



23-1-2017

CRM

CAHIER DES CHARGES



TRANSGLORY TUNISIE
GRUPO ROMEU

TABLE DES CONTENUS

1.	FONCTIONNEMENT DU SYSTÈME DE SUPPORT À LA PROSPECTION	2
2.	LISTE À CONTACTER	3
3.	CALENDRIER COMMUN DE VISITES ET TÊACHES	3
4.	FICHE CLIENT	4
5.	LES DIFFÉRENTS TYPE D'ENTITÉ ET LES PARTICULARITÉS DE LEURS FICHES.....	10
6.	L'OFFRE.....	12
7.	DROITS DE CREATION BOOKING CRM-WT	19
8.	TABLEAU DE BORD DU COMMERCIAL.....	20
9.	OBJECTIFS	20
10.	GESTION DES UTILISATEURS	22
11.	RAPPORT VISITE.....	22
12.	MODE CONSULTATION (portefeuille client et offres)	23
13.	MODULE CUSOMER SERVICE	23
14.	CONTROL E FACTURATION ET MB.....	23
15.	LEGENDE.....	24

1. FONCTIONNEMENT DU SYSTÈME DE SUPPORT À LA PROSPECTION

Les prospects doivent avoir au minimum un nom de société (clef primaire).

Les prospects chargés peuvent être chargés sur le compte d'un commercial ou être assignés pas la suite de façon facile (ex. multi-sélection et ajouter à...). Les prospects non assignés seront dans un « pull » visibles par tous les commerciaux qui peuvent se les assigner à eux même ou à un autre commercial. Le nom de la personne qui lui a assigné un prospect doit être visible pour le commercial et la direction.

Les prospects assignés mais pas encore contactés doivent apparaître dans la page d'accueil/tableau de bord du commercial concerné. Il aura la possibilité de sélectionner les suivantes actions pour chaque prospect :

- Non joignable → « à recontacté » avec une tâche à assigner au calendrier / « abandon »
- Intéressé → ouvre la page « rapport » pour remplir toute l'information recueillie → sur cette page il y a les options « envoi présentation » ou « visite » → il est obligatoire d'introduire au moins un potentiel, une personne de contact et un téléphone ou email pour pouvoir continuer
 - Envoi présentation → prépare l'email avec un texte prédéfini, l'adresse email enregistrée et une présentation en pièce jointe qui est chargé sur le système au préalable. L'email doit être éditable et validé pour envoi par l'utilisateur/commercial. Le système doit faire apparaître le bouton « programmer relance » qui permet de créer directement une tâche associée à ce prospect appelée « relance nom du client » sur le calendrier.
 - Visite → peut être chargé dans le calendrier d'un commercial concret ou non assigné auquel cas il devra apparaître dans une table de visites à assignés consultable et assignable de la même façon que les « prospects non assignés ».
- Client existant en doublon : si cette option est sélectionnée le prospect est archivé et une notification que l'utilisateur peut compléter par un commentaire et envoyer au responsable de ce compte.

Toute action réalisée doit être visible sur un historique disponible dans la fiche du prospect/client.

Le prospect se transforme en client lorsque la première affaire est confirmée. Pour cela il est nécessaire :

- Compléter au moins les données de facturation du client
- Avoir au moins un contact complet associé à la fiche client

- Etre assigné à un commercial
- Avoir une fréquence de contact en distinguant visite et contacte téléphonique

Au moment de l'assignation du client/prospect ou d'un groupe de clients à un commercial, il est obligatoire que cette assignation ai une certaine validité temporelle après laquelle le client ou prospect redeviens disponible et visible pour tous les commerciaux. Par défaut tous les comptes assignent avec une validité de 1 mois pour les prospects et de 8 mois pour les clients. Chaque utilisateur peut personnaliser la validité par défaut des assignations qu'il fait. On peut aussi changer la validité manuellement au moment de l'assignation.

L'historique d'assignement d'un client doit être enregistré et consultable sur sa fiche.

2. LISTE À CONTACTER (prè-calendrier)

Chaque commercial à 2 listes :

- Clients à contacter : cette liste s'alimente des rappels selon la périodicité indiquée obligatoirement dans chaque fiche client. Aussi le commercial peut alimenter ou éliminer des contacts/visites de cette liste. Cette assignation est fait sur une base hebdomadaire, c'est-à-dire que l'utilisateur édite ses listes de visites/contacts de chaque semaine de la 1 a la 52, même si le jour n'ai pas encore fixé.
- Prospect à contacter : cette liste peut être alimenté lors de l'introduction des nouveaux prospects, via la sélection du commercial assigné.

Les contacts à faire correspondants à la semaine en cours apparaissent sur le tableau de bord du commercial. Chaque prospect ou client de cette liste (ou de la liste complète avec les autres semaines) doit avoir un cliquable qui permet d'assigner une action dans le calendrier. Si l'action est assigné un symbole check/date apparaitra sur la même liste.

Le commercial doit organiser ses tâches et son activité de la semaine dans son calendrier.

3. CALENDRIER COMMUN DE VISITES ET TÂCHES

Ce module ne nécessite pas d'adaptations. Juste reste à clarifier comment utiliser l'introduction de tâches répétées dans le temps (ex. chaque semaine). Le calendrier doit être accessible et modifiable par les supérieures hiérarchiques.

4. FICHE CLIENT

L'objectif de toute prospection ou visite est (du point de vue du système):

- De compléter la fiche client
- De provoquer des demandes d'offre

La fiche client à remplir est la suivante :

Fiche client

Pop-up : voir annexe pour détail

Général	Société <input type="text"/>		Etat client <input type="text"/>		Groupe <input type="text"/>	
	Type entité <input type="checkbox"/>		Secteur <input type="checkbox"/>		Produits <input type="text"/>	
	Commercial <input checked="" type="checkbox"/>		Plusieurs commerciaux <input checked="" type="checkbox"/>		BLACKLISTER <input type="checkbox"/>	
Facturation	Raison sociale <input type="text"/>		Régime fiscal <input type="text"/>		Email fctr <input type="text"/>	
	Adresse de facturation (*) <input type="text"/>				Matricule <input type="text"/>	
	Conditions de paiement <input type="text"/>				Exonéré TVA <input type="checkbox"/>	
Contact	Ajouter contact (voir annexe détail) <input checked="" type="checkbox"/>					
Adresse (*)	Type voie <input type="text"/>		Nom voie <input type="text"/>		Numéro <input type="text"/>	
	Ville <input type="text"/>		Code Postal <input type="text"/>		Pays <input type="text"/>	
					Tunisie <input checked="" type="checkbox"/>	
	Ajouter adresse <input checked="" type="checkbox"/>					

Moyen /type	Pays origine <input type="text"/>		Pays dest. <input type="text"/>		Port <input type="text"/>	
	Chine <input type="text"/>		Tunis <input type="text"/>		Shanghai <input type="text"/>	
	Maritime <input type="checkbox"/>		Aérien <input type="checkbox"/>		Routier <input type="checkbox"/>	
	LCL/LTL <input type="checkbox"/>		FCL (Dry) <input type="checkbox"/>		Reefer <input type="checkbox"/>	
Concurrents	Concurrent <input type="checkbox"/>		Satisfaction <input type="checkbox"/>		Via transitaire <input type="checkbox"/>	
	Commentaires <input type="text"/>		Service et prix <input type="text"/>		Transitaire <input type="checkbox"/>	
	Ajouter concurrent <input checked="" type="checkbox"/>					
Fournisseur	Fournisseur <input type="text"/>		Produit <input type="text"/>		Incoterm <input type="text"/>	
	PIC <input type="text"/>		Téléphone <input type="text"/>		E-mail <input type="text"/>	
	Volume <input type="text"/>		Unités <input type="text"/>			
	Ajouter fournisseur <input checked="" type="checkbox"/>					
Ajouter trafic <input checked="" type="checkbox"/>						

Etat client

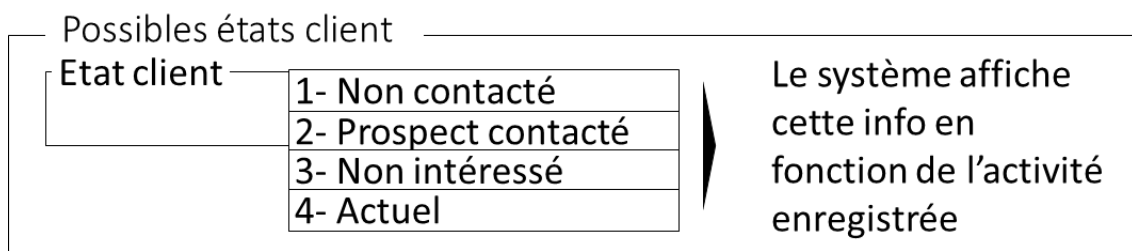
La fiche prospect, client potentiel et client ont la même structure. Les entités sont classées automatiquement dans une de ces 4 catégories selon les définitions suivantes. Cette classe du client sera affichée sur la case « Etat client ».

1. **Prospect** : Ce sont des contacts qui n'ont pas été vérifiés.
2. **Client potentiel** : Pour qu'un client soit classé comme client potentiel il faut :
 - Au moins un rapport de visite/contact.
 - Un minimum d'information sur ses trafics : Pays d'origine et destination de la marchandise, payables en Tunisie ou pas, moyen de transport
 - Vérifier que ce n'ai pas un double d'un client déjà existant : le système doit suggérer la liste des noms de sociétés client qui ressemblent le plus et l'utilisateur qui ouvre la fiche du prospect pour la première fois devra valider qu'il ne s'agit d'aucune de ces sociétés.
3. **Client** : Pour qu'un client soit classé comme client actuel il faut qu'il ait au moins un booking confirmé avec TransGlory. Lors de l'acceptation de la première offre le

commercial a besoin d'introduire les données de facturation du client. Autrement le système doit lui envoyer des notifications de rappel au commercial et à son responsable.

4. **Client perdu** : Après 8 mois sans activité du client le commercial et son responsable sont notifiés que son client sera classé comme perdu s'il n'y a pas de confirmation dans les 2 mois suivant. Après 10 mois sans confirmation il est classé comme « perdu ». Les clients perdus peuvent être réassignés depuis le pull de prospection. Ceci est valide aussi pour un service concret du client (ex. FCL) pour lequel il a été assigné un potentiel et pour lequel il n'y a pas de confirmation pendant cette période.

Cette catégorisation doit servir à faire des extractions différenciés et à la consultation. Par exemple lorsqu'on fait une étude du portefeuille client on ne veut pas voir les prospects et potentiel. (cf. partie sur le « Mode consultation »).



La fiche du client potentiel a une particularité : elle présente une version résumée des trafics. Cette description est dupliquée pour l'import/export.

Description trafic résumé pour client potentiel

Types de transport

Maritime ☐

Aérien ☐

Routier ☐

Liste pays Sug...

- Italie
- Chine
- Belgique

Les noms des pays sont suggérés et s'accumulent dans la liste en dessous en appuyant enter

Volume

Unités

Paid Tun ☐

Paid out ☐

Concurrents

Concurrent

Satisfaction

Commentaires Service et prix

Ajouter concurrent

Via transitaire ☐

Transitaire

Intérêt

Intérêt

Commentaires

- A visiter
- Non intéressé
- Ne fait pas transport
- Dupliqué (automatique)
- Va nous essayer

Il existe la possibilité de blacklister un client. Dans ce cas le client ne peut pas recevoir d'offres. De blacklister ou dé-blacklister demande la validation du directeur de département ou supérieur. Il doit être possible de lister les clients blacklistés.

Assignment client/commercial

Les commerciaux peuvent voir à quel commercial est assigné tout client ainsi que son adresse, mais ne peuvent pas voir l'activité liée à ce client (offres, booking, visites...).


N'importe quel commercial peut faire des offres à un client pour tous les services. Mais les offres et les bookings obtenu seront assignés au commercial responsable selon l'assignation dans la fiche client ou la table qui apparaît lorsqu'on veut assigner « plusieurs commerciaux » à un client.

Tous les commerciaux qui apparaissent sur la table l'assignation peuvent consulter l'ensemble de l'information qui concerne ce client, même celle relative à un service différent du sien.

Si un client reçoit une offre d'un commercial différent du désigné pour un certain service alors le commercial désigné recevra une notification et sera toujours en copie dans l'offre. De même, avant l'envoi de l'offre le système préviendra l'utilisateur que ce client pour ce service ne lui est pas assigné et demandera une validation.

Pop-up « Assignment à plusieurs commerciaux »

Services	Sofien Amri	Tarek B	Wassef
LCL	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FCL	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AIR	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
BULK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
LOGISTIQUE	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

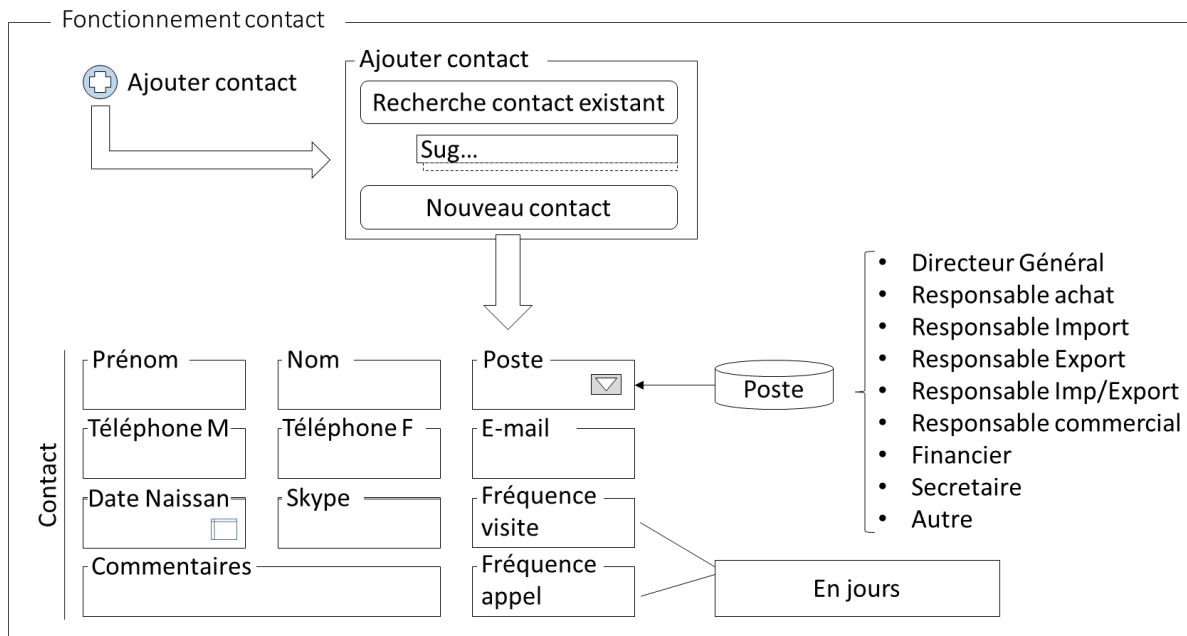
 Ajouter commercial

NB : Il ne peut pas y avoir plus d'un commercial par service pour un même client

Ajout d'un contact

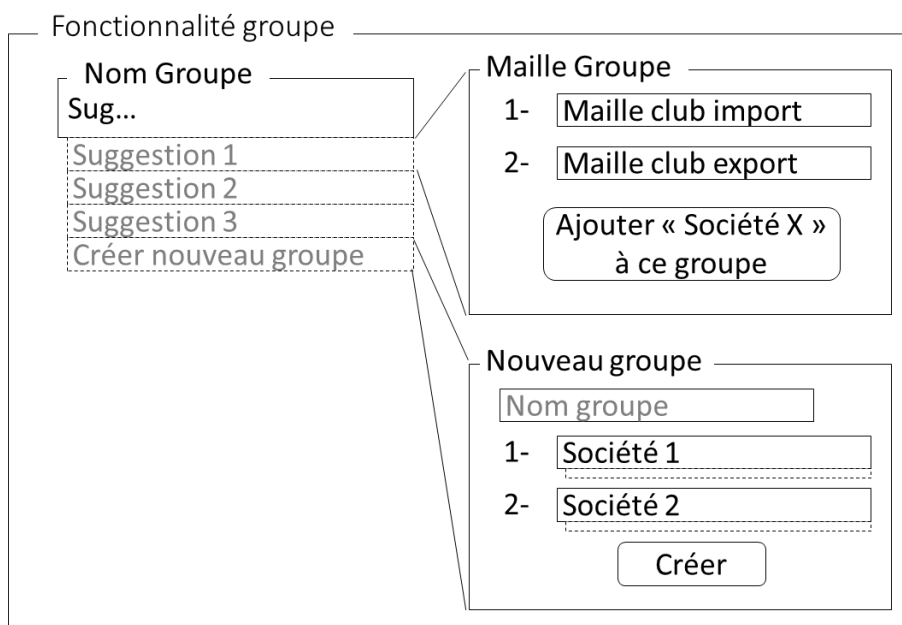
L'ajout d'un contact ouvre les fenêtres montrées dans la figure ci-dessous. Il est possible d'ajouter autant de contacts qu'on le souhaite à une entité. Il est possible de dissocier un contact

d'une entité (mais cela restera dans son historique). Il est possible de consulter l'historique du contact depuis le mode consultation (titre 12 : mode consultation) auquel on pourra aussi accéder directement depuis la fiche de l'entité en cliquant sur un lien « voir historique ». Il est possible d'associer un contact à plus d'une entité depuis la fiche entité à laquelle elle était associée initialement, depuis le pull de contacts, ou bien depuis la fiche entité qu'on en train de traiter car tous les contacts existants sont suggérés par le moteur de recherche lors de l'introduction d'un nouveau contact.



Assignment à un groupe

Une entité peut être assignée à un groupe nouveau ou existant selon la figure ci-dessous.



Facturation

Dans la rubrique facturation de la fiche client il faut pouvoir identifier les sociétés exonérer de la TVA et le régime fiscal de chaque société, ainsi que pouvoir mettre en pièce jointe le certificat d'exonération et une copie du registre de commerce à côté de ces 2 points. De même il faut pouvoir marquer les sociétés qui nécessitent d'envoi de bon de commande pour chaque booking. Un utilisateur doit pouvoir être nommé avec les droit d'accès pour éditer les données de facturation. La tâche de remplir toutes les informations de facturation manquantes pour des entités qui sortent de la phase de prospection sera assignée au tableau de bord de cet utilisateur automatiquement.

Le NIF sera une clef primaire de toutes les entités qui ont dépassé la phase de prospection. C'est-à-dire qu'il ne pourra pas être le même pour différentes entités et qu'une entité doit obligatoirement avoir un NIF.

Il doit y avoir au moins une adresse email pour l'envoi de la facture. Mais il peut y en avoir plusieurs.

Il doit y avoir une et une seule adresse de facturation par entité.

Il peut y avoir différentes conditions de paiement pour différents services d'un même client. Si un service n'as pas de conditions spécifiques enregistrés alors les conditions générales seront appliquées. Toutes les conditions de paiement doivent être validées par la direction générale.

6. Ajout de conditions de paiement générales et spécifiques

Timbrage:

- Mode de paiement: Cheque, traite, B/C, Transfert
- Paiement unique : Par expédition / Par mois
- Echéance: dernier jour du mois d'émission de la facture, 30/60/90 jours à partir de l'émission de la facture

Surestaries

- Mode de paiement: Cheque, traite, B/C, Transfert
- Paiement unique : Par expédition / Par mois
- Echéance: dernier jour du mois d'émission de la facture, 30/60/90 jours à partir de l'émission de la facture



Distinguer conditions spécifiques par service

Services	
LCL	
FCL	
AIR	
BULK	
LOGISTIQUE	

Fréquence des contacts

Les fréquences de contact peuvent être introduites par le propre commercial, mais doivent être validées par la direction commerciale pour chaque client. Les validations en attente doivent

apparaître dans le tableau de bord de la direction commerciale. De même la direction commerciale peut changer la fréquence que ce soit des contacts téléphoniques comme des visites à un client, et le commercial peut aussi, dans ce dernier cas cela reste en stand-by jusqu'à validation. Cette fréquence sert à alimenter les listes de contacts hebdomadaires du commercial. Ceux-ci apparaîtront sur le tableau de bord du commercial et un rapport visite devra être introduit pour faire disparaître le rappel une fois le contact réalisé.

Fiches entités associée à un trafic du client

Lors de l'envoi d'un RO le système suggère les coordonnées du client comme shipper et consignee. Chaque shipper ou consignee qui ne correspond pas au coordonnées du client ouvre une fiche « Agent / Transitaire » ou « Real shipper/Real consignee » qui sera suggérée dans le future. Cette fiche suit la forme de la fiche d'une entité comme le client potentiel (sans rapport visite obligatoire) mais reste associé à la fiche client de départ et les données du trafic commun seront symétriques. Par exemple un shipper/consignee peut être le fournisseur d'un de nos client Tunisiens qui fait l'import. Un shipper/consignee peut avoir d'autres trafics non liés au client de départ. Une fiche shipper/consignee dépend toujours d'un trafic d'une fiche client (actuel, potentiel ou perdu) mais peut aussi être créée depuis la fiche client sans qu'il y ait forcément de booking confirmés. Si ce trafic est payable à l'étranger, l'entité qui en sera issue sera classée comme « Sales lead », si le trafic est payable en Tunisie alors ce trafic sera un « Trafic potentiel ». Les « Sales lead » et les « Trafics potentiels » seront consultables depuis le module de consultation (voir point 10), mais n'apparaîtront pas comme « Client » lors des recherches. Cependant on peut choisir d'associer un client existant comme shipper/consignee à un trafic d'un autre client, et on peut aussi convertir un shipper/fournisseur en client suite à la confirmation d'une offre faite à celui-ci. S'il a des trafics payables à l'étranger et des trafics payables en Tunisie l'entité apparaîtra comme sales lead et comme fournisseur. S'il a aussi des offres propres confirmées il apparaîtra aussi comme client.

Suite à un booking le système demande d'associer le booking à l'un des trafics existants, à un nouveau trafic ou bien de le classer comme spot.

Dans le cas d'un booking d'un Transitaire ou Agent le système demandera d'associer à ce trafic un client existant ou d'ouvrir une fiche client qui de la même façon que le shipper/consignee restera associé au client Transitaire via le trafic symétrique en question. Les booking associés au transitaire apparaîtront aussi sur la fiche client avec la notation « via Transitaire » et un lien au transitaire en question. Cette notation peut être ajoutée manuellement sur un trafic en l'associant à une fiche Transitaire existante.

Ainsi les trafics sont concrétisés et enregistrés dans le système au fur et à mesure que les clients passent des booking.

Le port n'est pas obligatoire pour un nouveau trafic, mais le pays oui.

5. LES DIFFÉRENTS TYPE D'ENTITÉ ET LES PARTICULARITÉS DE LEURS FICHES

Il existe 10 types d'entités. Cependant cette liste peut être modifiée.

- Client direct
- Freight forwarder
- NVOCC
- Déclarant en douanes
- Agent
- Ligne maritime
- Lignes aérienne
- Transporteur locaux
- Remorqueur internationaux
- Lignes maritime
- Magasin cale

Toutes les entités injectées partagent une des informations à insérer qui correspond à la partie gauche de la fiche client. Cependant chaque type d'entité peut avoir certaines particularités qu'on décrit par la suite :

- Les clients directs sont les entités telles que décrites
- Les freight forwarder, les NVOCC, les remorqueurs internationaux et les agents n'apparaissent pas par défaut dans la liste des clients à prospector suite à leur introduction, ils peuvent cependant être activés comme prospect en bloque lors de l'introduction ou par la suite individuellement, en y associant un trafic particulier ou pas. Les cases état client, secteur, produit ne sont pas actives.
- Les lignes maritimes/aérienne Normalement n'aurons jamais de trafic. Mais nous ne bannirons pas cette option au cas où. Ne sont pas non plus des candidats pour la prospection même si leur fiche n'a pas complété. Les cases état client, secteur, produit ne sont pas actives pour les lignes.
- Magasins cale, transporteurs locaux, déclarant en douane : sont principalement des fournisseurs. Idem aux lignes maritimes.

Les catégories qui englobent plusieurs entités :

- Les concurrents sont classés comme possible concurrents « freight forwarder », « remorqueurs », « déclarant en douane », « NVOCC » et « ligne maritime ».
- Les fournisseurs de transport sont recherchés parmi tous les types d'entité sauf les « clients directs ». Toutes ces entités ont la particularité qu'on peut leur accoupler des tarifs. Les fournisseurs doivent montrer la possibilité d'être évalués après chaque expédition qui les concerne avec une note sur 6 pour les critères suivants : fiabilité du service, prix, flexibilité, suivi et customer service.

Injection de tarifs

Toutes les fiches des types correspondants à des possibles fournisseurs peuvent être associées des tarifs. Ils doivent pour cela avoir un bouton cliquable additionnel. Il existe différent type de tarifs à introduire dans le système.

➤ Transport local

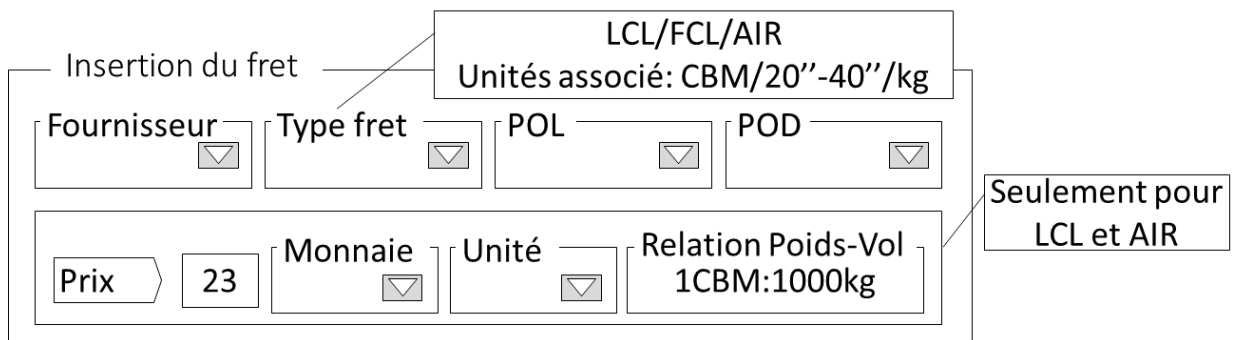
Les tarifs de transport local compte avec 3 paramètres (point de départ ou point d'arrivé, pays, monnaie) et aussi une matrice qui croise les 2 premier caractères du code postal avec le poids en kg. Il doit être possible de coller des Excel sur la matrice.

➤ Frais locaux

Les tarifs de frais locaux suivent la forme de FCA charges ou Arrival charges du module d'offres (titre 6). Elles peuvent contenir plusieurs concepts à choisir parmi une longue liste à laquelle il doit être possible d'ajouter d'autres option par le key user. Ex. THC, VGM, Documentation, Handling, Loading, T/S cost, ISPS, Storage... Chaque concept de cout doit avoir une unité de facturation (CBM, Tn, BL... à voire la liste complète dans la légende). Certains concept peuvent avoir 2 unités de facturation, ex. /Tn/jour.

➤ Fret maritime

Les frets maritimes s'introduisissent sur des tables comme suit :



Insertion du fret

LCL/FCL/AIR
Unités associé: CBM/20''-40''/kg

Fournisseur [dropdown] Type fret [dropdown] POL [dropdown] POD [dropdown]

Prix [input: 23] Monnaie [dropdown] Unité [dropdown] Relation Poids-Vol [input: 1CBM:1000kg]

Seulement pour LCL et AIR

Tout frais maritime ou aérien doit pouvoir être facilement associé à des frais locaux.

➤ Fret terrestre

Est identique au fret maritime sauf que les unités sont FTL 80CBM/FTL 99CBM/FTL 105CBM et l'origine et la destination sont une paire de CP et pays.

Mis à part les tarifs insérés, chaque fournisseur est associé à toutes les offres spot reçues de sa part avec lesquelles on a composé une offre à notre tour. Cet historique de prix peut être consulté à tout moment pour toutes ces entités.

Nous pouvons aussi introduire des tarifs propres à TransGlory. Donc la fiche de notre société Transglory doit aussi être créée et aura un statut unique, même si elle peut fonctionner comme un fournisseur ses statistiques ne doivent pas se mélanger au reste des fournisseurs.

6. L'OFFRE

L'offre peut s'ouvrir depuis le tableau de bord du commercial ou depuis la propre fiche de l'entité (à laquelle il faut ajouter un bouton « faire offre »). On peut faire des offres à toutes les entités pour lesquelles il remplir la fiche client. Une offre doit être adressée à un ou plusieurs contacts de l'entité correspondante.

La réalisation d'une offre se faire en 3 temps :

- Description de l'expédition
- Collection des coutants
- Élaboration de l'offre

Description de l'expédition

Cette fiche se remplit de haut en bas et le système doit obliger à cela car les cases du bas dépendent des informations introduites sur celles qui les précèdent.

Description expédition

Nom Société

Adressé à

Type transp

Incoterm

POL

CP

POD

CP

LCL - Colisage

Nombre	Dimensions			Poids	Non gérable
	Long	Large	Haut		
Total					

Marchandise

Détail

IMO

Générer demande

Pop-up pour insérer adresse complète et coordonnées du consignee

Change en fonction du type de transport

Seul les total sont obligatoires

- En fonction de l'incoterm : Si l'incoterm est EXW alors le CP d'origine est obligatoire. Si c'est DAP alors le CP de destination est obligatoire.
- En fonction du type de transport : Si le type de transport est le groupage (LCL ou LTL) la description de la marchandise se montrera comme dans l'illustration principale de cette partie « Description de la Marchandise ». Si c'est FCL nous aurons une description de la forme de l'image ci-dessous.

FCL - Equipement

Nombre	Eq.	Poids	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tn/cntr
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tn/cntr
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tn/cntr

Marchandise

Détail

Texte

☐ IMO

Lorsque le commercial clique « générer demande » l'offre en cours sera enregistrée et affichée sur son tableau de bord dans la partie « offres en cours ». Suit à générer demande le système affichera la deuxième partie de l'élaboration de l'offre, la « collection des coutants ». Le commercial peut reprendre l'offre en cours à ce point en cliquant sur celle-ci sur le tableau de bord à n'importe quel moment. Il peut aussi éditer les rubriques qui sont concernées par cette offre à tout moment.

Une offre peut aussi ne pas être poursuivie. Dans ce cas le commercial éliminera l'offre en cours de son tableau de bord et indiquera la raison de l'abandon. Normalement lorsqu'on abandonne à cette étape c'est pour manque de rapidité, donc ce sera enregistré par défaut si le commercial n'insère pas de commentaires.

Collection des coutant

Dans cette partie le système affichera tous les coutant introduits auparavant pour des expéditions similaires, ainsi que les coutantes issues de notre tarif (comme les pick-up en Tunisie ou les accords avec nos agents).

Le tableau sert à composer notre offre et montre une série de coutants avec les fournisseurs qu'on a utilisés dans le passé et donne la possibilité de lancer des requêtes à de nouveaux fournisseurs. Pour l'affichage des coutants valides ou/et historique seulement une offre par fournisseur sera affichée. L'affichage suit la légende ci-dessous :

- En vert les offres reçues de nos fournisseurs qui sont encore valides. S'il y a plusieurs offres valides pour un même fournisseur seulement la plus basse sera montrée.
- En orange l'offre la plus récente non valide de chaque fournisseur. En cliquant sur ces rectangles le système montre la possibilité de renouveler l'offre pour l'expédition en cours d'étude.
 - LCL – Dans le cas du LCL les offre pour un colisage différent seront aussi montré si le reste des donné coïncident.
 - FCL – Dans ce cas le type d'équipement doit coïncider

Pour le pick-up la coïncidence des 2 premiers caractères du code postal et du type de transport sera suffisante pour que le système propose une offre antérieure.

Composition coutant

Mise à FOB	<input type="checkbox"/> Douane origine	Arkas log.	Over: montre le dernier pick-up dans ce CP pour ce type de transport.
	<input checked="" type="checkbox"/> Pick-up	Arkas log.	
	<input checked="" type="checkbox"/> FCA charges	> Stuffing \$/Tn > THC \$/CBM > Solas \$/BL	Over: montre le détail de l'offre du fournisseur
		Arkas log.	
Fret	<input checked="" type="checkbox"/> Ocean freight	\$/CBM	
	<input type="checkbox"/> IMO sc.	\$/BL	
Frais d'arrivée	<input checked="" type="checkbox"/> Arrival charges	Own tarif	
		> Stuffing \$/Tn > THC \$/CBM > Solas \$/BL	
	<input checked="" type="checkbox"/> Pick-up	Luis transp. 70TND	GTI 75TND
	<input type="checkbox"/> Douane destination	Declarant X	

Lancer requête

Pour renouveler des offres expirées ou bien pour consulter de nouveaux fournisseurs on clique sur le bouton « lancer requête ». Celui-ci lancera une nouvelle vue tel que ci-dessous. Dans cette fenêtre il faut sélectionner les rubriques pour lesquelles on veut consulter ainsi qu'ajouter à la liste des fournisseurs tous les fournisseurs qu'on veut consulter. Pour faciliter la recherche nous pouvons filtrer les fournisseurs selon le type de service et le pays. Si un fournisseur n'existe pas les nouveaux fournisseurs peuvent être consulter par un commercial mais il seront validé par le responsable d'agents ou la direction.

Requête fournisseur

Mise à FOB

☐ Douane origine

☒ Pick-up

☒ FCA charges

Fret

☒ Ocean freight

☐ IMO sc.

Frais d'arrivée

☐ Arrival charges

☐ Pick-up

☐ Douane destination

Fournisseurs à consulter

Ajouter fournisseur

1- Arkas log.

2- Sug...

Suggestion 1

Suggestion 2

Suggestion 3

Insérer nouveau fournisseur

Lancer requête

Ouvre une fiche fournisseur qui doit être rempli et validée pour pouvoir utiliser ses taux

Le bouton lancer requête prépare un email par fournisseur sélectionné. Le commercial doit juste vérifier le contenu et envoyer. Par la suite on fait la description de cet email :

- Adressé à : pour chaque fournisseur toutes les adresses email de ses contacts sont affichées. Le commercial peut en éliminer ou ajouter.
- La référence en objet : l'objet doit contenir une référence qui permet d'associer la chaîne d'email à la demande placée depuis le système.
- Le contenu par défaut de l'email :

Dear « 1^{er} Nom contact »,

Please send your best offer for the following shipment:

- Type of transport: LCL
- POL: Istanbul
- POD: Tunis
- Nature of cargo: Sports wear

Nombre	Long	Large	Haut	Poids	Non gérable
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> m	<input type="text"/> Tn	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> m	<input type="text"/> Tn	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> m	<input type="text"/> Tn	<input type="checkbox"/>
Total				<input type="text"/> m ³	<input type="text"/> Tn

Your quotation should include "pick up" from "CP", FCA charges and ocean freight.

Thanks,

"Signature commercial"

L'introduction des coutant

Lorsque l'email de requête est répondu le commercial peut insérer les coutants reçus en cliquant sur le bouton « associer coutant » qui apparait sur l'offre en cours dans son tableau de bord. Celui-ci met en pièce jointe la dernière itération de l'historique de chaque consultation l'email qui contient l'offre. Le commercial devra valider tous les emails relatifs aux coutants qu'il veut introduire sur le système et éliminer les autres. Pour chaque historique d'échange avec fournisseur non éliminé s'ouvre une fenêtre à l'image de celle de composition des coutant mais avec des cases coutant vides et éditables. Le commercial peut mettre autant de lignes de détail des coutants qu'il veut dans chaque rubriques. Il peut aussi sélectionner les unités de chaque détail (voir les unités disponibles dans la légende). Si le coutant n'ai pas marqué comme « spot » le commercial doit insérer une validité. Une fois toutes les rubriques de l'offre sont complétés avec au moins un fournisseur/historique email le commercial pourra cliquer le bouton « Composer vente ».

Composer prix de vente

Le bouton « Composer vente » n'ai cliquable que lorsque l'offre à au moins un coutant valide par composante du transport sélectionnée. S'il n'y a qu'une option par rubrique elle sera sélectionnée par défaut. Sinon on fera une sélection cliquant déçu et le contour apparaitra en gras. « Composer vente » nous amène sur la fenêtre suivante pour créer notre offre.

Composition vente

Mise à FOB

☐ Douane origine

☒ Pick-up

☒ FCA charges

Fret

☒ Ocean freight

☐ IMO sc.

Frais d'arrivée

☐ Arrival charges

☐ Pick-up

☐ Douane destination

Achat

Mise à FOB

➤ Stuffing 85€

➤ Stuffing \$/Tn

➤ THC \$/CBM

➤ Solas \$/BL

Total 156€

Fret

➤ O/F 23 \$/CBM

Total 46€

Total 202€

Own tarif

➤ Stuffing \$/Tn

➤ THC \$/CBM

➤ Solas \$/BL

Luis transp. 70TND

Vente

Mise à FOB

210€ lumpsum ☒

Fret

35€ /cbm ☒

Total 280€

MB +39%

Générer PDF offre

Choisir l'unité de l'offre

En tirant des bords inférieurs et supérieurs de chaque case on peut englober ou isoler les rubrique

Le commercial peut cocher autant de rubriques qu'il veut pour y associer un prix de vente. Si une rubrique n'est pas cochée elle n'apparaîtra pas dans l'offre. De même, l'utilisateur peut varier le nombre de concepts/détails qu'englobe chaque partie de l'offre en « jouant » avec la dimension des rectangles. Dans la partie dédiée à la vente il doit choisir l'unité dans laquelle il veut coter chaque rubrique et il doit par la suite insérer le prix de vente. Le total ainsi que le % de marge du dossier seront affichés en bas des rubriques comprises dans l'offre.

Édition du PDF de l'offre

Lorsque le commercial a associé un prix de vente à toutes les rubriques de l'offre il peut « Générer PDF offre ». Le système génère une vue préliminaire du PDF à envoyer au client. Celui-ci montre les rubriques et les prix de vente sélectionnés par l'utilisateur. La validité sera toujours indiquée sur l'offre selon la plus courte parmi les coutant. Le commercial peut éditer la validité.

Cette vue préliminaire donnera l'option d'ajouter, en les cochant, des phrases qui font référence à des conditions standards et usuel comme suit :

- ✓ 15 days demurrage freetime at POD (incl. standard freetime)
- ✓ LCL arrival charges (Condition generals Client direct / FF)
- ✓ LCL export origin charges (Condition generals Client direct / FF)
- ✓ Inspection charges: 70€ (in case requested by customs)
- ✓ For inland transport there are 4 hours free of charge for discharging at consignee side, beyond this duration please consider chassis detention 25€/chassis/hour
- ✓ Port charge: as per stevedoring company's invoice – check annex table (option de mettre un annexe)
- ✓ Duty and taxes: on receiver account

Le commercial pourra aussi éditer ces textes et introduire des conditions additionnelles.

Lorsque l'édition du PDF est terminée le commercial clique « Prêt pour envoyer » et il sera joint à un email avec toutes les adresses email des contacts liés à ce client et un texte simple indique que l'offre est en pièce jointe. Le commercial peut éditer l'email avant de l'envoyer. En objet l'offre, ainsi que dans le corps du PDF, l'offre portera la référence qui permette de lier l'historique de l'email à l'offre issue du système. Cette référence devra aussi apparaître sur la facture envoyée au client.

Introduction de tarifs

Les tarifs sont introduit depuis un module à part /unité. Les tarifs de transport sont introduits dans une matrice (CP – kg) avec la possibilité d'introduire une relation poids-volume.

L'offre (explications complémentaires)

Toute offre réalisée passe à la liste d'attente qui sera consultable depuis le Dashboard du commercial qui l'a généré et des autres commerciaux associés à ce compte.

Il y a 3 types d'offre : « Spot », « À validité » et « À validité et sans approbation des bookings ». Cette dernière catégorie sera utilisée par exemple pour les booking prepaid de nos agents à l'import. Ces des offres sur lesquelles les opérations peuvent traiter un booking sans qu'un commercial l'ai ouvert sur CRM au préalable. Ces catégories et leur utilité seront explorées lors de l'exposition des liens entre le CRM et WT. L'offre spot concerne une expédition avec une description concrète de la marchandise, alors qu'une offre à validité est par unité de marchandise (40'', CBM, kg, BL...). Aussi une offre à validité doit être associée à un trafic de l'entité.

Pour chaque offre il faut introduire nos prix d'achat/coutant et les fournisseurs correspondant à chaque rubrique si ce n'ai pas nous-mêmes qui faisons le service, ce qui doit aussi être indiqué. En somme chaque offre s'organise comme un panier d'achat avec plusieurs produits qui peuvent être offert par plusieurs fournisseurs. Chaque fret, mise à FOB ou DAP charges seront enregistrés associé au POD/POL et aussi au code postal dans le cas du EXW/DAP. Toute offre de prix doit être supportée par un coutant qui a son tour est supporté par un tarif du système ou un fichier qu'on peut joindre qui contienne l'offre du fournisseur.

Pour la génération de l'offre il faut se baser sur des rubriques de prix d'achat qui sont suggéré par le système pour les produits enregistrés ou bien introduit par le commercial. En fonction des TOS et du produit il y aura certains rubriques suggérés (precarriage, handling fee, THC, freight, custom import, custom export, fitting, postcarriage, EXW charges). Le commercial peut cependant sélectionner librement les rubriques pour lesquels il veut introduire un cout. Suite à l'introduction de chaque prix le commercial doit mettre en pièce jointe l'offre reçue de notre fournisseur ou sélectionner notre tarif (à charger dans la fiche fournisseur).

Par la suite il faut aussi définir un prix de vente qui peut être suggéré par le système, avec X% de marge où X est définissent sur les paramètres de la fiche produit par la direction commercial. Le prix est pourtant libre et le commercial peut introduire le % qu'il veut marger ou le prix de vente final. Le commercial peut choisir de faire une offre défalquée ou de donner un prix global.

Toute offre peut être révisées, et les contre-offres successives seront enregistrées et envoyés par la même méthode.

L'acceptation ou refus des offres s'enregistre depuis le panneau de bord du commercial.

7. DROITS DE CREATION BOOKING CRM-WT

Communication entre les systèmes WT et offres

Un booking nécessite d'être associé à un trafic / ordre spot / tarif-agent pour être traité sur WT. Lorsque l'utilisateur WT ouvre de booking il introduit d'abord l'entité client ou agent à laquelle correspond l'ordre de ce trafic. Par la suite tous les trafics de cette entité qui contiennent une offre sont suggérés avec les fournisseurs / agents correspondant.

Lorsqu'un client ou agent dispose d'une offre avec une certaine validité dans le temps. Associé nouveau booking.

C'est toujours le commercial qui ouvre un nouveau booking pour qu'il puisse par la suite être traité pas CS et operation WT.

Un nouveau booking demande d'être associé à un client et à un trafic du client et une offre associé temporelle ou spot.

En fonction de l'incoterm du trafic et de l'intervention de l'agent, l'offre devra contenir certaines rubriques. (cf. fiche offre Annexe X).

Un offre doit Être associé à un trafic ou spot.

L'ouverture d'un booking sur WT doit être associé à un trafic

L'ouverture d'un booking dans le WT demande l'association d'une offre introduite dans le système CRM. Ou bien si le booking est payable à l'étranger donne l'option de l'associer à un agent. Un trafic peut être associé à une offre. Un trafic sport payable en tunisie demande l'introduction

Si un booking n'ai pas introduit dans le CRM celui-ci ne pourra pas nomplus

Si l'agent documentation ne peut pas ouvrir le booking sur WT il devra demander au commercial responsable du compte de renouveler l'offre.

Fatma Harbaoui sera responsable des comptes agent.

Lorsqu'un booking est confirmé pour le compte d'un transitaire les opérations devrons revenir vers le CRM pour introduire le nom du client réel et si c'est une affaire payable en Tunisie.

8. TABLEAU DE BORD DU COMMERCIAL

Ce panneau est l'outil de travail principal du commercial. Il se compose de :

- a) Liste à contacter (expliqué dans les points 1 & 2)
- b) Calendrier (point 3)
- c) Offres en cours. Il y a des boutons avec la possibilité de les enlever soit :
 - a. Confirmé : ce qui envoie l'offre dans la queue d'attente du module CS
 - b. Refusé : ce qui permet d'introduire une explication à choisir parmi la liste suivante et à compléter dans un champ de texte libre
 - i. Contre-offre de « X€ » de « X » concurrent avec la possibilité de joindre un document comme preuve
 - ii. Choisi un autre service – champs libre pour expliquer
 - iii. Ne réponds pas
- d) Affaires en cours (actualisé depuis le CS)
- e) Suivi des objectifs
- f) Vue du portefeuille

9. OBJECTIFS

Si et seulement si un booking est associé à une offre contenant un fret alors ce booking est comptabilisé dans l'objectif du commercial qui gère le compte en question.

On doit pouvoir assigner des objectifs à par commercial, par groupement et par catégorie de produit (aérien, LCL, FCL, Flexitank...). On doit pouvoir faire des groupements de commerciaux qui contiennent la somme de leurs performances, mais qui n'ont pas forcément le même objectif que la somme des objectifs des commerciaux.

Les objectifs de production peuvent être exprimés en différentes unités qui sont introduites au niveau de l'offre. Chaque offre correspond à un booking et comportera le volume (obligatoire pour le LCL), TEUs (obligatoire pour le FCL), et toujours un prix de vente (\$).

Si une affaire est confirmée par le commercial, puis annulée par le CS ne comptera pas dans l'objectif.

Pour le suivi des objectifs nous proposons :

ZOOM PAR COMMERCIAL

PARAMETERS

COMMERCIAL **SOFIEN**

From To
DATES **01/06/2016** **13/11/2016**
0,45 d'une année

RESUME BOOKINGS

SERVICE	Import			Export		
	RO	Objectif	%	Bookings	Objectif	%
LCL	261	273	96%	21	22	96%
AIR	30	55	55%	17	16	104%
FCL	35	55	64%	2	22	9%
TOTAL	326	382	85%	40	60	67%

ZOOM LCL IMPORT

POL	RO	CBM
SHANGHAI	17	128
NINGBO	11	67
GENOVA	88	558
HAMBURG	13	34
ANVERS	8	23
BARCELONE	34	244
VALENCE	5	29
ISTANBUL	22	141
IZMIR	1	5
HONGKONG	8	86
USA	1	1
MARSEILLE	51	119
AUTRES COCHARGEMENTS	2	49
TOTAL	261	1.484

10. GESTION DES UTILISATEURS

Ce module existe déjà et doit permettre la gestion des droits d'accès à tout le contenu du système d'information.

11. RAPPORT VISITE

Le rapport visite consiste en une actualisation de la fiche client, plus une partie spécifique de chaque rapport :

- Titre visite
- Date
- Texte libre
- Type de visite
- Nature visite
- Prochaine expédition
- Action à faire
- Feeling client
- Commerciaux assistants
- Evènement du calendrier associé / lieu et heure
- Envoie du rapport

Le contenu de chaque base est défini dans le cahier de Josep.

Fiche visite

Visite	Appel In	Appel Out	E-mail In	E-mail Out
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nom société <input style="width: 80%;" type="text"/>		Personne contactée <input style="width: 80%;" type="text"/>		
Objet contact <input style="width: 80%;" type="text"/>		Date <input style="width: 80%;" type="text"/>		
Commentaires <input style="width: 100%;" type="text"/>				
Action à faire <input style="width: 80%;" type="text"/>		Date limite <input style="width: 80%;" type="text"/>		
Commentaires <input style="width: 100%;" type="text"/>				
<input type="button" value="Actualiser fiche client"/> <input type="button" value="Introduire demande d'offre"/>				

Objet visite

Demande cotation
Autre demande
Prospection
Entretien compte

In

Out

Personne contactée

Contact 1
Contact 2
Nouveau contact

Pop-up fiche client à actualiser

12. MODE CONSULTATION (portefeuille client et offres)

Lors de la recherche d'un client le programme cherchera tous les clients aillant les caractères introduits dans le nom du client ou dans la raison sociale.

On peut aussi chercher par groupe en cliquant un bouton qui agroupe les résultats de toutes les sociétés d'un groupe.

Le cœur du mode consultation est un utile Cubo ou toutes les unités peuvent être croisées. Qui permet par exemple et entre autres l'extraction des fournisseurs et sales lead.

13. MODULE CUSOMER SERVICE

14. CONTROL E FACTURATION ET MB

Control marge des bookings

La facturation doit se faire à partir des offres introduites dans le système par les commerciaux. Ceci évitera des erreurs ou retards dans la transmission d'information. Si un dossier à une marge négative une alerte apparaitra dans le tableau de bord de la direction commerciale.

À part ça, dans son tableau de bord la direction commercial peut voir toutes les affaires confirmés au cours de la journée avec les suivantes informations : Commercial, client, marge, type de transport, POL/POD. Avec un double clique on doit pouvoir rentrer dans le détail de du booking.

Vérification factures agent

Les tarifs ou offres spot des fournisseurs utilisés par le commercial pour composer son coutant sont enregistrées avec une référence liée à la requête envoyé au fournisseur ainsi qu'au booking confirmé. C'est ainsi que lors de la vérification des factures pour un dossier, toutes les références des offres des fournisseurs devront s'afficher avec le montant à côté pour pouvoir vérifier les différentes factures reçues facilement.

Idéalement les factures de nos agents porteront la référence que notre système assigne au prix offert par le fournisseur.

15. LEGENDE

1. Recherche de suggestion

Société 1

Il s'agit d'un dépliant de la forme suivante...

Sug...

- Suggestion 1
- Suggestion 2
- Suggestion 3
- Créer nouvelle société

Cette fonctionnalité permet d'éviter les doublons.

2. Liste de sélection multiple

Pays

Tunisie

Alimenté par une base de données

Pays

- Albanie
- Espagne
- France
- Tunisie

OU

Etat client

- 1- Non contacté
- 2- Exploration
- 3- Actuel

3. Bouton cliquable

Bouton cliquable

4. Suite logique de fenêtres

Ouvre la suivante fenêtre

5. Unités de coutant/offre

Unités

Monnaie

TEU

20"

40"

Conteneur

Tonne

kg

CBM

BL

Facture

Jour

Heure

Lumpsum

FCL

\$

€

TND

...

6. Suite logique de fenêtres

Calendrier

7. Rapport poids-volume

Aérien	1m3	: 167kg
LCL	1m3	: 1000kg
LTL	1m3	: 330kg
LTL	1m3	: 250kg

NB : Les moteurs de recherche ou la modalité de suggestion/auto-compléter recherchent toutes les options qui contiennent les caractères écrits.

NB : Le commercial est offert l'option de joindre certaines présentations à n'importe quel email qui part du système (présentation corporative, SOP, présentation DAMCO, Procédure IMO...).