

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет  
телекоммуникаций и информатики»**

---

**Кафедра электронной коммерции**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОМПАНИЕЙ**

по направлениям подготовки: 38.03.02 – Менеджмент  
38.03.05 – Бизнес-информатика  
27.03.05 – Инноватика

Составитель:  
к.э.н., доцент  
Крюкова А.А.

Самара  
2016

**УДК 004.9: 658.89**

**Крюкова А.А. Информационные системы управления производственной компанией. Методические указания. - Самара: ФГБОУ ВО ПГУТИ, 2016. – 73 с.**

Методические указания по дисциплине “Информационные системы управления производственной компанией” подготовлены на кафедре «Электронная коммерция», содержат комплекс вопросов и заданий, охватывающих основные теоретические и прикладные аспекты управления производственной компанией. Являются кратким руководством по работе с системой «Salesforce.com» - решением класса CRM, которое предназначено для автоматизации деятельности, связанной с продажами.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Поволжский государственный университет телекоммуникаций информатики

© Крюкова А.А., 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМ.....	5
2. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
3. ОПИСАНИЕ СИСТЕМЫ Salesforce.com.....	14
4. ЗАДАНИЯ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ.....	21
Лабораторная работа №1.....	21
Лабораторная работа №2.....	28
Лабораторная работа №3.....	34
Лабораторная работа №4.....	40
Лабораторная работа №5.....	49
Лабораторная работа №6.....	58
Лабораторная работа №7.....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ.....	70

## **ВВЕДЕНИЕ**

Современные информационные системы управления производственной компанией играют в наше время такую же важную роль, какую сыграло в свое время появление машин. Фактически на их базе развиваются научно-техническая революция и мировая экономика. Основой корпоративных информационных систем производственных являются так называемые MRP, MRPII, ERP, CRM-системы. Мировой опыт свидетельствует, что умело выбранная и внедренная информационная система существенно улучшает управляемость предприятием и повышает эффективность его работы.

Одной из важнейших составляющих управленческой информационной системы являются клиентоориентированные решения. В современных условиях, когда конкуренция на многих рынках в РФ стала довольно жесткой, остро встает вопрос активного управления продажами. Клиентоориентированная технология стала средством выживания компании на рынке и оружием в конкурентной борьбе. Сейчас спрос на технологии CRM со стороны российского бизнеса намного выше. Количество выставок и конференций, посвященных тематике CRM, растет год от года, а счет проектов внедрения CRM в России идет уже на тысячи.

Важнейшими задачами методических указаний являются: формирование у студентов практических навыков по работе с клиентоориентированными технологиями; использование различных форм оценки качества знаний студентов посредством проведения семинарских и лабораторных занятий.

## **1. ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМ**

### **Пример внедрения CRM-системы в туристической компании**

Компания ATN Business Travel Solutions работает в области корпоративного туризма, в ней более 200 сотрудников, которые располагаются в пяти офисах: в Москве, в Санкт-Петербурге, Самаре, Нижнем Новгороде и Лондоне. В ближайшей перспективе BTS планирует развивать региональную сеть, для чего она планирует открыть представительства еще в 15 городах России.

В свое время Business Travel Solutions была образована путем слияния двух компаний, одна из которых специализировалась на авиаперевозках, другая ориентировалась на формирование и реализацию заказов. Слияние было проведено в короткие сроки, ИТ-инфраструктуры совмещены в единое целое, где общим был финансовый блок. При этом записи о клиентах оставались в разных базах данных, из-за чего обработка заказа требовала много сил и времени, и потому оказалась очень дорогой.

Было решено всю ИТ-инфраструктуру создать заново. Задача состояла в организации единой точки входа информации, выстраивании единого сквозного бизнес-процесса по обслуживанию заказа, полной интеграции с внешними системами (банк-клиент, система бронирования и др.). Кроме этого предстояла большая работа с персоналом фирмы для реализации концепции универсального агента.

После анализа предложений, выбор был остановлен на системе Microsoft Dynamics CRM. Проект стартовал в июне 2005 года. На первом этапе консультанты «АйТи» провели аудит бизнес-процессов и клиентской базы Business Travel Solutions. В результате этой работы, которая длилась два месяца, были сформулированы ключевые положения CRM-стратегии, в соответствии с которыми проведены: сегментация клиентской базы и определение CRM-политик для каждого сегмента; разработка моделей процессов продажи услуг и обработки заказов; введение категории комплексного заказа.

На втором этапе прошло внедрение CRM-системы, проведена ее интеграция с глобальной системой бронирования GDS Amadeus, благодаря чему ускорился процесс оформления билетов и заказ гостиничных номеров. Счета за услуги тоже стали выставляться более оперативно благодаря интеграции с действующим в компании финансовым приложением.

В настоящее время реализация проекта позволила принять в туристическом агентстве новый стандарт обслуживания клиентов, снизить внутренние издержки, повысить эффективность работы компании, в том числе за счет оптимального распределения загрузки сотрудников. Уровень занятости персонала снизился благодаря тому, что большинство стандартных и рутинных процедур теперь выполняется в CRM-системе.

### **Пример внедрения CRM-системы в IT-компани**

Компания «Абис-Софт» занимается поставкой и разработкой систем учета на базе программных продуктов системы «1С:Предприятие 8». Миссия компании: «Повышение эффективности и конкурентоспособности бизнеса наших клиентов путем применения современных информационных и управленческих технологий».

Цели проекта внедрения CRM-системы в компании: создать единую информационную базу для работы с клиентами, получить конкурентное преимущество на рынке автоматизации учета и управления за счет повышения уровня сервиса для клиентов. В процессе анализа рынка клиентоориентированных технологий компания остановила свой выбор на российской системе 1С:CRM.

В ходе внедрения системы 1С:CRM в компании «Абис-Софт» были получены следующие результаты:

- автоматизировано управление клиентской базой, ведется подробная характеристика клиентов и контактных лиц, организован быстрый ввод информации о клиенте и доступ к этой информации;
- автоматизировано управление контактами с клиентами, хранится история контактов с клиентами;

- организовано управление рабочим временем сотрудников компании, планирование контактов и выдача заданий;
- запущены в работу бизнес-процессы по работе с клиентами, проектным работам и сервисному обслуживанию;
- ведется работа с обращениями клиентов, контроль времени и качества ответов, наполнение базы знаний компании;
- автоматизировано управление маркетинговыми мероприятиями: планирование, проведение, контроль и анализ эффективности выставок и рекламы;
- налажен процесс управления запасами и закупками;
- используются возможности анкетирования клиентов, проведения опросов и телемаркетинга;
- проводится регулярный многофакторный анализ продаж, ABC-анализ продаж, анализ состояния дел по работе с клиентами;
- отслеживается эффективность работы менеджеров и полнота заполнения клиентской базы.

### **Пример внедрения CRM-системы в торговой компании**

Компания "Вирамекс" поставляет строительную технику отечественного и зарубежного производства для ремонта и реконструкции строительных объектов. В компанию была внедрена система Terrasoft CRM.

Основной целью проекта внедрения Terrasoft CRM в компании Вирамекс являлась систематизация работы с клиентами, уменьшение времени на рутинные операции (подготовка документов).

Задачи, которые были решены с помощью внедрения CRM системы:

1. классификация клиентской базы данных (по виду деятельности, типу сотрудничества, направлениям, регионам и категориям);
2. систематизация базы данных продуктов, классификация продукции по виду работ и виду техники;
3. создание актуальных и полных аналитических отчетов о работе компании;
4. планирование рабочего времени сотрудников с помощью автоматизации бизнес-процессов;

5. учет работ по обслуживанию проданной строительной техники в сервисной-службе компании.

Проект выполнен на базе продукта Terrasoft CRM X25. Система Terrasoft CRM внедрена в двух отделах компании: отделе продаж и в сервисной службе.

Менеджеры отдела продаж теперь тратят значительно меньше времени на подготовку документов и их печатных форм: коммерческое предложение (10 видов), договоры купли-продажи и аренды с гибкими настройками условий платежей.

Сервисная служба теперь ведет систематизированный журнал выполнения сервисных услуг, профилактики, ремонта и замены строительного оборудования. Для этого был разработан новый раздел "Реестр проданной техники". Автоматизировано создание документов в сервисной службе - договоры обслуживания, акты сдачи-приемки, технологические карты оборудования. Всего было разработано 28 печатных форм документов.

Автоматизирована работа менеджера по контролю качества. Результаты интервьюирования клиентов заносятся в CRM систему для дальнейшего анализа (используется раздел "Опросы", который входит в Terrasoft CRM X25).

Как обычно, не обошлось без интеграции Terrasoft CRM с системой бухгалтерского учета 1С8. Между системами происходит обмен документами: счета и расходные накладные.

Внедрение CRM в компании Вирамакс позволило сотрудникам отделов продаж и сервисной службы заметно сократить время на рутинные операции.

### **Пример внедрения CRM-системы в банке**

Акционерный инвестиционно-коммерческий банк «Новая Москва» (НОМОС-БАНК) представляет собой многопрофильный клиентский банк, который оказывает комплекс услуг юридическим и физическим лицам на российском и международном финансовых рынках.

НОМОС-БАНК всегда рассматривал как одну из важнейших задач развитие двусторонних контактов со своими клиентами, в том числе посредством каналов технической связи — телефона и интернета. Однако контакты фиксировались в разрозненных



папках и ежедневниках клиентских менеджеров. С ростом бизнеса возникла потребность в инструменте, благодаря которому значимый телефонный звонок, письмо, отзыв о проведенной встрече или отклик на почтовую рассылку сохранялись бы в карточке клиента.

Другой задачей в этой области являлась необходимость предоставить руководителям возможность самостоятельно работать с корпоративными данными в режиме «он-лайн», при этом постепенно отказываясь от бумажных отчетов (полностью полагаясь на подготовивших их сотрудников). Известно, что неактуальная или неполная управленческая информация повышает риск принятия неверных решений.

Более того, с укрупнением организационной структуры НОМОС-БАНКа, более сложной и длинной стала и сама цепочка согласований многих решений. Для повышения оперативности принятия решений и реакции на изменения среды, было необходимо организовать сбор и обмен данными между структурными подразделениями банка в режиме, приближенном к реальному времени. С учетом возникших проблем руководством банка было принято решение о внедрении CRM-системы. В результате тщательного анализа CRM-систем и проведенного внутреннего тендера НОМОС-БАНК остановил выбор на отраслевом банковском решении SalesLogix Banking.

CRM-система SalesLogix сформировала единое пространство «клиентской» информации за счет импорта «клиентских» данных из различных источников и последующей интеграции SalesLogix с ИТ-системами Банка; обеспечила замкнутый цикл управления продажами, включая фазы прогнозирования продаж, стратегического и тактического планирования, ведения и оперативного контроля продаж; провела обучение сотрудников практике эффективного применения CRM-технологий.

Клиентские менеджеры благодаря внедрению CRM-системы: существенно повысили скорость и объём выполняемых работ за счет автоматизации (встроенные шаблоны писем и документов; корпоративные данные, содержащиеся в системе, и т.д.); усилили преемственность

в работе с клиентами; стали эффективнее управлять рентабельностью предоставляемых услуг, так как полная информация в системе по каждой сделке, позволяет прогнозировать объём продаж в любой момент времени.

Руководство банка получило возможность более эффективно контролировать действия клиентских менеджеров (благодаря возросшей прозрачности процесса реализации банковских продуктов и услуг) и оперативно оказывать им в случае необходимости помощь, в частности, при сложных сделках ускорять процесс всевозможных внутренних согласований; стало менее зависимо от «экспертных мнений» клиентских менеджеров, самостоятельно получая необходимые данные из системы в любой момент времени; оптимизировало вовлечение управляющего состава в реализацию стратегии развития банка на базе информационных технологий.

## 2. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1) Роль подсистем ИСУП и особенности их взаимодействия при осуществлении стратегического, тактического и оперативного управления экономическим объектом.

2) Взаимосвязь эволюции информационных технологий общего назначения с архитектурой и функциональными возможностями ИСУП.

5) Информационные технологии решения задач оптимизации ассортимента и ценовой политики предприятия.

9) Информационные технологии финансового планирования.

10) Информационные технологии управления персоналом.

11) Взаимосвязь подсистем ИСУП при решении задач бухгалтерского учета.

12) Роль и возможности ИСУП при осуществлении информационного обслуживания топ-менеджеров предприятия.

13) Информационные технологии управления документооборотом предприятия.

17) Особенности реализации стандарта MRP II в существующих программных продуктах.

18) Инструменты реализации CRM-технологий в ИСУП.

19) Типовые инструменты анализа эффективности взаимодействия с клиентами и поддерживающие их информационные технологии.

20) Роль и способы применения Интернет-технологий при реализации методологий CSRP и SCM.

28) Сравнительный анализ возможностей типовых систем комплексной автоматизации управления. (на примере выбранных программных продуктов)

29) Анализ соответствия технологии решения задач типовой системы комплексной автоматизации управления принятому на предприятии порядку реализации бизнес-процессов. (на примере конкретного предприятия, конкретного программного комплекса и выбранных бизнес-процессов).

31) Формирование бизнес-модели предприятия и предложений по ее оптимизации в условиях комплексной

автоматизации. (на примере конкретного предприятия и конкретного программного комплекса).

32) Место CRM в концепции маркетинга отношений.

33) Пути совершенствования концепции управления взаимоотношениями с клиентами (парадигма CMR).

34) Процесс IDIC М.Роджерс и Д.Пепперса.

35) Современный российский рынок технологий CRM: динамика, перспективы развития.

36) Аренда CRM – новое направление развития систем управления взаимоотношениями с клиентами.

37) Будущее CRM-технологий: оценки экспертов, основные направления.

38) Аналитический CRM: текущее положение дел.

39) Использование технологий интеллектуального анализа данных в концепции CRM.

40) Управление опытом клиента (CEM).

#### Требования к докладу:

Доклад должен быть представлен в виде презентации (MS PowerPoint), обязательным условием является устное выступление, наличие в докладе таблиц, диаграмм и схем, присутствие не более 6-7 строк текста на одном слайде. Выступление докладчика должно содержать минимум лишней, малозначимой информации, максимум интересной и неочевидной. Тема доклада должна быть глубоко раскрыта, выступление не должно быть описательным, а должно содержать точку зрения автора и собственный вывод. Общее время выступления не должно превышать 5-7 минут.

#### Правила оформления презентаций:

Общий порядок слайдов презентации должен быть следующим: 1) титульный слайд; 2) план презентации (5-6 пунктов максимум); 3) основная часть; 4) заключение (выводы).

Дизайн презентации должен быть простым и лаконичным; должны присутствовать два типа слайдов: для титульных, планов и т. п. и для основного текста. Каждый слайд презентации должен иметь заголовок и свой номер. Точку в

конец заголовка ставить не рекомендуется, кроме этого сами заголовки не должны повторяться и не быть длинными.

Текст на слайдах должен носить тезисный характер, поскольку его основная цель - сопровождать подробное изложение мыслей докладчика.

Если в презентации имеет место диаграмма, то у нее должно быть название или таким названием может служить заголовок слайда; диаграмма должна занимать все место на слайде, все ее линии и подписи должны быть хорошо видны.

Что касается таблиц презентации, то обязательным условием их оформления является наличие названия и отличие шапки от основных данных.

Использовать встроенные эффекты анимации в презентации можно только тогда, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы), в противном случае – от них лучше отказаться.

### **3.ОПИСАНИЕ СИСТЕМЫ Salesforce.com**

#### **О разработчике**

Salesforce.com – американская компания, разработчик одноимённой CRM-системы, предоставляемой заказчикам исключительно под модели SaaS. Под наименованием Force.com компания предоставляет PaaS-платформу для самостоятельной разработки приложений, а под брендом Database.com – облачную систему управления базами данных.

Компания основана в марте 1999 года Марком Бениоффом, Паркером Харрисом, Дэйвом Мёленхоффом и Френком Домингесом с изначальной идеей специализации на рынке CRM-систем и предоставления доступа к ним исключительно как услуги по подписке, располагая все экземпляры системы в собственных центрах обработки данных, полностью исключая установки систем у заказчиков и обеспечивая доступ конечных пользователей к системам через веб. Компания признана одним из пионеров SaaS, PaaS и облачных вычислений.

Штаб-квартира компании расположена в Сан-Франциско, региональные офисы расположены в 25 странах.

#### **Заказчики**

Один из основателей компании, Мёлленхофф, утверждает, что изначальной целью было создание продукта, доступного по цене для средних и малых предприятий, но сопоставимого по качеству с Hi-End-продуктами Siebel CRM и Clarify CRM. Однако, на момент 2011 года, по утверждению самой компании, подписаны на CRM-систему от Salesforce.com такие крупные заказчики, как Google, Dell, Toyota, Cisco, Hitachi. PC Magazine в обзоре CRM указывает на возможность использования решений Salesforce.com как в малом, так и в крупном бизнесе, при этом специально отмечая существенно более высокие цены, чем у конкурентов. Всего заявляется о 87 200 заказчиках на начало 2010 года.

#### **Положение на рынке**

По оценке Gartner от 2009 года, компания занимает третье место на девятимиллиардном мировом рынке CRM-систем с

долей 10,6 %, уступая только SAP (22,5 %) и Oracle (16,1 %) и опережая Microsoft (6,4 %) и Amdocs (4,9 %). На подсегменте этого рынка – среди CRM-систем, предоставляемых по модели SaaS, – Salesforce.com, по оценкам отдельных специалистов, владеет более чем половиной рынка, среди других заметных игроков в сегменте CRM по подписке наблюдатели выделяют также NetSuite и RightNow. По прогнозам Gartner от 2011 года, к 2013 году рост Salesforce.com и становление SaaS как традиционной модели эксплуатации приложений вызовут перестановки на рынке CRM (но не указывается, получит ли компания лидерство на рынке или займёт второе место). Технические эксперты отмечают компанию как «облачный сервис-провайдер № 2» (после Amazon.com и перед Google). Биржевые наблюдатели относят компанию к «основным игрокам рынка облачных вычислений» в одном ряду с Oracle, SAP, Google, Microsoft, Amazon.com.

### **Описание CRM-системы Salesforce.com**

CRM система от компании Salesforce.com постоянно совершенствуется: с каждым новым обновлением, которые все пользователи сервиса получают автоматически 4 раза в год, в системе появляются новые функции, делающие процесс взаимодействия с контрагентами еще более удобным. Система имеет мобильную версию и развивается в сторону увеличения социальной составляющей.

Таблица 1

Описание системы Salesforce.com

<b>Характеристика</b>	<b>Значение характеристики</b>
<b>Общая информация о системе</b>	
Интегратор	<b>CT Consulting Crane Consulting</b>
Год выпуска первой версии системы	<b>1999</b>

Ссылка на демо-версию или демо-ролик	<a href="http://www.youtube.com/user/Customertimes#p/c/329CE194AC8DDB14/3/XSK-P69rmtM">http://www.youtube.com/user/Customertimes#p/c/329CE194AC8DDB14/3/XSK-P69rmtM</a>
Возможность аренды системы	Да
Отраслевая применимость	<p><b>Дистрибуция, склад, логистика</b>  <b>Строительство и недвижимость</b>  <b>Оказание профессиональных услуг</b>  <b>Производство</b>  <b>Торговля оптовая</b>  <b>Торговля розничная</b>  <b>IT и Telecom</b>  <b>Финансовые услуги</b>  <b>Оказание медицинских услуг</b>  <b>Издательские услуги и полиграфия</b>  <b>Оказание образовательных услуг</b>  <b>HORECA (Общепит и отельный бизнес)</b>  <b>Развлекательные и оздоровительные услуги</b>  <b>Страховые услуги</b></p>
Численность компании заказчика	<p><b>1-10</b>  <b>25-100</b>  <b>100-250</b>  <b>250-1000</b>  <b>&gt;1000</b>  <b>10-25</b></p>
<b>Обзор функциональных возможностей</b>	
Ведение списка клиентов	Да
Ведение списка контактных лиц	Да
Ведение сложных связей "Клиент-Контакт"	Да
Возможность сегментации клиентов	Да



Ведение продуктового каталога	Да
Создание продуктовой матрицы "Клиент-Продукт"	Да
Ведение множественных прайс-листов	Да
Ведение продаж	Да
Ведение задач	Да
Ведение событий	Да
Ведение проектов	Да
Ведение реестра документов	Да
Ведение реестра счетов	Да
Ведение реестра договоров	Да
Ведение маркетинговых воздействий	Да
Наличие напоминаний	Да
Наличие оповещений	Да
Создание рассылок	Да
Проведение опросов	Да
Использование шаблонов MS Office	Да

Использование шаблонов Open Office	Да
Возможность параметризации шаблонов	Да
Возможность создания именных рассылок	Да
Наличие настраиваемого механизма бизнес-процессов	Да
Наличие графического конструктора бизнес-процессов	Да
Создание новых карт процессов без программирования	Да
<b>Возможности планирования</b>	
Суммовое и количественное планирование продаж	Да
Количественное планирование задач	Да
Воронка продаж	Да
Возможность детализации воронки продаж	Да
<b>Интеграция</b>	
Интеграция с почтовыми клиентами	MS Outlook

Интеграция с контакт-центром	<b>Cisco Avaya Asterisk Прочие</b>
Интеграция с учетными системами	<b>1С MS Navision MS Ахapta SAP Прочие</b>
Интеграция с MS Office	<b>Да</b>
<b>Отчеты</b>	
Наличие раб.места руководителя (Итоги, KPI)	<b>Да</b>
Возможность экспорта отчетов в MS Excel	<b>Да</b>
Возможность экспорта отчетов в MS Word	<b>Нет</b>
<b>OLAP</b>	<b>Нет</b>
Возможность детализации результатов отчетов	<b>Да</b>
Конструктор отчетов для пользователя	<b>Да</b>
Конструктор отчетов для администратора	<b>Да</b>
<b>Стоимость поставки и обслуживания</b>	
Цена лицензии (раб. место)	<b>50-100\$</b>

Стоимость аренды лицензии (12 мес)	<b>500-1000\$</b>
------------------------------------	-------------------

Главной особенностью Salesforce.com является принцип предоставления услуг «on-demand», благодаря которому пользователи получают доступ к системе через Интернет. Это позволяет значительно снизить издержки на ИТ, а именно: на установку дополнительного ПО и закупку дорогостоящего серверного оборудования.

Помимо стандартных функций для управления маркетингом, продажами и сервисным обслуживанием Salesforce CRM Enterprise Edition включает автоматизацию потоков операций «Workflow» и процессы утверждений «Approvals». Благодаря этому стало возможным автоматизировать любой бизнес-процесс в компании: контролировать территориальное распределение продаж, взаимодействовать с партнерами, а также систематизировать коммуникации с клиентами. Теперь владельцы загородной недвижимости могут с легкостью получать любую интересующую их информацию. Благодаря единой базе данных, менеджеры смогут оперативно обработать любой запрос от клиента.

## 4. ЗАДАНИЯ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ

### *Лабораторная работа №1* **«Знакомство с интерфейсом системы Salesforce.com»**

#### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

Цель работы – изучить интерфейс системы управления взаимоотношениями с клиентами Salesforce.com, ее основные разделы и функциональные возможности, особенности работы с данным программным продуктом.

#### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

#### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «Знакомство с интерфейсом системы Salesforce.com» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

#### ***Задания к лабораторной работе №1***

Система Salesforce позволяет добавлять, структурировать и находить важную деловую информацию. Чтобы начать работу с системой Salesforce.com, выполните указанные ниже предварительные действия.

1. Внесите свои учетные данные для входа в систему (логин, пароль) (рис. 1).

The screenshot shows the Salesforce.com login interface. At the top left is the Salesforce logo. Below it, a security notice reads: "Welcome to salesforce.com! For security reasons, your password must now be changed. Your password was last changed or reset on 11.11.2012 16:17". The login form includes the following fields: "User Name" (filled with "nastya.kryukova.1983@mail.ru"), "New Password" (empty), "Verify New Password" (empty), "Question" (a dropdown menu with "None" selected), and "Answer" (empty). A "Save" button is located at the bottom of the form.

Рисунок 1 – Вход в систему Salesforce.com

2. Обновите свои личные сведения, для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Личные сведения»**.

Ниже перечислены параметры, которые могут быть изменены на странице личных сведений.

- **«Личные сведения»**: чтобы внести изменения, нажмите кнопку **«Правка»**.

При изменении адреса эл. почты сообщение-подтверждение отправляется на новый адрес. Чтобы активировать новый адрес эл. почты, щелкните ссылку, добавленную в полученное сообщение. Данный процесс позволяет обеспечить безопасность системы.

- **«Изменить пароль»**.

- **«Параметры ответственного за утверждение»**: позволяет настраивать параметры получения сообщений эл. почты, содержащих запросы на утверждение.

- **«Объем памяти»**: чтобы просмотреть объем использованной памяти, щелкните ссылку **«Просмотр»** рядом с

полем «Использованное пространство данных» или «Использованное пространство файлов».

- **«Планы продаж»**: позволяет создавать и редактировать планы продаж.

- **«Персональные группы»**: позволяет добавлять, обновлять и удалять персональные группы.

- **«Стандартная группа сбыта»**: позволяет настроить стандартную группу сбыта.

- **«Стандартная группа, работающая с организацией»**: позволяет настроить стандартную группу, работающую с организацией.

- **«Журнал регистрации входа в систему»**: администраторы могут просмотреть последние 10 успешных и неуспешных попыток входа пользователя в систему.

3. Измените псевдоним пользователя, должность, название компании, отдел, а также почтовый адрес. Нажмите **«Сохранить»**. Измените свой пароль, для этого нажмите соответствующую кнопку. Войдите в систему под новым паролем. Пользователю, меняющему пароль, будет предложено выбрать контрольный вопрос и ответить на него в том случае, если это не было сделано раньше. В случае восстановления пароля пользователь должен будет правильно ответить на этот вопрос, чтобы сбросить текущий пароль.

### **Дополнительные рекомендации по использованию паролей**

Надежность нового пароля, вводимого в поле «Новый пароль», можно определить с помощью визуального индикатора. Когда пароль соответствует минимальным требованиям политики паролей организации, визуальный индикатор и связанный текст показывают, что пароль принят и может быть сохранен. При этом отображается подсказка о том, как сделать пароль более надежным и сложным для подбора.

После изменения или сброса пароля, а также при попытке входа в систему Salesforce с чужого компьютера, необходимо выполнить повторную активацию. Активация компьютера позволяет системе Salesforce проверять данные пользователей и

предотвращать несанкционированный доступ к системе. Чтобы активировать компьютер, выполните указанные ниже действия:

– нажмите кнопку **«Отправить ссылку для активации»** на странице входа в систему. Система Salesforce отправляет сообщение со ссылкой для активации на адрес эл. почты, указанный в записи пользователя Salesforce.

– получив это сообщение, скопируйте ссылку для активации и вставьте ее в окно обозревателя. Ссылка для активации, содержащаяся в сообщении, доступна для копирования и вставки в окно обозревателя в течение 24 часов с момента нажатия кнопки **«Отправить ссылку для активации»**. Через 24 часа ссылка для активации перестает действовать, и необходимо будет повторить процесс активации, чтобы войти в систему.

4. Просмотрите общедоступные группы, участником которых Вы являетесь, для этого выполните указанные ниже действия:

– последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Личные сведения»**.

– прокрутите страницу до связанного списка «Состав участников общедоступной группы», содержащего общедоступные группы, участником которых является текущий пользователь.

– чтобы просмотреть сведения об участниках группы, щелкните имя нужной группы.

5. Просмотрите все вкладки, доступные пользователю в системе Salesforce, щелкните значок (+) рядом с основными вкладками. Прочитайте более подробную информацию о некоторых пунктах (кнопка «Подробнее») (рис.2). Ниже перечислены действия, доступные на данной странице:

- чтобы открыть вкладку, щелкните имя нужной вкладки;
- чтобы просмотреть логотип и доступные вкладки для каждого приложения, воспользуйтесь раскрывающимся списком «Просмотр»;



- чтобы изменить порядок отображения вкладок на странице, нажмите кнопку **«Настройка моих вкладок»**.

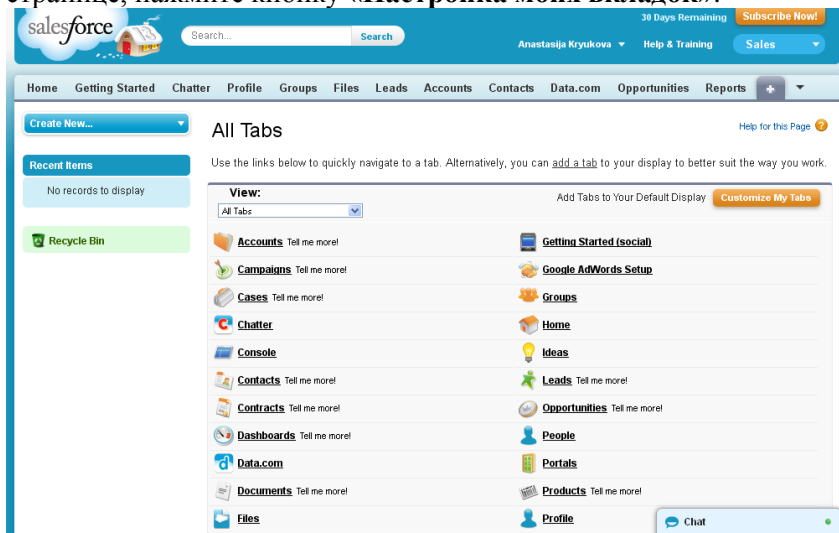


Рисунок 2 – Вкладки системы Salesforce

6. Измените настройки отображения окон системы. Для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Изменить мое отображение»**. Ниже перечислены действия, доступные на данной странице. Чтобы определить вкладки, отображающиеся при входе в систему, или выбрать вкладки, отображающиеся в каждом приложении, нажмите кнопку **«Настройка моих вкладок»**. По умолчанию отображаются вкладки, назначенные профилю пользователя. Добавьте на свою страницу вкладки: «Обращения», «Решения», «Идеи», произвольно измените порядок их отображения и нажмите кнопку **«Сохранить»**.

7. Измените параметры отображения страницы, для этого выберите нужный объект в раскрывающемся списке и нажмите кнопку **«Настройка моих страниц»**: измените моментальный снимок панели мониторинга, отображаемый на вкладке «Начальная страница». Выберите нужную панель мониторинга (Панель мониторинга рабочих характеристик компании) и нажмите кнопку **«Сохранить»**. Ссылка для настройки вкладки

«Начальная страница» доступна только в том случае, если макет начальной страницы поддерживает возможность добавления панелей мониторинга.

Для всех остальных вкладок выберите связанные списки, которые должны отображаться на страницах сведений. Чтобы добавить или удалить связанный список, выберите название нужного связанного списка и нажмите кнопку со стрелкой «Добавить» или «Удалить». Чтобы изменить порядок отображения связанных списков, выберите название нужного связанного списка в области «Список выбранных» и нажмите кнопку со стрелкой «Вверх» или «Вниз» (на странице **Организации** удалите вкладку **Приложения и вложения**). Нажмите кнопку «Сохранить».

8. Пользователь может разрешить просматривать свой календарь другим пользователям, персональным или общедоступным группам, ролям или ролям с их подчиненными. Для этого необходимо выполнить следующие действия:

1. Последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > «Настройка» > «Мои личные сведения» > «Общий доступ к календарю».

2. Чтобы предоставить другим пользователям доступ к календарю, нажмите кнопку «Добавить».

3. Чтобы добавить или удалить пользователей, роли или группы, воспользуйтесь кнопками со стрелками.

4. Чтобы определить уровень доступа к календарю, выберите одно из указанных ниже значений в поле «Доступ к календарю».

5. Нажмите кнопку «Сохранить». Значения, доступные в поле «Доступ к календарю», определяются уровнем общего доступа к календарю, заданным администратором для всей организации. Отображаются только те значения, которые в меньшей степени ограничивают доступ к календарю. Параметры общего доступа к календарю определяют доступность элементов календаря, но не предоставляют доступ к страницам сведений о событиях.

9. Осуществите настройку напоминаний о действиях (если в организации включена поддержка напоминаний, то по умолчанию окно напоминания отображается и звуковое уведомление проигрывается за 15 минут до времени начала события или в 8:00 того дня, когда истекает срок действия задачи). Для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои личные сведения»** > **«Напоминания»**.

Чтобы проверить заданные параметры, нажмите кнопку **«Предварительный просмотр сигнала напоминания»**.

10. Настройте параметры социальных организаций и контактов.

Функция «Социальные организации и контакты» позволяет просматривать профили организаций, контактов и интересов в социальных сетях, а также другие связанные с ними данные, — прямо из Salesforce. Благодаря удобному доступу к данным, пользователи могут получить более полное представление о продажах в социальных сетях, которое может использоваться с целью удовлетворения потребностей текущих и потенциальных клиентов.

Для того, чтобы настроить параметры социальных организаций и контактов выполните следующие действия:

– последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > «Настройка» > «Мои социальные организации и контакты» > «Параметры»

– щелкните «Изменить параметры социальных организаций и контактов»

– настройте функцию «Социальные организации и контакты» в соответствии со своими потребностями

– выберите нужные социальные сети. Чтобы отменить доступ к определенной социальной сети, снимите флажок напротив нужной сети

– нажмите кнопку **«Сохранить»**.

11. Включите функцию автоматического отслеживания созданных записей, для этого настройте параметры сети Chatter.

Ленты Chatter содержат собственные сообщения и комментарии, сообщения и комментарии других пользователей,

а также обновления для записей, опубликованные в организации Salesforce.

Обновления в лентах Chatter отображаются только в том случае, если пользователь отслеживает действия других пользователей и записи. Ленты Chatter отображаются в профилях, группах, на вкладке «Начальная страница» и на страницах сведений о записях.

Доступные обновления ленты определяются настройками функции отслеживания, заданными администратором. Правила общего доступа и параметры безопасности поля определяют изменения записи, отображаемые в лентах Chatter. Например, пользователь не может просмотреть обновления для недоступной ему записи. Обычно отображаются обновления для перечисленных ниже компонентов:

- изменения полей записи (например, изменение ответственного сотрудника, закрытых возможностей и обращений)

- задачи и события

- преобразованные интересы

- комментарии и сообщения в ленте Chatter

- общедоступные файлы и ссылки

- сообщения, комментарии и файлы в группах Chatter, участником которых является пользователь

Выполните следующие действия:

- Последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Мои настройки сети Chatter»** > **«Мои ленты»**.

- Установите флажок «Автоматически отслеживать созданные записи».

- Нажмите кнопку **«Сохранить»**.

## ***Лабораторная работа № 2*** **«Работа с клиентской базой»**

### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

Цель работы – изучить основные принципы работы клиентоориентированных систем, ознакомиться с

функционалом системы Salesforce.com в контексте управления контактами: научиться регистрировать клиентов, заносить информацию о контактных лицах, работать с планированием мероприятий и т.д.

### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «Работа с клиентской базой» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

## ***Задания к лабораторной работе №2***

**1.** Занесите в базу данных клиентов 10 новых компаний

Для этого выберите пункт **«Организация»** в раскрывающемся списке **«Создать...»** на боковой панели или нажмите кнопку **«Создать»** в разделе **«Недавние организации»** на начальной странице организаций. Если в организации включена поддержка организаций-лиц, укажите тип записи: организация-компания.

**2.** Введите все необходимые сведения (название, тип (клиент), годовой доход, количество сотрудников, отрасль и т.д.),

Зайдите на вкладку каждой организации (либо зайдите в раздел «Контакты» на панели системы) и определите по одному контактному лицу для нее, заполните всю необходимую информацию по каждому из них.

Отметьте, каким образом компании в первый раз получили информацию о вашей фирме (закладка «Источник интереса»), а также помощника контактного лица, его телефон и т.д. Укажите компанию, для которой данная организация-компания является дочерней, для этого заполните поле «Родительская организация». При необходимости просмотрите иерархию взаимосвязей организации. Поле «Родительская организация» недоступно для организаций-лиц.

Укажите дополнительные филиалы компании, заполнив поле «Местоположение организации». Например, компания Acme.com располагает филиалами в Париже и Лондоне. Создайте две организации по имени Acme.com и заполните поле «Местоположение организации» значениями «Париж» и «Лондон».

**3.** По завершении нажмите кнопку **«Сохранить»** или **«Сохранить и создать»**, чтобы сохранить текущую организацию и добавить новую.

Ниже перечислены **рекомендации по созданию организаций**.

- Если включена функция быстрого создания, то новая организация может быть добавлена с помощью раздела **«Быстрое создание»** на боковой панели начальной страницы организаций. Если включена поддержка организаций-лиц, которые используются на вкладке «Организации» по умолчанию, то вместо поля «Имя организации» в разделе «Быстрое создание» будут отображаться поля «Имя» и «Фамилия». Правила проверки не применяются при создании записей с помощью раздела «Быстрое создание».

- Если в организации включена поддержка подразделений, то подразделению новой организации автоматически назначается стандартное подразделение текущего пользователя, кроме тех случаев, когда выбрано другое подразделение.

- Если в организации включена функция управления территориями, то новые организации могут автоматически

назначаться территориям с помощью правил назначения организаций.

#### **4. Просмотр родительских организаций**

Иерархия организаций содержит организации, связанные посредством поля «Родительская организация», благодаря чему пользователи могут получить общее представление о компании и ее филиалах. Данная иерархия предназначена для отображения взаимосвязи между текущими и вышестоящими организациями.

- Чтобы просмотреть иерархию организаций, щелкните ссылку **«Просмотр иерархии»** в поле «Имя организации» на странице сведений об организации. Страница «Иерархия организации» может содержать не более 500 дочерних организаций. Столбцы для организаций, которые отображаются на странице «Иерархия организации», но недоступны пользователям, будут пустыми.

- Свяжите некоторые организации, для этого нажмите кнопку «Правка» и введите имя текущей организации в поле «Родительская организация». Чтобы найти или создать родительскую организацию, щелкните значок поиска. Данное поле позволяет вводить и сохранять только текущие родительские организации.

При наличии нескольких филиалов рекомендуем использовать поле «Местоположение организации», позволяющее отличить один филиал от другого. Если включена поддержка подразделений, то организации, связанные посредством поля «Родительская организация», могут относиться к разным подразделениям. Организации-лица не поддерживают поле «Родительская организация» и ссылку **«Просмотр иерархии»**.

**5.** Внесите в клиентскую базу 3 компании со следующими названиями: «Acme», «Acme, Inc», «Acmes, Inc». Осуществите объединение повторяющихся организаций. Для этого щелкните ссылку **«Объединение организаций»** в разделе «Инструменты» на вкладке «Организации». Чтобы найти повторяющиеся организации, введите критерий поиска. Например, чтобы найти

повторяющиеся организации с именами «Acmes» и «Acme, Inc», введите критерий поиска *acme\**.

Не рекомендуем использовать локальные имена организаций. Нажмите кнопку **«Найти организации»**. Установите флажки напротив нужных организаций (не более трех). Нажмите кнопку **«Далее»**. Выберите одну организацию в качестве основной записи. Любые данные в скрытых или предназначенных только для чтения полях будут извлекаться из основной записи. Выберите нужные поля в каждой записи. В случае конфликта данных, поля в левом столбце выбираются автоматически, а строка выделяется синим цветом. Чтобы завершить объединение, нажмите кнопку **«Объединить»**.

### **Советы по объединению организаций**

- Объединение организаций доступно администратору, ответственному сотруднику или его менеджеру в иерархии ролей, а также пользователю с соответствующими полномочиями.

- Объединение двух чужих организаций доступно только при наличии полномочий «Удаление» для организаций и «Редактирование» для возможностей и обращений. Полномочие «Удаление» необходимо для удаления одной из двух организаций, которое выполняется в результате их объединения. Полномочие «Редактирование» необходимо для редактирования возможностей и обращений, связанных с объединяемыми организациями, которое выполняется в результате изменения поля «Имя организации» (AccountID).

- Любые связанные элементы из любой повторяющейся организации будут связаны с новой объединенной организацией.

- В версиях Professional Edition, Enterprise Edition, Unlimited Edition и Developer Edition правила общего доступа применяются к объединенной организации. Кроме того, объединенная организация использует любой общий доступ, установленный вручную для основной записи.

- Все удаленные повторяющиеся записи перемещаются в корзину.



- Если флажок «Исключить из правил назначения организаций» снят для обеих объединяемых организаций, имеющих территории, то правила назначения будут определять территории новой организации. А территории, добавленные в исходные организации вручную, будут добавлены в новую организацию также вручную.

- Если флажок «Исключить из правил назначения организаций» установлен как минимум для одной объединяемой организации, имеющей территории, то выполняются указанные ниже действия.

- Объединенная организация содержит все территории исходных организаций.

- Правила назначения организаций не применяются к объединенной организации.

- Территория, назначенная одной из исходных организаций на основе правил назначения, отображается как территория, назначенная новой организации на основе правил, даже в том случае, если новая организация не соответствует этим правилам.

- Территория, назначенная одной из исходных организаций вручную, назначается новой организации также вручную.

- Территория, добавленная в одну организацию вручную, а в другую — на основе правил, добавляется в новую организацию также вручную.

**6.** Создайте 10 потенциальных компаний-клиентов (вкладка «**Интересы**», «**Создать**»). Заполните соответствующие поля: отрасли (банковское дело, телекоммуникации, страхование, консультирование, финансы, розничная продажа, строительство, гостиничный бизнес, здравоохранение, власть); доход, количество сотрудников (от 50 выше); источник, с помощью которого компании узнали о Вас (семинары, выставки и Интернет), укажите статус – отвечает требованиям, заполните поле рейтинг.

Нажмите кнопку «**Сохранить и создать**».

## **Лабораторная работа №3** **«Управление действиями»**

### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

Цель работы – изучить основные принципы управления действиями с использованием функций системы Salesforce.com в процессе взаимоотношений с клиентской базой (создание новых мероприятий, задач и событий).

### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «Управление действиями» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### ***Задания к лабораторной работе №3***

**1.** Создайте действия по инициализации интереса со стороны клиентов

К **действиям** относятся задачи, календарные события и запрошенные конференции. Действия можно определить и отслеживать для множества различных объектов, включая кампании, организации, контакты и интересы. Новые записи

действий (задачи и события) могут быть созданы в следующих местах: на боковой панели, на начальной странице, На странице сведений связанной записи, в представлении календаря, в списковом представлении действий, в списковых представлениях организаций, контактов и интересов.

Создайте задачу **«Организация выставки»** (на боковой панели выберите пункт «Задача» из раскрывающегося списка «Создать»), установите крайний срок выполнения - 09.04.2013, выставите статус «выполняется», отнесите данную задачу к наиболее приоритетным для компании.

**2. Отправьте электронное уведомление** относительно предстоящего мероприятия и сформируйте напоминание (за 1 день до события в 9.00).

Система Salesforce позволяет отображать всплывающие напоминания о предстоящих задачах и событиях. Напоминания уведомляют сотрудника, назначенного действию, о предстоящей задаче или событии. При входе назначенного сотрудника в систему Salesforce напоминание отображается в небольшом всплывающем окне обозревателя. Когда пользователь регистрируется в системе, отображаются все напоминания, которые не были отклонены, и напоминания, назначенные на период времени с момента последней регистрации пользователя в системе. При создании или редактировании события или задачи можно установить напоминание для него. По умолчанию напоминание устанавливается на время, указанное в параметрах напоминания.

Чтобы установить напоминание для задачи, выполните указанные ниже действия:

- создайте или отредактируйте задачу.
- установите флажок «Напоминание».
- выберите дату и время для напоминания. Напоминание будет выводиться в это время. Напоминание, устанавливаемое для целой последовательности повторяющихся задач, применяется к каждой отдельной задаче данной последовательности.
- нажмите кнопку **«Сохранить»**.

3. Для реализации запланированной задачи прикрепите файл с описанием предстоящей выставки (файл – Описание выставки.doc).

4. Укажите, что проводить аналогичные мероприятия необходимо ежегодно в феврале 15 числа.

5. Осуществите рассылку по электронной почте рекламных материалов всем потенциальным клиентам.

Чтобы отправить сообщение электронной почты интересу выполните указанные ниже действия.

1. Выберите пункт **«Отправить сообщение эл. почты»** в списке **«Журнал действий»** для записи. Щелкните **«Отправить сообщение эл. почты»** или **«Ответить»** в связанном списке обращения **«Электронная почта»**.

2. Кроме того, адрес отправителя электронного письма может быть выбран в раскрывающемся списке **«От»** для писем, связанных с функцией Email-to-Case или On-Demand Email-to-Case; а также в том случае, если имя или адрес эл. почты в параметрах электронной почты отличаются от имени или адреса в записи пользователя. При создании исходящего сообщения, связанного с функцией Email-to-Case или On-Demand Email-to-Case, поле **«От»** автоматически заполняется именем пользователя. При ответе на входящее сообщение в поле **«От»** автоматически добавляется адрес маршрутизации, на который было отправлено сообщение.

Если ранее были указаны какие-либо единые электронные адреса организации, то адреса эл. почты, связанные с профилем пользователя, также отображаются в данном раскрывающемся списке. Единые электронные адреса организации недоступны для пакетной рассылки или запросов об обновлении контактов.

3. Чтобы отменить форматирование HTML и отправить текстовое сообщение, щелкните **«Изменить на текстовый»**. Чтобы включить форматирование HTML или функцию отслеживания сообщения эл. почты, щелкните **«Изменить на HTML»**.

4. Введите имя контакта, интереса или организации-лица в поле **«Кому»**. В поле **«Кому»** можно ввести только одно имя.

Адрес эл. почты может быть выбран для тех контактов и интересов, которые используют несколько полей эл. почты.

5. Добавьте других потенциальных клиентов, которым необходимо дополнительно разослать электронные письма, для этого введите их адреса в поле «Кому (дополнительно)» или выберите ссылку «Кому (дополнительно)», чтобы выбрать адреса из списка. Эти пользователи могут не соответствовать записям в системе Salesforce. Адреса электронной почты можно разделять точками с запятой, запятыми, пробелами или переносом строки.

6. В полях «Копия» и «СК» введите дополнительные адреса или выберите ссылки «Кому» и «СК», чтобы выбрать адреса из списка. Адреса электронной почты можно разделять точками с запятой, запятыми, пробелами или переносом строки.

7. Введите тему и текст сообщения или нажмите кнопку **«Выбрать шаблон»**, чтобы выбрать предопределенный шаблон эл. почты. Выберите папку, а затем шаблон из этой папки (шаблон **Повторное обращение**).

8. В письмо вложите файл с описанием мероприятия, для этого нажмите кнопку **«Вложить файл»**, чтобы добавить вложение. Возможно добавление нескольких файлов. Общий размер всех вложенных файлов не должен превышать 10 Мб.

9. Нажмите кнопку **«Отправить»**.

Если адрес эл. почты получателя отсутствует, то система Salesforce предлагает указать этот адрес, а затем нажать одну из следующих кнопок:

- **«Сохранить адрес»**, чтобы добавить адрес эл. почты в запись без отправки сообщения эл. почты;

- **«Сохранить адрес и отправить»**, чтобы добавить адрес эл. почты в запись и отправить сообщение эл. почты.

10. Осуществите **пакетную отправку материалов по электронной почте**.

Чтобы выполнить пакетную отправку электронной почты контактам, щелкните ссылку **«Пакетная электронная рассылка контактов»** в разделе «Инструменты», который расположен в нижней части вкладки «Контакты» или «Обращения».

Выберите нужное списковое представление получателей и нажмите кнопку **«Начать»**. По умолчанию представления «Мои контакты», «Мои интересы», «Активные пользователи» и «Мои обращения» содержат все записи соответствующего типа, имеющие адреса электронной почты. Чтобы задать другой список получателей, создайте новое настраиваемое представление.

Контакты, интересы или организации-лица, у которых установлен флажок в поле «Без рассылки по эл. почте» или вообще не имеющие адреса электронной почты, не включаются ни в одно представление. Организации-лица включаются в представления списков контактов.

По умолчанию в представлении отмечены все получатели. Чтобы отменить пакетную электронную рассылку для конкретных пользователей, снимите флажки рядом с их именами. Чтобы выбрать или отменить выбор всех пользователей, перечисленных на странице, установите или снимите флажок вверху списка.

**11.** Нажмите кнопку **«Далее»**.

**12.** Выберите шаблон сообщения электронной почты (**Ответ с решением по обращению**). При необходимости можно просмотреть шаблон, щелкнув по ссылке **«Предварительный просмотр»**. В окне предварительного просмотра отображается шаблон со всеми добавленными полями слияния, например, `{!Account.AccountNumber}`. При отправке электронной почты на место полей слияния будут вставлены данные из записей получателей или другой подходящий текст замены.

**13.** Нажмите кнопку **«Далее»**. На странице подтверждения укажите необходимые параметры обработки:

- «Отправить мне скрытую копию одного сообщения»
- «Сохранять действие для каждого сообщения»

В журнале действий создается связанная с контактом, интересом или организацией-лицом запись, которая отображается как «Пакетная электронная рассылка:<описание\_шаблона>». Тема, текст сообщения и вложения не сохраняются в журнале действий. Для сохранения списка записей в журнале действий требуются полномочия для

просмотра или редактирования записей в списке получателей, а также разрешение «Редактировать задачи».

- «Использовать мою подпись»

При необходимости добавьте в сообщение свою электронную подпись. Данный параметр применим только для текстовых электронных писем.

- «Имя пакетной электронной рассылки»

Введите имя, по которому данную пакетную рассылку можно будет идентифицировать в очереди рассылок (M1).

**14.** В разделе «Параметры доставки» выполните одно из указанных ниже действий.

- Установите переключатель **«Запланировать доставку на»** и выберите дату отправки пакетной электронной рассылки системой Salesforce (11.04.2013 19:34). Выберите нужный часовой пояс в раскрывающемся списке.

**15.** Нажмите кнопку **«Отправить»**, чтобы начать пакетную рассылку.

**16.** Нажмите кнопку **«Готово»**, чтобы закрыть мастер пакетной рассылки

**17.** Запланируйте вебинар для всех клиентов телекоммуникационной отрасли в форме события (нажмите кнопку **«Создать событие»** на боковой панели) на 15.04.2013 (окончание – 15.04.2013). Создайте напоминание о событии 12.04.2013 в 8.00. Пригласите поучаствовать в нем всех своих клиентов. Для этого нажмите кнопку **«Добавить приглашенных»** в разделе «Пригласить других пользователей». Во всплывающем окне произведите поиск приглашаемых следующим образом: выберите в раскрывающемся списке соответствующий тип приглашаемого: пользователи, интересы, контакты или ресурсы (в нашем случае – пользователи, интересы и контакты). Нажмите кнопку **«Начать»**. В области «Результаты поиска» установите флажки для тех пользователей, которых необходимо пригласить, и нажмите кнопку **«Вставить выбранное»**. Чтобы добавить выбранных пользователей к событию, нажмите кнопку **«Готово»**.

Просмотрите календарь каждого приглашенного и скорректируйте дату и время события, если необходимо. Занятость приглашенных обозначается в их календарях

следующими цветами: синий цвет означает «занят», лиловый – «отсутствует на рабочем месте». Если у приглашенного назначено несколько событий на одно время, все они будут показаны в календаре. Чтобы просмотреть сведения о событии, наведите указатель мыши на это событие в календаре.

Нажмите кнопку **«Сохранить и отправить приглашение»**. Приглашенные интересы, контакты и организации-лица получают сообщение эл. почты, содержащее ссылку на веб-страницу, которая позволяет принять или отклонить приглашение на одно событие или на последовательность событий. Кроме того, пользователю отправляется резюме события по электронной почте. Если приглашенный ресурс доступен в обозначенное время, он примет приглашение автоматически. Ресурсу не может быть отправлено повторное приглашение.

### ***Лабораторная работа №4*** **«Управление продажами»**

#### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

Цель работы – изучить основные принципы управления продажами с использованием функций системы Salesforce.com.

#### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.



### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «**Управление продажами**» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### ***Задания к лабораторной работе №4***

**1.** После рассылки рекламных материалов и проведения вебинара несколько клиентов согласились заключить с Вашей компанией контракт – осуществите все необходимые для этого действия. Для этого: Выберите пункт «**Контракт**» в раскрывающемся списке «Создать...» на боковой панели или нажмите кнопку «**Создать**» в разделе «**Недавние контракты**» на начальной странице контрактов. Чтобы связать новый контракт с организацией, укажите значение в поле «Имя организации».

Или откройте страницу сведений о нужной организации и нажмите кнопку «**Создать**» в связанном списке «Контракты».

**2.** Выберите статус контракта (черновик).

**3.** Укажите дату начала контракта (17.04.2013).

**4.** Укажите срок контракта в месяцах (24 месяца).

**5.** Заполните остальные поля (контактное лицо организации, от имени которого подписывается контракт с организацией, дату подписи – 16.04.2013).

**6.** Нажмите кнопку «**Сохранить**».

Контракт будет добавлен в связанный список организации «Контракты».

**7.** После создания контракта необходимо его утвердить. Текущая организация поддерживает функцию утверждения контрактов. Например, для каждой группы может быть выбран сотрудник, ответственный за утверждение контрактов. Прежде чем настроить систему

Salesforce, необходимо определить жизненный цикл контракта в организации. В качестве примера рекомендуем использовать стандартный процесс утверждения контрактов, описанный ниже.

- Пользователь создает контракт. Этот пользователь должен иметь разрешение «Редактирование» для контрактов. Всем новым контрактам присваивается статус **Draft** («Черновик»).

- Ответственный сотрудник отправляет запрос на утверждение контракта руководителю группы. Значение статуса контракта меняется на **In Approval Process** («В процессе утверждения»).

- Руководитель группы принимает или отклоняет запрос на утверждение контракта. В случае отклонения запроса ответственный сотрудник может внести изменения в контракт и отправить повторный запрос на утверждение. Как для принятых, так и для отклоненных запросов, отображается тот же статус **In Approval Process** («В процессе утверждения»).

- В случае утверждения запроса администратор контракта активирует соответствующий контракт. Активировать контракты могут пользователи с полномочием «Активация контрактов». Значение статуса активированного контракта меняется на **Activated** («Активировано»), а сам контракт становится доступным только для чтения. Активированные контракты не могут быть изменены. Контракт со статусом **Activated** («Активировано») может быть удален только пользователями с полномочием «Удаление активированных контрактов».

#### **Отправка запросов на утверждение**

- Чтобы отправить запрос на утверждение контракта, выполните указанные ниже действия.

- Выберите контракт.

- Нажмите кнопку «Создать» в связанном списке «Запросы на утверждение».

- Выберите сотрудника, которому должен быть отправлен запрос (в данном случае имеется в виду активный пользователь системы).

– Введите любые комментарии к запросу.

– Нажмите кнопку **«Сохранить»**. Система Salesforce отправляет электронный запрос на утверждение выбранному получателю. Чтобы просмотреть контракт, необходимо выбрать ссылку, добавленную в сообщение эл. почты. Чтобы принять контракт, необходимо нажать кнопку **«Утвердить»**. Чтобы отклонить контракт, следует нажать кнопку **«Отклонить»**. Все запросы на утверждение отслеживаются в связанном списке **«Запросы на утверждение»**.

**8.** Создайте продукты, которые Ваша компания предлагает своим клиентам и свяжите их с соответствующими прайс-листами в системе Salesforce.

**Продукты** – это отдельные продаваемые элементы в возможностях и сметах. Каждый продукт может находиться в нескольких различных прайс-листах под различными ценами. Продукт, указанный в прайс-листе, и связанная с ним цена называются записью прайс-листа. Продукты для записи перечислены в связанном списке **«Продукты»** на странице сведений о возможности и списке **«Элементы строки сметы»** на странице сведений о смете. Эти связанные списки могут использоваться для связывания прайс-листов с возможностями или сметами, добавления или редактирования продуктов, а также создания или редактирования расписаний для продуктов возможности.

**Прайс-листы** содержат продукты и связанные с ними цены. Каждый продукт вместе с ценой является записью прайс-листа. Можно использовать стандартный прайс-лист или создавать настраиваемые прайс-листы. Стандартный прайс-лист, создаваемый автоматически, содержит основной список всех продуктов и стандартных цен, независимый от настраиваемых прайс-листов, в которых они содержатся.

Чтобы добавить новые продукты, выполните указанные ниже действия:

а) Выберите пункт **«Продукт»** в раскрывающемся списке **«Создать...»** на боковой панели или нажмите кнопку **«Создать»** в связанном списке **«Недавние продукты»** на начальной странице продуктов.

b) Введите имя продукта (создайте 5 продуктов: Salesforce, MS Dynamics CRM, 1C:CRM, Oracle Siebel CRM, SAP CRM).

c) Введите дополнительные сведения о продукте – кратко приведите характеристику каждого продукта.

d) Нажмите кнопку **«Сохранить и добавить цену»**, чтобы сохранить продукт и ввести стандартную цену. Для того, чтобы данная цена стала доступна для продуктов, добавленных в возможности, сметы или другие настраиваемые прайс-листы, установите флажок **«Активно»**.

## **9. Добавьте созданные продукты в прайс-лист, возможность и смету.**

Чтобы выбрать прайс-лист для добавления продукта, нажмите кнопку **«Добавить в прайс-лист»** в связанном списке «Прайс-листы» на странице сведений о продукте. Данная кнопка доступна только в том случае, если продукту назначена стандартная цена

Предварительно создайте новый прайс-лист. Для этого зайдите на вкладку **Продукты > Управление прайс-листами**, нажмите кнопку **Создать**, напишите имя прайс-листа (**CRM**). Выберите созданные ранее продукты и добавьте их в прайс-лист.

**10.** С помощью специальных шаблонов создайте новую смету – для этого последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Настроить»** > **«Сметы»** > **«Шаблоны»**. Нажмите кнопку **«Создать»** и выберите готовый шаблон (например, «Стандартный шаблон»), который будет использоваться для создания нового шаблона. Введите имя нового шаблона (Смета 1). В редакторе шаблонов перетащите нужные элементы, а затем добавьте необходимые сведения. Чтобы добавить...

– поля сметы или поля связанных объектов, перетащите компонент «Раздел» и добавьте в него поля;


– текст, доступный для редактирования и форматирования (например, сроки и условия), перетащите компонент «Поле текста или изображения»;

- изображение (например, логотип компании), перетащите компонент «Поле текста или изображения»;
- таблицу полей сметы или полей другого объекта (например, элемента строки сметы), воспользуйтесь компонентом «Список».

### **Структура редактора шаблонов сметы**

Редактор шаблонов состоит из двух частей: палитра (вверху) и макет шаблона (внизу).

Палитра содержит элементы, которые могут быть добавлены в макет (например, списки и разделы), а также поля, которые могут быть добавлены в разделы.

- Чтобы развернуть или свернуть палитру, щелкните значок , расположенный под палитрой.
- В левом столбце выберите объект для отображения его полей на палитре.
- Чтобы быстро найти на палитре нужные элементы, воспользуйтесь полем «Быстрый поиск».

### **Работа с редактором шаблонов сметы**

• Чтобы добавить элемент в шаблон, перетащите нужный элемент из палитры в макет. Чтобы добавить или изменить порядок отображения полей сметы, воспользуйтесь разделом. Чтобы создать таблицу, содержащую поля другого объекта (например, элемента строки сметы), воспользуйтесь списком. Компонент «Поле текста или изображения» позволяет добавлять текст или загружать изображение, например, логотип компании.

• Чтобы выбрать несколько отдельных полей, воспользуйтесь комбинацией CTRL + щелчок. Чтобы выбрать несколько смежных полей, воспользуйтесь комбинацией SHIFT + щелчок.

• Чтобы удалить элемент из макета, перетащите нужный элемент на палитру или наведите указатель мыши на его заголовок и щелкните значок.

• Чтобы заголовок не отображался в шаблоне или документе в формате PDF, установите флажок «Скрыть заголовок» при перетаскивании раздела.

• В любом разделе (включая верхний и нижний колонтитулы) можно изменить количество столбцов и способ

выравнивания полей, а также скрыть или отобразить метки полей. Щелкните значок и внесите необходимые изменения.

- Чтобы отменить или повторить действие, щелкните **«Отменить»** или **«Повторить»** соответственно.

- Чтобы изменить свойства любого компонента макета, дважды щелкните его заголовок.

- Чтобы переименовать шаблон, щелкните **«Свойства шаблона сметы»**.

- Для предварительного просмотра шаблона нажмите кнопку **«Сохранить и открыть предварительный просмотр»**.

- Чтобы сохранить изменения и продолжить редактирование шаблона, щелкните **«Быстрое сохранение»**.

- Чтобы сохранить изменения и завершить редактирование шаблона, нажмите кнопку **«Сохранить»**. Прежде чем закрыть шаблон, нажмите кнопку **«Сохранить»**. Откройте страницу **«Шаблоны сметы»** и щелкните ссылку **«Активировать»**.

**11.** Чтобы выбрать продукт для добавления в возможность, нажмите кнопку **«Добавить продукт»** в связанном списке **«Продукты»** на странице сведений о возможности. Чтобы выбрать продукт для добавления в смету, нажмите кнопку **«Добавить элемент строки»** в связанном списке **«Элементы строки сметы»** на странице сведений о смете. Просмотрите прайс-лист и распечатайте его.

**12.** Создайте стандартное расписание доходов (рис.3). На начальной странице продуктов выберите продукт. Нажмите кнопку **«Правка»** справа от надписи **«Сведения о продукте»**. Задайте параметры расписания:

- тип – разделить сумму на несколько выплат;

- период выплаты – ежемесячно;

- количество выплат – 12.

**13.** Нажмите кнопку **«Сохранить»**.

Поле	Описание
Тип расписания	Укажите, будут ли доходы от реализации продукта и объемы продукции разделены на несколько выплат либо повторены для каждой выплаты.
Период выплаты	Укажите период выплат (еженедельно, ежемесячно и т. п.).
Количество выплат	Количество выплат в расписании.

Рисунок 3 – Параметры расписания

### Примеры

Следующие примеры иллюстрируют несколько распространенных вариантов использования стандартных расписаний.

**Только стандартное расписание доходов.** Ваша компания (поставщик услуг аренды приложений) продает годовые лицензии на продукты по цене 1 200 рублей за одну лицензию в год. Когда заказчик покупает лицензии, все лицензии ему предоставляются сразу, при этом доход вы будете получать ежемесячно. В этом случае в расписании доходов необходимо установить следующие значения: «Тип расписания доходов» – «Разделить», «Период выплат прибыли» – «Ежемесячно», «Число выплат прибыли» – 12. При использовании этого стандартного расписания доходов агент по продажам продает (на основе возможности) 15 марта 200 лицензий по цене 1200 рублей за лицензию в год. Все 200 лицензий «отгружаются» 15 марта. Общий годовой доход для продукта составляет 240 000 рублей (200 лицензий, умноженные на 1200 рублей за каждую в год). Расписание доходов автоматически разделит суммарный доход на ежемесячные выплаты по 20 000 рублей 15 числа каждого месяца в течение года.

**Только стандартное расписание объемов продукции.** Ваша компания (поставщик медицинского оборудования) продает языкодержатели по 10 рублей за упаковку. Как правило, у вас заключены годовые контракты с медицинскими учреждениями на ежемесячную поставку упаковок с продуктом. В этом случае в расписании объемов продукции необходимо установить

следующие значения: «Тип расписания объемов продукции» – «Повторять», «Период выплаты по количеству» – «Ежемесячно», «Число выплат по количеству» – 12.

При использовании этого стандартного расписания объемов продукции агент по продажам продает (на основе возможности) 1 января 1000 упаковок продукта. Расписание объемов автоматически создаст 12 ежемесячных выплат по количеству (по 1000 упаковок каждая) с общим объемом реализации 12 000 упаковок. Суммарный доход от использования этой возможности подсчитывается на основе цены за единицу и общего количества и составляет на 1 января 120 000 рублей.

**Стандартные расписания объемов продукции и доходов.** Ваша производственная компания продает изделия по 10 рублей за штуку. В такой ситуации, как правило, заключаются годовые контракты на еженедельную поставку изделий.

При этом заказчики рассчитываются за продукцию ежеквартально. В этом случае в расписании объемов продукции необходимо установить следующие значения: «Тип расписания объемов продукции» – «Повторять», «Период выплаты по количеству» – «Еженедельно», «Число выплат по количеству» – 52. А также в расписании доходов установить следующие значения: «Тип расписания доходов» – «Разделить», «Период выплат прибыли» – «Ежеквартально», «Число выплат прибыли» – 4.

Используя эти стандартные расписания объемов продукции, агент по продажам продает (на основе возможности) 2000 изделий 1 января. Расписание объемов продукции применяется первым и планирует отгрузку 2000 изделий каждую неделю в течение года. При этом общий объем продукции составит 104 000 изделий. Суммарный доход рассчитывается на основе цены за единицу и общего количества изделий. Полученный суммарный доход (1 040 000 рублей) делится затем на квартальные выплаты по 260 000 рублей каждая.



**14.** После подписания контракта необходимо сформировать итоговую смету. Чтобы включить сметы для организации, выполните указанные ниже действия:

– последовательно выберите пункты *Имя пользователя* > **«Настройка»** > **«Настроить»** > **«Сметы»** > **«Параметры»**.

– выберите параметр «Включить сметы».

– нажмите кнопку **«Сохранить»**.

– выберите параметр «Макет возможности» для отображения связанного списка «Сметы» в стандартном макете страницы возможностей.

– дополнительно выберите параметр «Добавить к настройке личного связанного списка пользователей», чтобы добавить связанный список «Сметы» во все макеты страницы возможностей, настроенные пользователями.

– для завершения нажмите кнопку **«Сохранить»**.

### ***Лабораторная работа №5*** **«Маркетинг и аналитика»**

#### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

Цель работы – изучить возможности системы Salesforce.com, связанные с управлением маркетинговыми кампаниями организации, а также аналитические функции по формированию отчетов по различным параметрам.

#### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «**Маркетинг и аналитика**» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### ***Задания к лабораторной работе №5***

#### **Маркетинг**

**Кампания** – это внешний маркетинговый проект, планирование, контроль и отслеживание которого выполняется в Salesforce. К кампаниям относятся прямые почтовые рассылки, семинары, печатная реклама, электронные рассылки и любые другие маркетинговые проекты. Кампании могут быть организованы в иерархии с целью более удобного анализа связанных маркетинговых тактик.

Вкладка «Кампании» представляет собой начальную страницу для быстрого поиска и запуска отчетов по кампаниям. Стандартные и настраиваемые списковые представления позволяют выполнять сортировку и фильтрацию. При выборе вкладки «Кампании» отображается начальная страница кампаний. Начальная страница кампаний доступна всем пользователям.

**1.** Создайте новую кампанию (семинар на тему «Обзор функциональных возможностей Salesforce.com»), для этого нажмите кнопку «Создать» в разделе «Недавние кампании». Создайте описание данного мероприятия: на данном семинаре будут продемонстрированы основные функции клиентоориентированной системы по управлению взаимодействием с покупателями: создание единой БД, управлении временем, аналитика, маркетинг, прогнозирование и т.д.

**2.** Определите статус мероприятия как «запланировано». Укажите основные параметры планируемой маркетинговой

кампании: даты начала и окончания (09.04.13 и 10.04.13 соответственно), плановые и фактические затраты в размере 2000 долл.. Отметьте ожидаемый ответ со стороны потенциальных клиентов (50%).

3. Добавьте участников данного семинара, используя возможности системы (нажмите «Управление участниками»). Из всех интересов выберите тех, которые соответствуют параметрам (отрасль: телекоммуникации, строительство, банковское дело; годовой доход больше или равный 1000000; количество сотрудников: больше или равно 50).

4. Свяжите созданную маркетинговую кампанию с другой посредством иерархии кампаний.

*Иерархия кампаний* – это надежное средство классификации, которое позволяет анализировать и создавать отчеты о состоянии связанных кампаний. Пользователи могут группировать кампании в рамках конкретной маркетинговой программы или проекта путем связывания кампаний посредством взаимосвязи поиска. Иерархия может содержать не более пяти уровней. Для каждой кампании может существовать только одна родительская кампания и неограниченное количество одноуровневых кампаний. По умолчанию связанный список «Иерархия кампаний» отображается на странице сведений о кампании, но не содержит записей до тех пор, пока для организации не будут настроены иерархии кампаний.

5. Чтобы настроить иерархии кампаний, добавьте в макет страницы кампании поле «Родительская кампания» и включите поддержку полей статистики.

Ниже перечислены поля иерархии кампаний.

- Итого число отправленных в иерархии
- Итого ожидаемый доход в иерархии
- Итого сметная стоимость в иерархии
- Итого фактическая стоимость в иерархии
- Итого интересов в иерархии
- Итого преобразованных интересов в иерархии
- Итого контактов в иерархии
- Итого возможностей в иерархии
- Итого реализованных возможностей в иерархии

- Итого ценность реализованных возможностей в иерархии

- Итого ценность возможностей в иерархии

- Итого ответов в иерархии

6. После настройки иерархий можно создайте и назначит родительские кампании с помощью поля «Родительская кампания», а также просмотрите сведения об иерархии на странице «Иерархия кампаний» или в связанном списке «Иерархия кампаний».

### Аналитика

Система Salesforce поддерживает разнообразные аналитические средства, предназначенные для просмотра и анализа данных. Аналитика Salesforce состоит из нескольких компонентов.

#### – Типы отчетов

*Тип отчета* определяет набор записей и полей, доступных в отчете, исходя из взаимосвязей между основным и связанными с ним объектами. В отчетах отображаются только те записи, которые соответствуют критериям, заданным в типе отчета. Система Salesforce поддерживает целый ряд predefined типов стандартных отчетов, на основе которых администраторы могут создавать собственные типы настраиваемых отчетов. Например, администратор может создать тип отчета, при котором отображаются только заявки о приеме на работу, содержащие резюме; тогда как заявки без резюме в отчетах такого типа отображаться не будут. Также администратор может задать отображение записей, для которых *возможно* наличие связанных записей, например, заявки с резюме или без него. В этом случае все заявки, независимо от наличия резюме, будут отображаться в отчетах такого типа.

#### – Отчеты

*Отчет* — это набор записей, соответствующих заданным критериям и отображающихся в виде упорядоченных строк и столбцов. Данные отчета могут быть отфильтрованы, сгруппированы и представлены в виде диаграммы. Отчеты

хранятся в папках, доступных определенному кругу пользователей.

#### **– Панели мониторинга**

Доступ к *панелям мониторинга* контролируется администраторами путем их сохранения в папках с определенным уровнем доступности. Папки панелей мониторинга могут быть общедоступными, скрытыми или доступными только для использования конкретными группами, ролями или территориями. Панели мониторинга, хранящиеся в папке, могут быть просмотрены при наличии доступа к самой папке.

Каждой панели мониторинга назначается *текущий пользователь*, параметры безопасности которого определяют данные, доступные для отображения. Если в качестве текущего пользователя указан конкретный пользователь, то всем пользователям, просматривающим панель мониторинга, отображаются те данные, которые разрешены параметрами безопасности этого пользователя, независимо от их личных настроек безопасности. Для динамических панелей мониторинга в качестве текущего пользователя может быть выбран пользователь, выполнивший вход в систему. В этом случае данные, отображаемые на панели мониторинга, будут зависеть от уровня доступа каждого конкретного пользователя.

#### **– Папки**

*Папка* – это область для хранения документов, панелей мониторинга, отчетов или шаблонов электронной почты.

Папки могут быть личными, общедоступными и скрытыми. Кроме того, для них может быть выбран уровень доступа: только для чтения или для чтения и записи. Для определения пользователей, имеющих доступ к содержимому папок, можно использовать роли, полномочия, общедоступные группы и типы лицензий. Доступ к папке может быть предоставлен всем пользователям организации или только ответственному за нее сотруднику.

#### **– Аналитические снимки**

Аналитический снимок – это средство составления отчетов по архивным данным. Авторизованные пользователи

могут сохранять результаты табличных или сводных отчетов в полях настраиваемого объекта, а затем соотносить эти поля с соответствующими полями целевого объекта. Также они могут запланировать время выполнения отчета для загрузки данных отчета в поля настраиваемого объекта. Аналитические снимки позволяют работать с данными отчетов так же, как с другими записями Salesforce.

Например, руководитель службы поддержки клиентов может настроить аналитический снимок, который будет ежедневно в 17:00 составлять отчеты по открытым обращениям, назначенным ему лично или его подчиненным, и сохранять эти данные в настраиваемый объект для создания журнала открытых обращений, который будет использоваться в отчетах для отслеживания текущих тенденций. Также он может создавать отчеты по данным на конкретный момент времени или по данным тенденций, сохраненным в настраиваемом объекте, и использовать эти отчеты в качестве источника для компонента панели мониторинга.

### **Просмотр и запуск отчетов**

Вкладка «Отчеты» позволяет создавать, просматривать, находить и редактировать отчеты и панели мониторинга. Кроме того, данная вкладка позволяет создавать и редактировать папки отчетов и панелей мониторинга.

Ниже перечислены действия, доступные на вкладке «Отчеты».

- Просмотрите список недавно просмотренных отчетов и панелей мониторинга. Чтобы найти нужный отчет или панель мониторинга, воспользуйтесь полем поиска. Чтобы уточнить результаты поиска, воспользуйтесь фильтрами или выберите нужную папку.

- Щелкните ссылку **«Перейти к списку панелей мониторинга»** на вкладке «Панели мониторинга». Папка, содержащая данную панель мониторинга, откроется на вкладке «Отчеты».


- Чтобы переместить отчеты или панели мониторинга в другие папки, перетащите их из спискового представления на панель «Папки».

- Чтобы запустить отчет, щелкните имя нужного отчета. Чтобы просмотреть панель мониторинга, щелкните имя нужной панели мониторинга.

- Чтобы создать, изменить или удалить папку отчетов или панелей мониторинга, воспользуйтесь панелью «Папки». Добавленные папки отображаются в алфавитном порядке.

- Добавьте новый отчет или панель мониторинга.



- Чтобы изменить отчет или панель мониторинга,

щелкните значок .

- Удалите отчет на странице 3084 или панель мониторинга, либо выполните экспорт данных отчета.

- Настройте списковое представление. Измените размер, порядок отображения или сортировки столбцов, скройте столбцы или выберите количество элементов для отображения в списковом представлении.

- Запланируйте выполнение отчетов и обновление панелей мониторинга. Запланированные отчеты и панели мониторинга

отображаются со значком  в столбце .

1. Создайте новый отчет по **Компаниям и контактам**. Выберите матричный формат представления отчета. Добавьте дополнительные поля в отчет: отдел, источник интереса, отрасль, тип, годовой доход. Назовите отчет (Отчет по клиентам компании). Постройте диаграмму по отраслевому распределению организаций. Экспортируйте отчет в формате Excel.

2. При просмотре отчета нажмите кнопку «**Запустить отчет**», чтобы запустить отчет прямо сейчас. Запланируйте отчет на будущее. Для этого щелкните имя нужного отчета на вкладке «Отчеты».

3. Затем нажмите раскрывающуюся кнопку «**Запустить отчет**» и выберите значение «**Запланировать будущие запуски...**». При создании отчета планирование доступно только после выбора имени отчета и папки для его хранения.

4. Введите имя нужного пользователя в поле «**Текущий пользователь**» на странице «Запланировать отчет». Уровень доступа текущего пользователя определяет данные,

отображаемые другим пользователям, включая пользователей портала, при получении результатов выполнения запланированного отчета. Другой текущий пользователь может быть выбран только при наличии полномочия «Просмотр всех данных».

**5. Установите нужный переключатель.**

Переключатель	Значение
Мне	Отправка отчета на собственный адрес эл. почты, указанный в профиле пользователя.
Мне и другим пользователям...	Отправка отчета дополнительным пользователям.

Отчеты могут быть отправлены только на адреса эл. почты, указанные в записях пользователей Salesforce. Отчеты, полученные пользователями портала по эл. почте, отображают данные, доступные текущему пользователю, выбранному в расписании отчета. При наличии конфиденциальной информации пользователь портала должен быть выбран в качестве текущего пользователя для планируемого отчета.

**6.** Выберите частоту, продолжительность и время выполнения отчета.

**7.** Установите переключатель «Ежедневно», «Еженедельно» или «Ежемесячно» в поле «Частота», а затем уточните критерии частоты (**ежемесячно 1-го числа**).

**8.** Чтобы задать продолжительность расписания, выберите нужные даты в полях «Начать» и «Завершить» (1.11.2012 и 1.12.2013).

**9.** Чтобы выбрать нужное время начала, щелкните ссылку **«Найти доступные варианты...»** напротив поля «Предпочтительное время начала». Предпочтительное время начала доступно только в том случае, если оно не было выбрано другими пользователями.

**10.** Нажмите кнопку **«Сохранить расписание отчета»**. При необходимости установите следующие переключатели.



Переключатель	Значение
Сохранить изменения отчета к данному расписанию	Сохранение расписания отчета и изменений, внесенных в отчет.
Отменить изменения отчета	Сохранение расписания отчета. Изменения, внесенные в отчет, отменяются.

Имя отчета, доступное в сообщении эл. почты, позволяет получателям отчета выполнять вход в систему Salesforce и просматривать отчет напрямую.

## 11. Создайте новую панель мониторинга

*Панель мониторинга* – это средство отображения данных исходного отчета в виде визуальных компонентов, таких как: диаграммы, шкалы, таблицы, показатели или страницы Visualforce. Компоненты представляют собой моментальные снимки ключевых показателей и индикаторов эффективности организации.

*Конструктор панелей мониторинга* – это графический интерфейс для создания и редактирования панелей мониторинга. Конструктор позволяет настраивать всю панель мониторинга, а также ее отдельные столбцы и компоненты.

Чтобы добавить новую панель мониторинга, нажмите кнопку **«Создать панель мониторинга»**. Добавьте таблицу, вертикальную диаграмму и шкалу на панель. Добавьте источники данных: интересы по источникам (вертикальная диаграмма), таблица (количество контактов), организации-лидеры (шкала).

Чтобы изменить свойства панели мониторинга, выполните указанные ниже действия.

1. Щелкните ссылку **«Правка»** напротив нужной панели мониторинга.
2. Чтобы добавить описание, щелкните текстовое поле в верхней части панели мониторинга.
3. Задайте ключевые свойства панели мониторинга:
  - а. Нажмите кнопку **«Свойства панели мониторинга»**.

- b. Введите заголовок панели мониторинга.
  - c. При наличии полномочия «Настройка приложения» введите уникальное имя, которое будет использоваться в API и управляемых пакетах.
  - d. Выберите папку для хранения панели мониторинга. Данная папка должна быть доступна всем соответствующим пользователям.
  - e. Выберите цвет и размер заголовка, цвет текста и направление изменения фона на вкладке «Параметры компонента».
  - f. Нажмите кнопку «**Сохранить**».
4. При необходимости измените порядок отображения столбцов на панели мониторинга.
- a. Чтобы добавить новый столбец, щелкните значок **+**. Панели мониторинга могут содержать не более трех столбцов.
  - b. Чтобы удалить столбец, щелкните значок **X**. Панели мониторинга должны содержать не менее двух столбцов. Прежде чем удалить столбец, перенесите его компоненты в другой столбец. В противном случае они могут быть недоступны.
  - c. Чтобы настроить ширину столбца, выберите значение «**Узкий**», «**Средний**» или «**Широкий**» в раскрывающемся списке.
5. Задайте текущего пользователя панели мониторинга.
6. Сохраните панель мониторинга.

### *Лабораторная работа №6* **«Сообщество “Идеи”»**

#### **Порядок прохождения лабораторного практикума**

Цель работы – изучить раздел «Идеи» системы Salesforce.com, в рамках которого пользователи публикуют свои предложения относительно того или иного мероприятия, голосуют за них, предоставляют отзывы по продуктам и предлагают новые функции.

### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «Сообщество “Идеи»» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

### ***Задания к лабораторной работе №6***

«Идеи» – это сообщество пользователей, публикующих идеи, голосующих за них и размещающих комментарии к идеям. Данное сообщество является неким интерактивным банком идей, содержащим цепочки обсуждений и рейтинги популярности по каждой теме.

1. Создайте новую идею, которая заключается в применении методов интеллектуального анализа данных для сегментации клиентской базы данных с целью выстраивания индивидуальных взаимоотношений с каждой группой. Для этого нажмите кнопку «Создать идею» в списке представлений «Идеи», выберите нужное сообщество (Internal Community) и нажмите кнопку «Продолжить». Либо: выберите пункт «Идея» в раскрывающемся списке «Создать...» на боковой панели, выберите нужное сообщество и нажмите кнопку «Продолжить».

2. При публикации идеи в пространство идей выберите нужное пространство идей из списка. Идеи могут быть опубликованы только в те пространства идей, которые доступны в собственном сообществе. Введите заголовок идеи (не более 255 символов). Заголовок идеи: Сегментация клиентской базы.

3. После ввода заголовка система Salesforce выполняет автоматический поиск похожих идей и отображает первые пять совпадений. Чтобы открыть страницу сведений о похожей идее в новом окне, щелкните заголовок нужной идеи. Страница сведений содержит описание идеи и позволяет принять участие в голосовании (взамен публикации повторяющейся идеи в сообществе). Чтобы опубликовать собственную уникальную идею в случае отсутствия похожих идей, выполните указанные ниже действия.

4. Введите описание идеи в поле «Описание»: для выделения устойчивых и похожих групп среди базы покупателей и для выстраивания эффективной политики сотрудничества с учетом особенностей каждой группы клиентов можно использовать технологию интеллектуального анализа данных (Data Mining). В качестве инструмента можно применить самоорганизующиеся карты Кохонена.

5. Если в организации включен HTML-редактор для сообщества «Идеи», то описание может содержать код HTML и опорные интерактивные изображения. Если HTML-редактор отключен, рекомендуем использовать только обычный текст. Выберите как минимум одну категорию.

6. При необходимости выберите статус идеи (доступно только администраторам). Раскрывающийся список «Статус» доступен только администраторам.

7. Нажмите кнопку «Опубликовать». Новая идея добавляется на вложенную вкладку «Недавние идеи», а ее рейтинг автоматически повышается на 10 очков. Каждый голос соответствует 10 очкам.

8. Оставьте два комментария к данной идее. Чтобы добавить комментарии к идеям, доступные другим участникам сообщества, выполните указанные ниже действия:

- Выберите нужную идею на вкладке «Идеи».
- Щелкните заголовок идеи или ссылку «**Комментарии**», расположенную под описанием идеи.
- Введите комментарий в текстовое поле раздела «Добавить комментарий» на странице сведений об идее. Разрешается использовать не более 4 000 символов.
- Чтобы отправить комментарий, нажмите кнопку «**Опубликовать**».

Новый комментарий добавляется в связанный список «Комментарии» на странице сведений об идее. Один из комментариев удалите.

9. Создайте еще одну идею с похожим содержанием (повторяющуюся идею). Повторяющиеся идеи препятствуют быстрому просмотру отзывов ввиду публикации комментариев и голосов в разных похожих идеях. Оптимальным решением данной проблемы является объединение повторяющихся идей, при котором одна идея становится основной, а остальные похожие идеи становятся дочерними.

10. Объедините две созданные идеи, для этого выполните указанные ниже действия:

- щелкните заголовок нужной идеи на вкладке «Идеи».
- нажмите кнопку «**Найти повторы**» на странице сведений об идее. Система Salesforce обработает все идеи, доступные в сообществе, и отобразит пять идей, заголовки которых соответствуют заголовку текущей идеи.
- если список «Возможные повторы» не содержит нужных идей, введите ключевые слова в поле «Поиск повторов» и нажмите кнопку «**Поиск**». Система Salesforce отобразит новый список возможных повторов.

– выберите нужные идеи в списке «Возможные повторы». Чтобы просмотреть сведения о возможном повторе, щелкните заголовок нужной идеи. Чтобы вернуться к результатам поиска, нажмите кнопку обозревателя «Назад».

- нажмите кнопку **«Объединить с текущей идеей»**.
- выберите основную идею и нажмите кнопку **«Объединить»**.
- чтобы завершить объединение, нажмите кнопку **«ОК»**.

Ниже перечислены термины, используемые в сообществе «Идеи».

### **Категория, идеи**

Категории – это значения, определяемые администратором, которые помогают организовать идеи в логические подгруппы внутри сообщества. Раскрывающийся список «Просмотр категории» на вкладке «Идеи» позволяет фильтровать идеи по категории, а раскрывающийся список «Категории» на странице «Добавить идеи» позволяет назначать категории. Например, сообщество идей, посвященное вопросам качественного улучшения производимой линии одежды, может использовать следующие категории: «Рубашки», «Пиджаки» и «Свитера». Каждая организация использует один общий набор категорий, который может быть добавлен или удален из каждого сообщества. Сообщества идей и ответов используют разные категории, заданные администратором.

### **Комментарий**

Комментарии – это текстовые ответы на размещенные идеи, которые объединяются в обсуждение идей. Комментарии, опубликованные последними, отображаются на вложенной вкладке «Комментарии» вкладки «Идеи». На странице сведений об идее комментарии отображаются в хронологическом порядке – от более старых к более новым.


### **Сообщество**

Сообщества помогают объединять идеи и вопросы в логические группы; каждое сообщество имеет собственное направление, уникальные идеи и вопросы. Версия Professional Edition позволяет использовать только одно внутреннее сообщество идей. Все остальные версии позволяют использовать не более 50 сообществ, связанных с идеями, ответами и Chatter Answers.

### **Приложение «Сообщество»**

Приложение «Сообщество» поддерживает функции «Идеи» и «Ответы». Приложение «Сообщество» доступно в меню приложений Force.com.

### **Эксперт сообщества**

Эксперт сообщества – это участник сообщества, который официально выступает от имени организации. При публикации комментария или идеи имя эксперта сообщества помечается уникальным значком () , позволяющим другим участникам сообщества быстро определять достоверные данные. Администратор Salesforce может назначить необходимое количество экспертов.

### **Понизить**

Чтобы понизить рейтинг неудачной идеи на 10 очков, нажмите кнопку **«понизить»**. Рейтинг идеи может быть понижен только один раз. Идея, рейтинг которой был понижен, не может быть повышена. Если количество отрицательных голосов превышает количество положительных, то рейтинг идеи может быть отрицательным.

### **Период расцвета**

Параметр «Период расцвета» определяет скорость, с которой устаревшие идеи перемещаются в нижние строки рейтинга на вложенной вкладке «Популярные идеи», чтобы уступить место тем идеям, за которые недавно были отданы голоса. Чем меньше период расцвета, тем быстрее устаревшие идеи перемещаются вниз страницы. Данный параметр влияет на все сообщества в организации.

### **Идея**

Идея – это предположение, опубликованное участником сообщества идей. Например, идея для сообщества, специализирующегося по теме «Автомобильные принадлежности», может иметь следующий заголовок: «Изолированные подстаканники для хранения напитков». Идея для сообщества, специализирующегося по теме «Льготы сотрудников компании», может иметь следующий заголовок: «Корпоративный детский сад».

### **Пространства идей**

Пространство идей – это форум, позволяющий приглашать участников сообщества к публикации идей по конкретным темам. Опубликованные идеи могут содержать возможные решения проблем или предложения по модернизации компании.

### **Очко**

Очко – это единица измерения, определяющая популярность идеи. Каждому голосу соответствует 10 очков (положительная оценка добавляет 10 очков, отрицательная – отнимает 10 очков). Общее количество очков отображается слева от идеи.

### **Популярные идеи**

Вложенная вкладка «Популярные идеи» позволяет сортировать идеи по внутреннему рейтингу, основанному на времени размещения положительных голосов за идею. Независимо от общего количества очков, идеи с более новыми положительными голосами отображаются выше, чем идеи с более старыми положительными голосами. Таким образом, чем позже идея приобрела популярность, тем выше она отображается на странице. Дополнительную информацию см. в терминах «Очко» и «Период расцвета».

### **Повысить**

Чтобы повысить рейтинг идеи на 10 очков, нажмите кнопку **«повысить»**. Рейтинг идеи может быть повышен только один раз. Идея, рейтинг которой был понижен, не может быть повышена. Система Salesforce автоматически повышает рейтинг любой собственной идеи.

### **Статус**

Статус идеи помогает участникам сообщества отслеживать развитие идеи. Например, значения «Проверяется», «Проверено», «Скоро появится» и «Теперь доступно» – это типичные статусы, которые могут быть заданы и назначены идеям. Статус идеи отображается напротив ее заголовка для всех участников сообщества.

### **Лучшие за все время идеи**

Вложенная вкладка «Лучшие за все время» сортирует идеи по количеству очков — от наибольшего к наименьшему.



Данная вложенная вкладка позволяет просмотреть самые популярные идеи в журнале сообщества «Идеи».

### ***Лабораторная работа №7*** **«Работа с вкладками “Решения” и “Обращения”»**

#### ***Порядок прохождения лабораторного практикума***

***Цель работы*** – изучить разделы «Решения» и «Обращения» системы Salesforce.com, которые позволяют сохранять и обмениваться экспертными знаниями о продуктах, а также систематизировать обработку решений и усовершенствовать процесс принятия решений по обращениям.

#### ***Правила оформления и представления отчета по лабораторной работе***

Отчет предоставляется в письменной форме. Он должен состоять из следующих частей:

- название работы;
- задание на выполнение работы;
- план (методика) выполнения работы;
- скриншоты программы по каждому заданию лабораторной работы;
- выводы о полученных знаниях и практических навыках в процессе выполнения лабораторной работы.

#### ***Правила оценки выполнения лабораторных работ***

Оценка по лабораторной работе «**Работа с вкладками “Решения” и “Обращения”**» складывается из трех составляющих:

- предварительная подготовка;
- выполнение практической части работы;
- качество сформулированных выводов по работе, понимание практического значения проделанной работы.

#### ***Задания к лабораторной работе №7***

Система salesforce.com поддерживает создание централизованного хранилища клиентских решений, которое позволяет сохранять и обмениваться экспертными знаниями о продуктах, а также систематизировать обработку решений и усовершенствовать процесс принятия решений по обращениям.

Решение – это подробное описание решения, принятого в отношении запроса клиента. Вкладка «Решения» содержит начальную страницу, позволяющую быстро находить нужные решения и управлять ими. Если в организации включена поддержка категорий решений, то пользователи могут просматривать и искать решения по категории. Сортировка и фильтрация решений могут выполняться с помощью стандартных и настраиваемых списковых представлений.

Основные отличительные особенности и преимущества

1. **База знаний по решениям** содержит ответы на общие вопросы, которые могут использоваться представителями компании для принятия быстрых и правильных решений по будущим обращениям.

2. **Многоуровневая система согласования решений** гарантирует публикацию только проверенных решений.

3. **Энциклопедия решений** позволяет быстро систематизировать и находить нужные решения.

4. **Функция автоматической интеграции с порталом самообслуживания** позволяет публиковать решения на собственном веб-узле и предоставлять клиентам возможность самостоятельного поиска ответов на интересующие их вопросы.

1. Создайте новое решение, для этого зайдите на соответствующую вкладку и нажмите «Создать». Введите заголовок решения (How do I change an account's billing information?).

2. Заполните вкладку «Сведения о решении»:

Problem—Users aren't sure how to change an account's billing information, such as the credit card number or payment type.

Solution—Change billing information in the active contract on the account.

1. Open an account by clicking its name on the Accounts home page or an Accounts related list.

2. Scroll to the Contracts related list and click Edit next to the active contract on the account.

3. Enter the correct billing information.

4. Click Save.

3. Проверьте описание решения на орфографию. Создайте еще два решения по аналогии с предыдущим.

### **Рекомендации по созданию решений**

– Добавьте все факты и симптомы проблемы.

– Добавьте любой нужный анализ или предложения по устранению неполадок.

– Добавьте краткое, но точное описание причины возникновения проблемы, а также ее решение.

– Укажите только одну причину и одно решение для каждого случая. Если решение включает в себя несколько этапов, пронумеруйте каждый этап и поместите их на отдельную линию.

– Убедитесь в доступности текста, а также в том, что он написан на языке целевой аудитории (как для клиентов, так и для пользователей службы поддержки).

– Убедитесь в том, что заголовок правильно отражает суть проблемы или вопроса.

– Чтобы повысить эффективность функции «Предложенные решения», свяжите с отдельным обращением как можно больше решений. Поиск предложенных решений осуществляется с помощью формулы, которая автоматически определяет важность каждого решения для отдельного обращения — по количеству связываний решения с похожими обращениями.

4. Проведите согласование решения, для этого нажмите кнопку «**Правка**» на странице сведений о решении. Внесите необходимые изменения и выберите значение «Согласовано» в раскрывающемся списке «Статус».

Сделайте решение доступным на портале самообслуживания и клиентском портале Salesforce, для этого установите флажок «Отображается на портале самообслуживания». Помимо этого сделайте данное решение

доступным посредством общедоступных решений - установите флажок «Отображается в общедоступной базе знаний». Нажмите кнопку «**Сохранить**».

**Обращение** – это описание проблемы, вопроса или отзыва клиента. Обращения используются для отслеживания и решения проблем клиентов. Вкладка «Обращения» позволяет быстро создавать, редактировать, находить и просматривать обращения. Ниже перечислены функции, которые должны быть настроены для сбора отзывов клиентов на корпоративном веб-узле и в сообщениях эл. почты.

Чтобы принять решение по обращению клиента, выполните указанные ниже действия.

1. Создайте новое обращение, для этого нажмите кнопку «**Создать**» в разделе «Недавние обращения». Заполните все сведения об обращении (контакт, имя организации, источник (эл.почта), статус (создать), тип (вопрос), причина (существующая проблема), приоритет (высокий), тема (**How do I change an account's billing information?**)).

2. Просмотрите обращение. Найдите статью или решение, содержащее ответ на вопрос, указанный в обращении (в качестве критерия поиска введите **Billing Information**).

3. Прикрепите статью или решение к обращению.

Щелкните ссылку «**Выбрать**» напротив нужного проверенного решения в списке решений. Или щелкните заголовок нужного непроверенного решения и нажмите кнопку «**Выбрать**» на странице сведений.

4. Чтобы отправить решение контакту, нажмите кнопку «**Отправить сообщение эл. почты**» в связанном списке «Журнал действий». Выберите нужный шаблон (Ответ с решением по обращению), нажмите кнопку «**Выбрать шаблон**». Заполните поля сообщения эл. почты. Нажмите кнопку «**Отправить**». Решения или статьи, отправленные по эл. почте, добавляются в качестве действий в связанный список «Журнал действий».

5. Закройте обращение.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Технологии CRM уже доказали свою жизнеспособность и эффективность. CRM-система становится бизнес-приложением, «по умолчанию» необходимым для компании, также как и бухгалтерская программа сегодня. В ближайшее годы работа компании без системы класса CRM станет практически невозможной. В связи с этим фактом особую актуальность приобретает изучение вопроса применения клиентоориентированных технологий в бизнесе. Методические указания по дисциплине «Клиентоориентированные системы (CRM)» позволяют сформировать целостное представление о теоретических, а также практических аспектах CRM и способствовать подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере клиентоориентированных технологий.

## СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

- **АВС-анализ** – метод, позволяющий ранжировать клиентов по степени их значимости на основе какого-либо критерия (прибыль, период взаимодействия с компанией, количество приобретенного товара).
- **Business Intelligence** – программные продукты, используемые в рамках предприятия и обеспечивающие на основе анализа информации, которая находится в хранилище данных компании, принятие правильных и обоснованных управленческих решений.
- **CRM** – клиентоориентированная стратегия, основанная на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания выстраивает взаимовыгодные отношения со своими клиентами. Результатом применения клиентоориентированной стратегии является повышение конкурентоспособности компании и увеличение прибыли.
- **CMR** – бизнес-стратегия, предполагающая, что управление отношениями осуществляется клиентами компании. Делает бизнес более удобным для клиентов, организована вокруг клиента и его потребностей.
- **CEM** – бизнес-стратегия, которая воплощает в себе заинтересованность во всех взаимодействиях с клиентом, а не только тех, что формализованы в CRM. В сущности это концепция о том, как изделия и услуги могут быть превращены в опыт покупателя.
- **Data Mining** - это процесс обнаружения в сырых данных ранее неизвестных, нетривиальных, практически полезных и доступных интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в различных сферах человеческой деятельности (определение Григория Пиатецкого-Шапиро).

- **E-CRM** – бизнес-стратегия, предполагающая использование беспроводных, мобильных и Интернет-технологий в процессе взаимодействия с клиентами.
- **ERM** – концепция, предполагающая ориентацию на цепочки поставщиков. ERM-система объединяет систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и систему управления ресурсами предприятия (ERP), она автоматизирует все взаимоотношения и бизнес-процессы в отдельно взятой компании.
- **Knowledge Management** – управление знаниями, сбор всей необходимой справочной информации (карты, отраслевая информация, аналитические материалы, статистика) для работы компании, создание отдельных новостных разделов по направлениям бизнеса, интеграция с источниками в Интернет, мощные поисковые средства.
- **ROI (Return On Investments – возврат на инвестиции)** – рентабельность инвестиций. Показатель эффективности инвестиций; чистая прибыль, деленная на объем инвестиций. Иногда рентабельность инвестиций определяется как отношение чистой прибыли к сумме акционерного капитала и долгосрочного долга.
- **Sales pipeline (воронка продаж)** - термин, связанный с процессом продаж и наглядно выражающий отношение количества потенциальных клиентов к тем, которые становятся реальными клиентами. Процесс превращения из первого типа во второй называется жизненным циклом продажи, и состоит из ряда шагов, которые отражены на воронке продаж.
- **Аналитический CRM** – отвечает за совместный анализ данных, характеризующих деятельность как клиента, так и фирмы, получение новых знаний, выводов, рекомендаций и т.п. Для получения эффективных результатов в рамках CRM применяется весь современный арсенал методов математического анализа данных.

- **Бизнес-процесс** – это устойчивый информационный процесс (последовательность работ), относящийся к производственно-хозяйственной деятельности компании. Бизнес-процесс включает в себя иерархию взаимосвязанных функциональных действий, реализующих одну (или несколько) из бизнес-целей компании в информационной системе. Исходя из определения, нужно понимать, что что бизнес-процесс – это регламентированная цепочка действий, приводящая к определенному результату.
  
- **Кастомизация (товаров, услуг)** - изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем её комплектации дополнительными элементами или принадлежностями. Основная задача кастомизации — создать у потребителя ощущение, что работа делается лично для него и удовлетворяет его личные потребности.
  
- **Комплекс маркетинга (Marketing mix)** – набор маркетинговых средств, определенная структура которого обеспечивает решение маркетинговых задач на целевом рынке. К числу средств комплекса маркетинга относят модель «4P»:
  - продукт (*Product*);
  - продажная цена (*Price*);
  - место, распределение (*Place*);
  - продвижение (*Promotion*).
  
- **Коллаборационный CRM** – класс CRM-систем, который дает возможность клиенту непосредственно участвовать в деятельности компании-поставщика и влиять на процессы разработки продукта, его производства, сервисного обслуживания посредством веб-сайтов, электронной почты, веб-порталов и т.д.
  
- **Маркетинг отношений (Marketing relationship)** – маркетинговая деятельность, направленная на установление длительных, конструктивных и привилегированных связей с потенциальными покупателями. Ставит задачу сохранения



клиентов для взаимовыгодных связей. Решения в области развития маркетинга отношений охватывают проблематику определения круга важнейших потребителей, разработку перспективных и текущих планов работы с клиентами, назначение специально обученных менеджеров по взаимоотношениям и осуществление контроля их деятельности. CRM-система является основным элементом маркетинга отношений.

- **Оперативный CRM** – класс CRM-систем, который дает оперативный доступ к информации по конкретному клиенту в процессе взаимодействия с ним в рамках обычных бизнес-процессов – продажи, обслуживания и др.
- **Персональные продажи** – личные контакты торгового персонала компании с покупателями, устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью его продажи или заключения торгового соглашения.
- **Сегментация клиентов** - изучение структуры клиентской базы и выявление устойчивых, сходных по определенным признакам групп покупателей.