



«ФБ Консалт»: Продукты и услуги компании

Насыщение товарами и услугами, возрастающие ожидания клиентов, рост стоимости привлечения новых клиентов и, как следствие, усиление конкуренции и снижение рентабельности, — вот базовый перечень проблем российских и иностранных компаний, работающих на зрелых рынках («рынках покупателя»).

Конечной целью внедрения любой CRM-системы является прибыльное привлечение и удержание клиентов путем реализации клиенто-ориентированной стратегии на базе информационных технологий. CRM позволяет «познать на фактах», как именно ведут себя клиенты и как экономически целесообразно их обслуживать, то есть вести бизнес «проактивно».

Опыт «ФБ Консалт» показывает, что сегодня наиболее развитые компании (прошедшие фазы экспансии и минимизации издержек) остро ощущают потребность в стратегии дифференциации — обеспечении «наценки выше среднерыночной» и/или лояльности за счет индивидуализации клиентских отношений. При этом главной проблемой остается «взаимоувязывание» спроса (на основе глубокого понимания потребностей клиента) с реализуемыми продуктами, что требует обеспечения коллегиальной работы «на клиента» всех функциональных подразделений.

«ФБ Консалт» предлагает Клиентам:

- **Собственные отраслевые CRM-решения** — *SalesLogix Banking, SalesLogix Insurance, SalesLogix Trade*, — с возможностью широкой заказной доработки («кастомизации»). В настоящее время данные решения тиражируются в ряде известных банков, страховых и торговых компаниях;
- **Осуществление комплекса внедренческих услуг** в жестко очерченных границах «сквозного» внедрения системы управления клиентскими отношениями, конечной целью которого является:
 - построение технобазиса (установка и пусконаладка программно-аппаратного обеспечения);
 - развитие способностей (сотрудников заказчика по ее эксплуатации);
 - настройка клиентских процессов (постановка процессов продаж для достижения конкурентного преимущества в глазах клиентов заказчика);
 - обеспечение преимуществ для клиентов (сдача работ «под ключ»);
 - достижение финансового результата (реализация ТЭО «инвестиции-выгоды»).
- **Технологичное исполнение проектов** за счет сквозного применения тех же подходов, что и «на продажу»; еженедельный контроль, сроков и хода исполнения обязательств на базе средств управления проектами SalesLogix. Скорость и качество внедрения обеспечиваются первоочередным предложением решения и его коррекцией на фазе «пилотного» проекта («руководящая роль» отводится ТЭО);
- **Постановку «дисциплины» продаж** с внедрением принципиально новых (ранее невозможных) процессов в сочетании с минимизацией рутинных и отчетных операций;
- **Авторские разработки в области средств и методов создания интеллектуального капитала** на основе управления продажами, сервисом и маркетингом, включая и собственную технологию внедрения. «Пересадка» технологии сопровождения осуществляется путем обучения представителей Заказчика самостоятельному использованию, адаптации и сопровождению системы;
- **Статус официального бизнес-партнёра Interact Commerce Corporation** (американской компании, разработавшей программное обеспечение SalesLogix, которая сейчас является частью группы компаний Sage);
- **Лидирование по числу и квалификации собственного CRM-персонала** (занимающегося исключительно CRM-проектами, а не мобилизуемого от случая

к случаю из других подразделений или субподрядных/партнерских организаций). «Ядро» команды составляют профессионалы в области управления продажами, обладающие практическим опытом работы в первоклассных международных организациях (Siemens Business Services, IBS, ФОРС, GlaxoWellcome, SmithKline Beecham Pharmaceuticals и др.), теоретическая подготовка которых подкреплена западными дипломами MBA.

Таким образом, «ФБ Консалт» гарантирует:

- **Близость к Клиенту** (филиалы в главных городах РФ);
- **Все сервисы «из одних рук»;**
- **Надёжность ведения дел**, что подкреплено опытом использования CRM SalesLogix в своей собственной работе.

Технология и преимущества SalesLogix

CRM-система SalesLogix (программный продукт американской компании Sage CRM Solutions Inc.) разработана коммерсантами для коммерсантов и позволяет поднять уровень их работы за счет внедрения общепринятых методик управления временем, отношениями и информацией.

CRM SalesLogix используется в более, чем 4600 организациях по всему миру, и лидирует на российском финансовом рынке по числу инсталляций, поскольку:

- обеспечивает быстрый возврат инвестиций (ROI);
- интуитивно проста для пользователей, так как не требует квалифицированных ИТ-ресурсов;
- имеет модульное масштабируемое построение («растёт» вместе с организацией);
- легко и быстро настраивается (в базовой конфигурации — сразу после приобретения; под конкретные требования заказчика — в течение 10—20 недель);
- превосходит аналогичные продукты по критерию цена / качество.

Особенное значение имеет тот факт, что решение SalesLogix, предоставляемое ФБ Консалт, является полностью адаптированным для России. Это выражается не только в том, что предлагаемые приложения SalesLogix тестируются с локализованными версиями операционных систем и приложений, но и в том, что весь интерфейс, справочная система и документация пользователя SalesLogix переведены на русский язык.

Основные модули SalesLogix

Благодаря своей модульной структуре комплексная CRM-система SalesLogix является гибкой и адаптивной. Система состоит из следующих модулей:

- **Модуль Продаж** — решение для управления, прогнозирования и отчетности на любом из этапов процесса продажи, управление контактами, организациями и сделками;
- **Модуль Маркетинга** — полное решение для управления, отслеживания и оценки целевых маркетинговых кампаний;
- **Модуль Сервисного сопровождения клиентов** — полное решение для отслеживания, управления и решения проблем сервисной поддержки клиентов, управление заявками, дефектами, контактами, организациями, продуктами, процедурами выполнения, возврат материалов;
- **Модуль Проектного управления и**
- **Модуль Электронной коммерции.**

Несомненным достоинством системы является возможность автономного использования этих модулей в зависимости от потребностей организации. Таким образом, можно использовать только те компоненты, которые вам необходимы в настоящий момент, и в дальнейшем наращивать систему в зависимости от предъявляемых к ней требований.

Технические спецификации SalesLogix

Поддерживаемые операционные системы:

Для клиентских мест:

- MS Windows 98
- MS Windows NT 4.0
- MS Windows 2000

Для серверов:

- MS Windows NT 4.0
- MS Windows 2000

Поддерживаемые СУБД:

- MS SQL Sever7/ MS SQL2000
- Interbase 5.6
- Oracle 8.1.6/ Oracle 8.1.7/ Oracle 9i

В качестве средства разработки отчетов используется Crystal Reports 8.

В качестве средства просмотра отчетов — Crystal Runtime Module с использованием ODBC-соединения (Open Database Connectivity).

Web-клиент работает через Microsoft Internet Explorer v.5.5 и выше.

Возможна работа с SalesLogix в терминальном режиме (Terminal Server).

SalesLogix — клиент-серверное приложение:

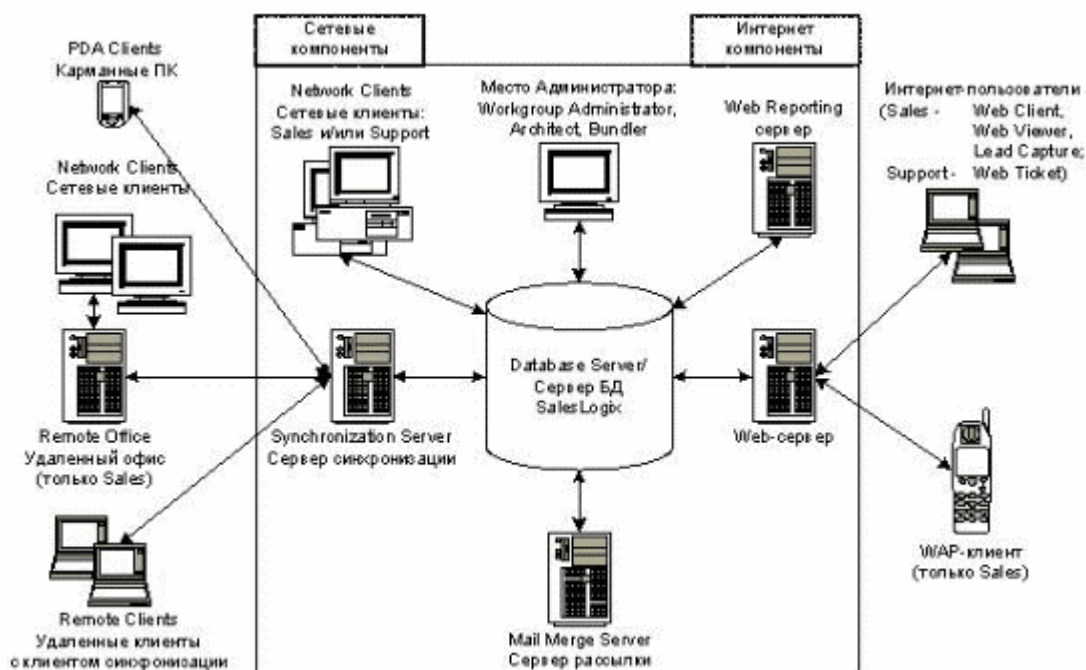
Версия 5.2 — двухзвенная архитектура

- Sales-клиент — подключение через BDE-соединение (Borland Database Engine версия 5.0);
- Support-клиент — подключение с помощью ADO (ActiveX Data Objects).

Версия 6 — многозвенная архитектура

- Sales-клиент — подключение с использованием Microsoft ADO (MDAC 2.6 и выше).

Архитектура компонентов SalesLogix



Работа в распределенных структурах

Система SalesLogix позволяет обслуживать от нескольких десятков до нескольких десятков тысяч пользователей. Количество информации, хранящейся в базе данных, определяется техническими характеристиками сервера базы данных и может достигать значений порядка

нескольких сотен тысяч организаций, с которыми, в свою очередь, связаны контакты, сделки, действия менеджеров и пр.

В части безопасности, система прав доступа в системе SalesLogix позволяет определять права доступа к конфиденциальной информации в центральной БД SalesLogix. Эти права устанавливаются информационным администратором системы на уровне доступа к полям и записям базы данных. Также существует возможность задания разрешений либо блокировки доступа к тем или иным функциям системы. Для удобства администрирования имеется возможность определения политики безопасности для групп пользователей и создания соответствующих профилей безопасности, присваиваемых этим пользователям. В качестве технических средств, позволяющих клиенту получать доступ к информации, хранящейся в базе данных, используются: персональный компьютер, мобильная рабочая станция, карманный компьютер типа Palm, мобильный телефон с возможностью работы в Internet.

Благодаря доступу к частной компьютерной сети организации пользователи SalesLogix могут обмениваться данными с центральной базой данных организации. Кроме того, пользователи, использующие карманный компьютер типа Palm или мобильный телефон с возможностью работы в Internet, могут также получить доступ к информации об организациях, контактах, сделках, к календарю и собственному расписанию.

Оценка функциональных возможностей CRM-системы SalesLogix (версия 5.2)
 (подготовлено по материалам компании ISM, Inc., 6900 Wisconsin Avenue, Suite 505, Bethesda, MD <http://www.ismguide.com/>)

Функциональность	Оценка	Возможности
Управление Kontakтами	Отлично	Профиль Kontakта История взаимоотношений с Kontakтами Иерархия Kontakтов
Управление Организациями	Отлично	Информация об Организациях-клиентах Установление взаимосвязей между различными Организациями Настройка процессов продаж и управление им в зависимости от типа Организации История взаимоотношений с Организациями Составление заказов История заказов Составление контрактов / договоров Управление скидками и надбавками при составлении коммерческих предложений
Управление Продажами	Отлично	Управление потенциальными сделками Управление процессом продажи Оценка вероятности успеха в сделки Отображение информации по продуктам в сделке и их количестве Закрепление/ перезакрепление Организации за менеджером по продаже или сбытовой командой Управление рабочей деятельностью (звонки, встречи, дела и пр.) Поддержка мобильных агентов
Управление рабочей деятельностью (календарь, планировщик дел)	Отлично	Календарь (день, неделя, месяц, год) Индивидуальное планирование рабочей деятельности Коллективное (групповое) планирование рабочей деятельности Отображения списка запланированных дел Напоминания/ оповещения Интеграция с почтовыми системами (MS Exchange, Lotus Notes, POP3 Internet mail и пр.) Интеграция с факсом Ведение заметок по Kontakтам, Организациям и Сделкам Фиксация истории любых изменений в Системе (с указанием времени и даты)
Центр взаимодействия с клиентами	Хорошо	Использование Web-технологий для взаимодействия с клиентом (фиксация проблем, поиск решений, удаленное обслуживание)
Сервисное сопровождение клиентов (дополнительно необходим модуль Support)	Отлично	Автоматическая классификация запросов клиентов при их поступлении Управление процессом обработки запросов Отслеживание запросов Построение отчетов о запросах

Интеграция с Call-центром (Telemarketing/ Telesales)	Отлично	Ввод обращений (звонков) клиентов Управление обращениями (маршрутизация) Отражение в системе деталей клиентского запроса Статистика обращений и возможность вывода отчетов Автоматический дозвон до клиента
Маркетинг	Отлично	Конфигурирование продуктов и цен Управление рекламными кампаниями Оценка эффективности рекламных кампаний Библиотека маркетинговых материалов Управление событиями, такими как конференции, выставки, семинары и пр. Запросы об отправке информационных материалов клиентам Создание документов на основе шаблонов Рассылка информационных материалов Создание этикеток и конвертов
Управление источниками информации о контактах (сделках)	Хорошо	Автоматическая классификация источников информации Ранжирование источников информации Маршрутизация информации в зависимости от информационного запроса Отслеживание источников информации (с помощью маркетинговых кампаний)
Наличие бизнес-интеллекта (Business Intelligence)	Хорошо	Стандартные отчетные формы, поставляемые с Системой Возможность разработки новых отчетов с помощью Crystal Reports Детальное и списочное представление информации по Контактam, Организациям и Сделкам Представление информации по Контактam, Организациям и Сделкам в виде динамических и статических групп Наличие средств автоматического напоминания/ оповещения о наступлении запланированного события Наличие аналитического модуля «Прогноз»
Управление знаниями (Knowledge Management)	Хорошо	Хранение документов и гиперссылок на документы по Контактam, Организациям и Сделкам Фиксация отправляемых и получаемых документов в Системе Управление информацией по Организациям-конкурентам (продукты, контакты, сделки)
Дружелюбность пользовательского интерфейса	Отлично	Встроенная «Помощь» Контекстно-зависимый доступ к разделу «Помощь» Детализированные сообщения об ошибке

Независимые мнения западных аналитиков о SalesLogix

«На своем целевом рынке (предприятий малого и среднего бизнеса) программный продукт SalesLogix занимает лидирующие позиции. В Соединенных Штатах и в Европе данное программное обеспечение в основном продается для компаний, объем внедрения в которых составляет не более 50 пользовательских мест. В то же время в Соединенных Штатах были проведены внедрения в объеме от 100 до 200 пользовательских мест. Предприятия, на которых производилось внедрение, сообщают о хороших результатах использования технологии синхронизации данных между SalesLogix и мобильными устройствами. Мы не можем привести ни одного примера, когда клиенты SalesLogix были бы не удовлетворены результатами использования данного программного продукта. Хотя мы не стали бы рекомендовать данное приложение для использования на крупных предприятиях, опыт одной крупнейшей международной организации, которая закупила SalesLogix для 2000 торговых представителей, работающих в удалении от офиса с использованием 13 удаленных серверов, показывает, что в принципе решение может быть ориентировано не только на рынок малых и средних предприятий».

«Managing Sales Opportunities — 2H01 Magic Quadrant» B. Eisenfeld, W. Close, E. Thompson, Gartner Group, January 2002

«SalesLogix по-прежнему производит легкий в использовании и недорогой ориентированный на продажу программный продукт. Небольшие торговые организации (размер сделок которых в среднем составляет 30 пользовательских мест на одно предприятие) называют SalesLogix самым оптимальным CRM-решением. Хотя данный программный продукт изначально не ориентирован на крупные торговые предприятия, осуществляющие свою деятельность через множественные каналы взаимодействия, среди покупателей SalesLogix более 100 компаний, в каждой из которых как минимум 150 торговых представителей регулярно используют этот программный продукт для автоматизации продаж».

«CRM Sales Suites 2H01 Magic Quadrant» B. Eisenfeld, Gartner Group, March 2002

«SalesLogix, используемый в более чем 3500 компаниях, является бесспорным лидером на рынке средних предприятий. Но лидерство SalesLogix на этом сегменте рынка обусловлено не только оперативным менеджментом и умелым позиционированием. SalesLogix расширил нишу рынка посредством взаимодействия с ERP-системой и различными финансовыми модулями, такими как Great Plains, Solomon, J. D. Edwards и SAP. К примеру, SalesLogix.net прекрасно взаимодействует с Microsoft, включая интеграцию с Microsoft Commerce Server 2000. Другой причиной успеха SalesLogix является прочный канал партнерского сбыта по всему миру. Компании-партнеры продвигают на рынок и продают программный продукт конечным пользователям, а затем осуществляют внедрение, настройку и послепродажное обслуживание клиентов. Некоторые партнеры имеют собственные вертикальные отраслевые решения и также сами используют SalesLogix в качестве фронт-офисного CRM-модуля. Вывод: решение SalesLogix является удачным выбором для организаций среднего масштаба и подразделений крупных компаний, однако, выбирая поставщика данного программного продукта, постарайтесь найти такого бизнес-партнера SalesLogix, который наилучшим образом мог бы понять специфику вашего бизнеса».

«The CRM Solutions Guide», Jay Curry, CRMGuru.com, April 2002

Реквизиты «ФБ Консалт»:

Тел./факс: +7 (095) 777-28-78

e-mail: fbconsult@fbgroup.ru.