

Oznaczenie towaru z bazy i nadanie mu statusu do nadania w celu realizacji zwrotu.

Przygotowanie towaru do reklamacji :

Oznaczenie towaru z bazy i nadanie mu statusu do nadania w celu realizacji reklamacji.

Raportowanie składu towarów :

Umożliwia wysłanie aktualnego raportu sytuacji obrotu towarem i składu magazynu w danym dniu, tygodniu, miesiącu, roku.

Analiza zapotrzebowania na towar :

Na podstawie danych z raportów obrotu towarem przedstawia, sugeruje towar bliski wyczerpaniu a wciąż będącym trendem i potrzebnym klientom. Niezbędne w celu uniknięcia przedłużenia czasu realizacji zamówienia czekając na dostawę.

## Moduł zarządzania dostawą



Dodanie partnera kurierskiego :

Dodanie do bazy oferty partnera kurierskiego na przewóz i realizowanych zamówień.

Usunięcie partnera kurierskiego :

Usunięcie z bazy oferty partnera kurierskiego na przewóz i realizowanych zamówień.

Edycja partnera kurierskiego :

Edycja danych oferty partnera kurierskiego na przewóz i realizację zamówień,  
dodatkowo dodanie nowych elementów jak i usunięcie niektórych z nich.

Podgląd zlecenia :

Wyświetla wszystkie informacje dotyczące realizowanego zlecenia.

Edycja zlecenia :

Pozwala na edycję realizowanego zlecenia w celu nadania mu nowych form realizacji  
bądź zmiany niepoprawnych danych.

Wysyłka zamówienia :

Oznaczenie realizowanego zamówienia i nadanie mu statusu gotowego do wysyłki.  
Przekazuje tą informację do wybranego przez nas kuriera.

Sprawdzenie zgodności wysyłanego towaru z dokumentacją :

Potwierdza zgodność towaru z dokładną dokumentacją w celu uniknięcia wysyłki źle  
dobranego produktu.

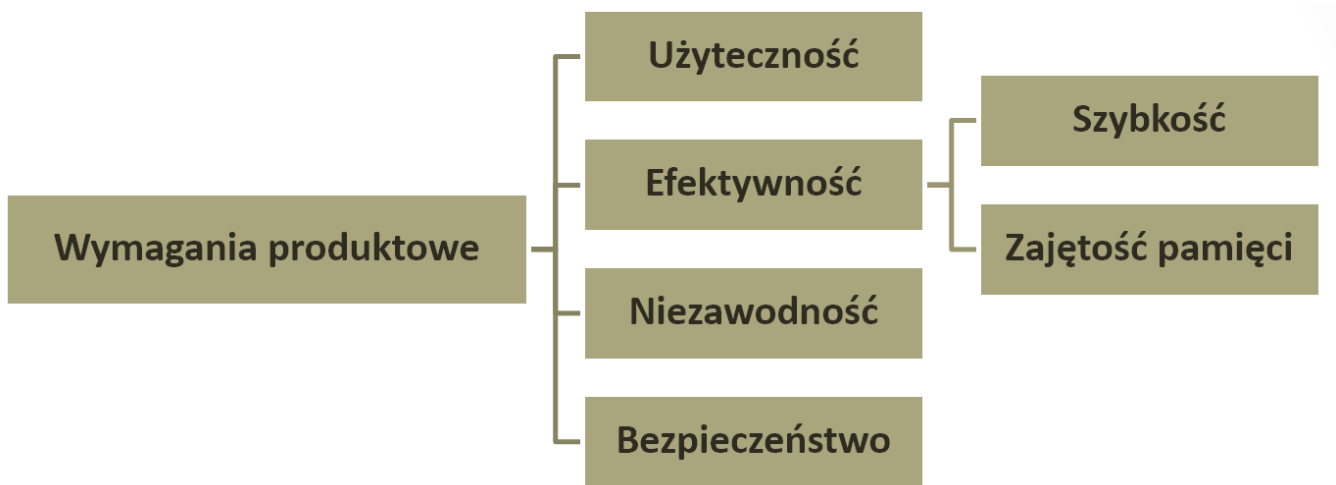
Wyświetlenie możliwej opcji transportu :

Wyświetla możliwe, dostępne opcje wysłania zamówienia przez kurierów .



# Wymagania niefunkcjonalne

## Wymagania produktowe



### Wymagania dla klienta

**Efektywność:** urządzenia przeznaczone do współpracy z dostarczonym systemem muszą spełniać normy i być przetestowane uprzednio oprogramowaniem:

- SYSmark 2014: w przypadku desktopów i laptopów wynik testu nie może być niższy niż 600 jednostek (overall performance).
- Antutu Benchmark: w przypadku urządzeń mobilnych wynik nie może być niższy niż 25000 jednostek.

**Szybkość :** możliwe opóźnienie w pracy naszego systemu nie powinno przekraczać 10s

**Zajętość pamięci:** Używanie systemu na przeglądarce nie powinno zużywać więcej niż 1 GB pamięci operacyjnej RAM i nie więcej niż 1 MB transferu danych

**Niezawodność:** w systemie nie powinno występować więcej niż 1 błąd krytyczny (wymuszający restart systemu) w ciągu miesiąca i nie więcej niż 1 błąd zwykły (nie wykonywanie się jednej z funkcjonalności) w ciągu tygodnia.

**Bezpieczeństwo:** kilkietapowa weryfikacja podczas rejestracji. Do korzystania z systemu na telefonie klient zobowiązany jest do posiadania antywirusa oraz wszystkich aplikacji pochodzących tylko z bezpiecznego źródła.

### Wymagania dla dostawcy systemu

**Efektywność:** urządzenia przeznaczone do współpracy z dostarczonym systemem muszą spełniać normy i być przetestowane uprzednio oprogramowaniem:

- SYSmark 2014: w przypadku desktopów i laptopów wynik testu nie może być niższy niż 600 jednostek (overall performance).
- Antutu Benchmark: w przypadku urządzeń mobilnych wynik nie może być niższy niż 25000 jednostek.

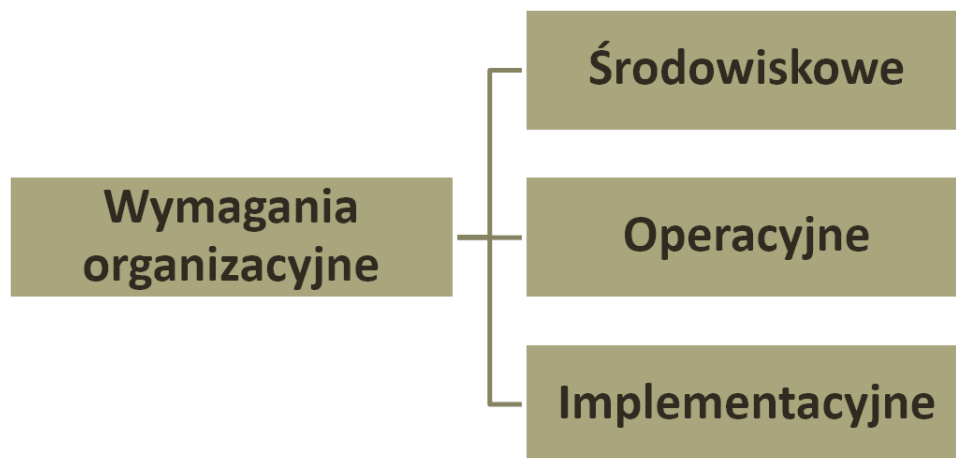
**Szybkość :** możliwe opóźnienie w pracy systemu nie powinno przekraczać 1s

**Zajętość pamięci:** Funkcjonowanie systemu nie powinno zużywać więcej niż 128 GB pamięci operacyjnej RAM i nie więcej niż 256 MB transferu danych

**Niezawodność:** w systemie nie powinno występować więcej niż 1 błąd krytyczny (wymuszający restart systemu) w ciągu miesiąca i nie więcej niż 1 błąd zwykły (nie wykonywanie się jednej z funkcjonalności) w ciągu tygodnia.

**Bezpieczeństwo:** platforma powinna być odporna na ataki oraz zgodna z wieloma międzynarodowymi standardami bezpieczeństwa takimi jak np. ISO 27001, HIPAA, FedRAMP, SOC 1 i SOC 2.

### Wymagania organizacyjne

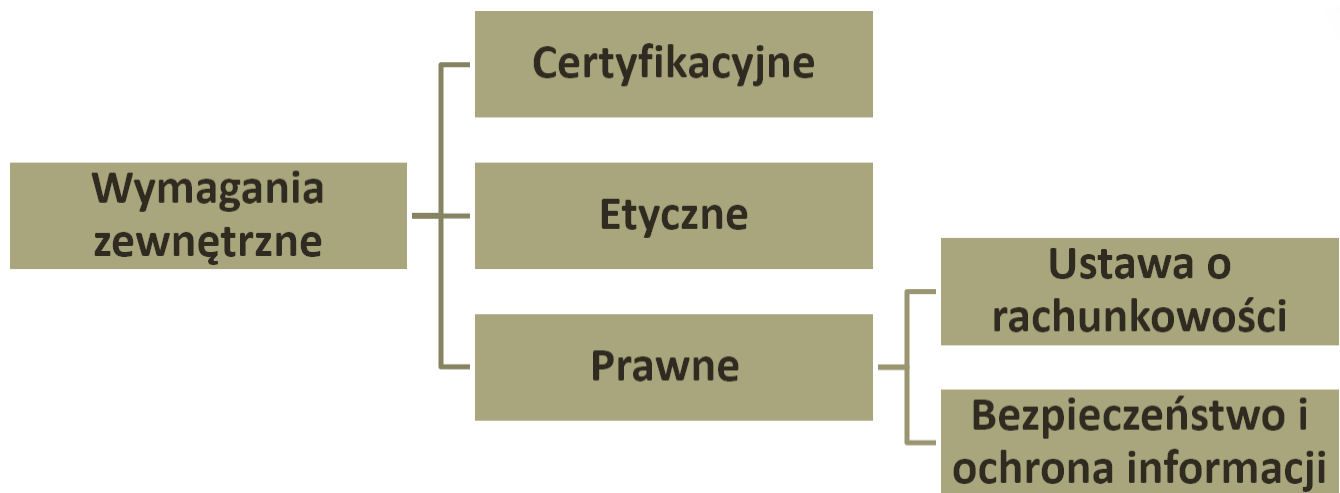


**Środowiskowe:** klient aktualnie posiada już lokal, w którym prowadzi działalność gospodarczą w branży IT.

**Operacyjne:** system do funkcjonowania wymaga codziennego raportowania.

**Implementacyjne:** W przypadku potrzeby, do klienta dostarczany jest komputer zdolny do sprawnego korzystania z systemu. Przy rejestracji klienta tworzony jest certyfikat umożliwiający korzystania z systemu (osobno dla PC oraz urządzeń mobilnych).

## Wymagania zewnętrzne



**Certyfikacyjne:** certyfikaty wygenerowane dla klienta przez dostawcę systemu mają za zadanie uwierzytelnić podmiot oraz sprawdzić warunki bezpieczeństwa.

**Etyczne:** System operacyjny oraz całe jego oprogramowanie powinno pochodzić z legalnego źródła. W przypadku dostarczonego komputera wraz z systemem, powinien on służyć tylko i wyłącznie do pracy.

**Prawne:**

**Ustawa o rachunkowości:** Ze względu na obecny moduł sprzedaży system musi być zgodny z prawem w sprawach handlowych, m.in. Ustawa o rachunkowości

**Bezpieczeństwo i ochrona informacji:** System powinien spełniać obowiązujące normy w zakresie przechowywania haseł klientów.

## Procesy poddane informatyzacji w systemie:

**Dodanie klienta**

**Raportowanie aktualnej sytuacji handlowej**

**Udzielanie informacji odnośnie produktów i usług**

**Przyjmowanie zlecenia**

**Akcje promocyjne**

**Przyjmowanie reklamacji**

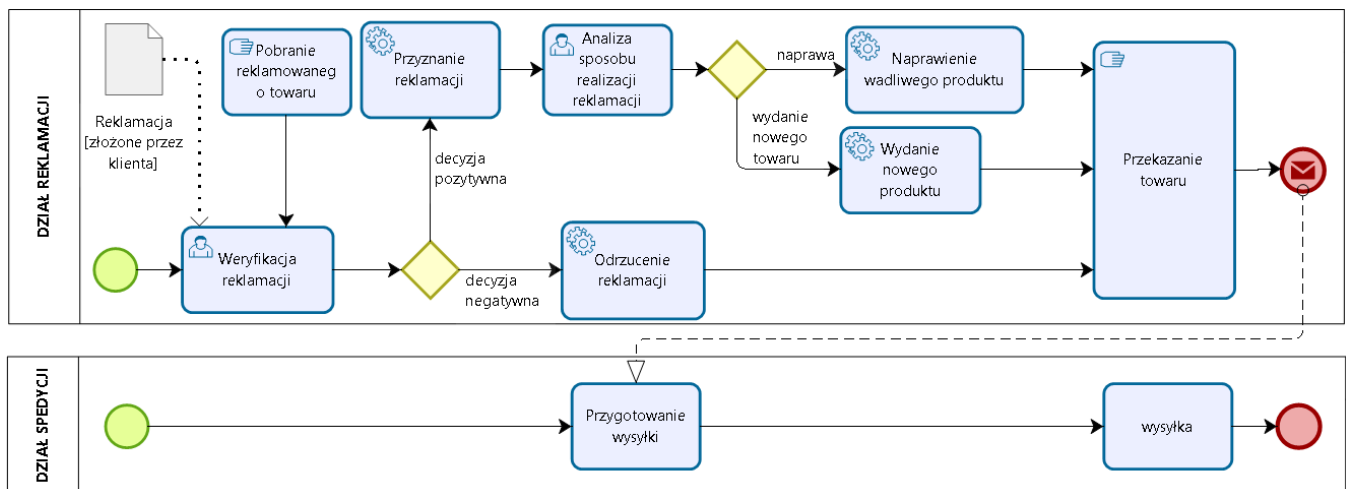
**Przygotowanie towaru do wysyłki**

**Przygotowanie towaru do reklamacji**

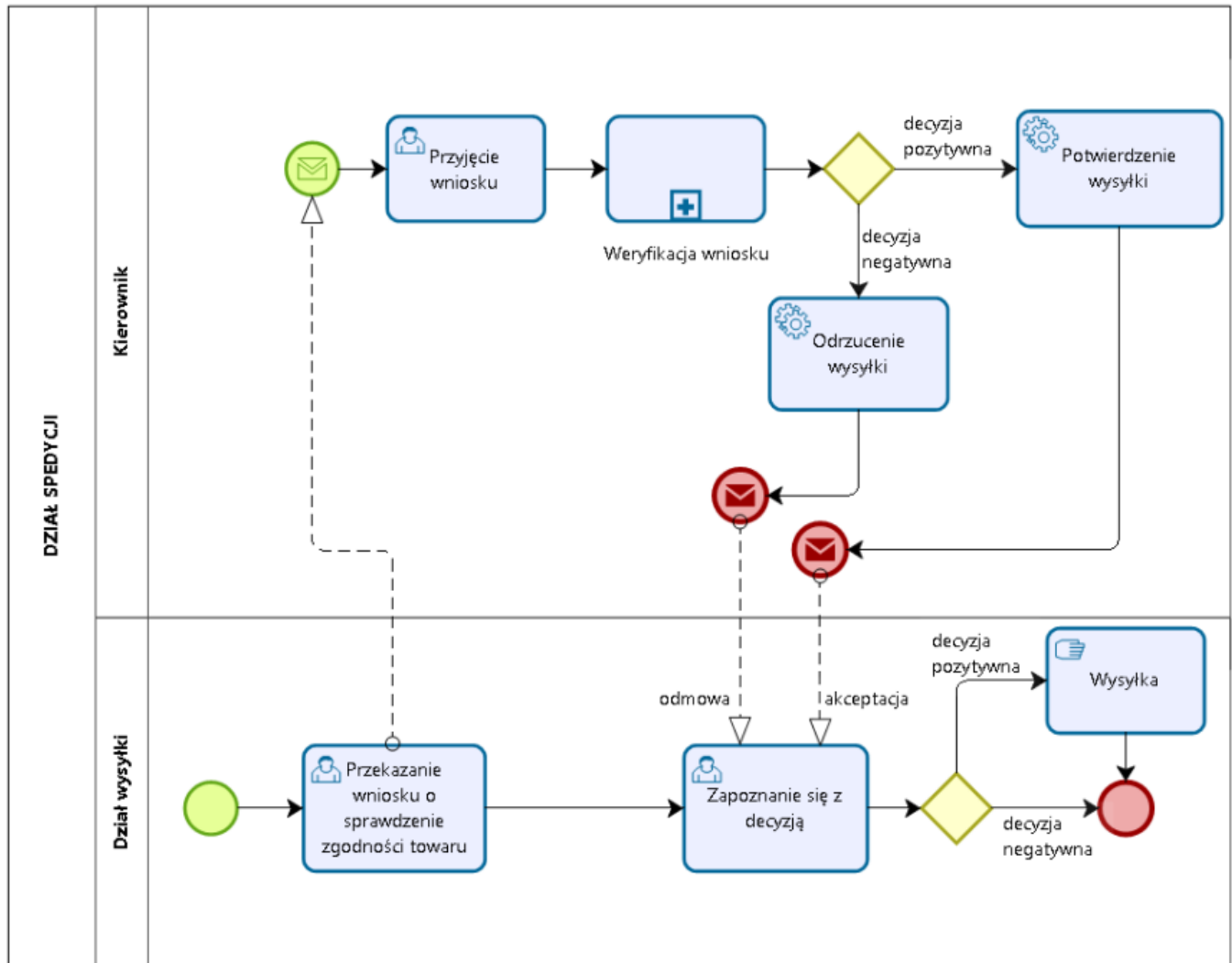
**Sprawdzenie zgodności wysyłanego towaru z dokumentacją**

**Wysyłka zamówienia**

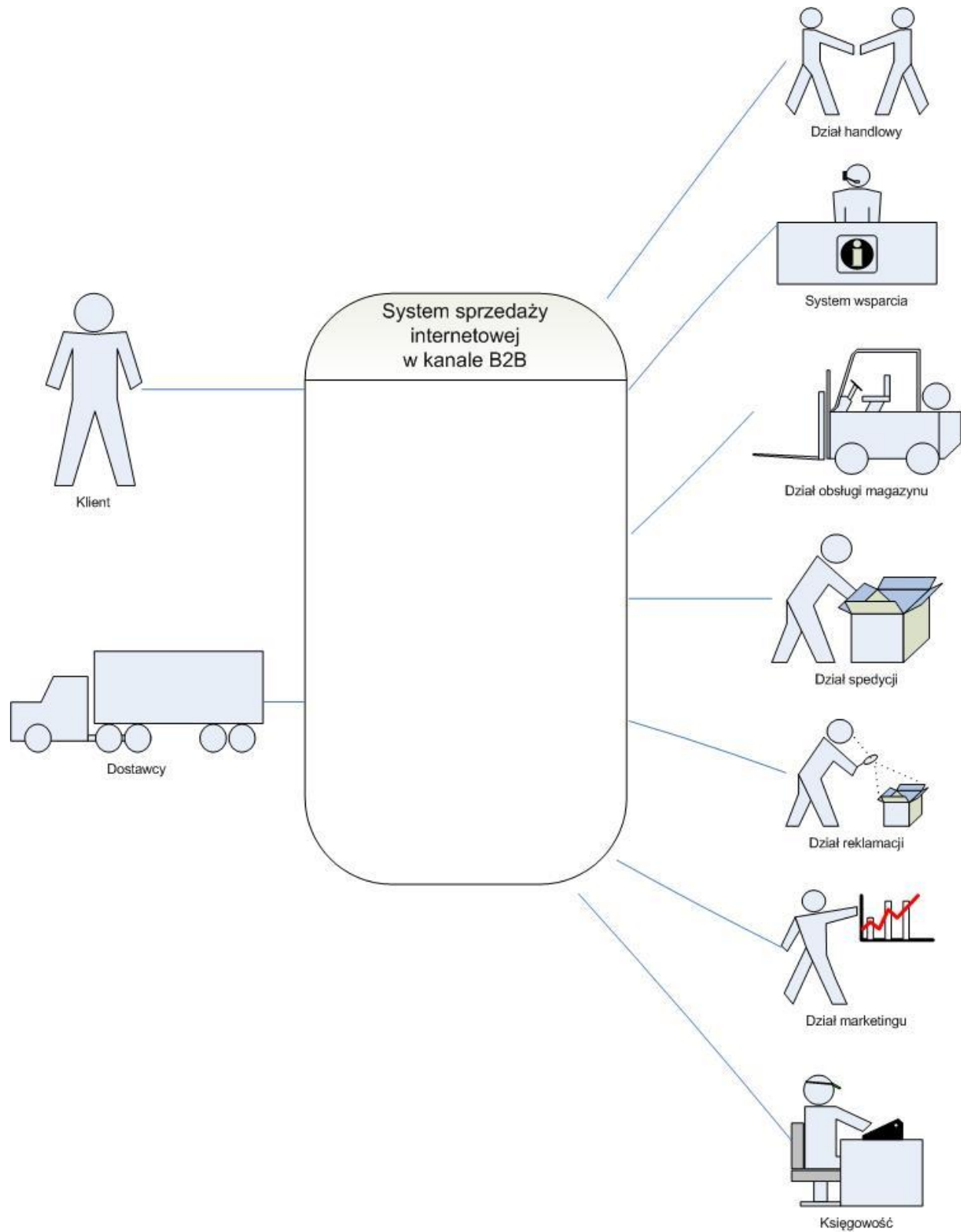
## Przyjmowanie reklamacji



## Sprawdzanie zgodności wysyłanego towaru z dokumentacją



# Diagram kontekstowy



## Diagramy przypadków użycia

