

نرم افزار فرادیس

اتوماسیون مالی اداری و بازاریابی فرادیس

۰۲۱-۹۱۳۰۰۹۰۲

۰۳۱-۳۶۲۵۴۶۱۶



www.FaradisSoft.com

نرم افزار جامع فرادیس در یک نگاه

فرادیس از فروردین ماه ۱۳۹۰ با شماست



اتصال به VOIP



مدیریت VOC



مدیریت فکس



مدیریت پیامک



مدیریت ایمیل



مدیریت مکالمات



مدیریت مشتریان



کزارشات تحلیلی



داشبورد مدیریتی



مدیریت وقایع



مدیریت پرونده



مدیریت وظایف



کمپین بازاریابی



مدیریت بازاریابی



باشگاه مشتریان



اتصال به RFID



مدیریت انبار



مالی و حسابداری



مدیریت سفارشات



مدیریت فاکتور



مدیریت فروش



باعث افتخار است

بیشتر مشتریان شرکت فرادیس از معرفی مشتریان قبلی به دست می آیند و شرکت فرادیس تاکنون نیازی به تبلیغات سنگین احساس نکرده است با توجه به افزایش تعداد مشتریان و افزایش سطح رضایت مشتریان فرادیس که نشان دهنده جهت گیری درست شرکت بوده است که امیدواریم در آینده نیز موفق تر از امروز عمل کنیم

دفاتر فروش و پشتیبانی نرم افزار جامع فرادیس

تهران	تهران، ابتدای پاسداران، خیابان گل نبی، برج زمرد، طبقه ۱ واحد ۱۴ تلفن : ۰۲۱-۹۱۳۰۰۹۰۲
اصفهان	اصفهان، خ حکیم نظامی، سنگتراشهای شرقی، کوچه مهتاب، پلاک ۵ تلفن : ۰۳۱-۹۵۰۱۸۰۹۵
شهرکرد	شهرکرد، خیابان سعدی نبش کوچه ۵۶ تلفن : ۰۳۸۳۲۲۶۴۵۲۵
شیراز	شرکت آی سیز - خانم مهندس بهزادی تلفن: ۰۹۳۳۱۴۵۹۴۰۳
خوزستان	آقای اسماعیلی کارشناس پشتیبانی خوزستان موبایل : ۰۹۰۲۹۴۳۴۴۴۰
بابل	آقای غلامپور کارشناس پشتیبانی بابل موبایل : ۰۹۱۱۲۱۱۲۳۱۹
قم	شرکت چاووش پرداز - بلوار شهید صدوقی نبش ۳۰ متری قائم آقای معمار نژاد موبایل : ۰۹۱۲۶۵۲۱۲۳۰

ویژگی های کلیدی نرم افزار جامع فرادیس

- ۱- ریسپانسیو (واکنشگرا)، قابل استفاده بر روی موبایل، تبلت و PC
- ۲- سادگی کار با نرم افزار و UserFriendly بودن
- ۳- سیستم گزارش ساز پویا و داشبوردهای مدیریتی
- ۴- قابل یکپارچه شدن با نرم افزارهای مالی و اداری دیگر شرکت ها
- ۵- دارای فیلم آموزش نرم افزار بخش های مدیریتی و بخش های کاربری
- ۶- نصب آسان با استفاده از سی دی نصب بدون نیاز به پشتیبانی فرادیس
- ۷- شرکت در دوره های آموزش رایگان نرم افزار فرادیس بدون محدودیت تعداد دفعات
- ۸- سیستم پشتیبان گیری پیشرفته بر روی شبکه، External Storage، DropBox، Google Drive، FTP
- ۹- سطل بازیابی اطلاعات حذف شده Recycle Bin
- ۱۰- قابلیت ارتباط با Outlook، Google Calendar، Google Contacts
- ۱۱- قابلیت ارتباط با سیستم های مدیریت محتوی WordPress و Joomla
- ۱۲- قابلیت ارتباط با رسانه های اجتماعی Facebook، LinkedIn، Instagram، Telegram
- ۱۳- اختصاصی سازی تم و گرافیک نرم افزار توسط هر یک از کاربران مختص خود کاربر
- ۱۴- قابل استفاده به صورت تحت شبکه و لوکال و یا به صورت ابری (Cloud)
- ۱۵- سیستم سطوح دسترسی پیشرفته بر اساس گروه های کاربری مختلف
- ۱۶- امنیت بالا در مقابل حملات XSS، CSS، Session Hijacking، SQL Injection
- ۱۷- پیاده سازی شده با تکنولوژی دات نت و ۲۰۱۴ SQL Server

پکیج پایه CRM فرادیس

- **بانک اطلاعاتی اشخاص، مشتریان، تامین کنندگان، رقبا :** ایجاد پروفایل برای اشخاص به تفکیک کانال‌های بازاریابی، زمینه فعالیت، منطقه جغرافیایی و....
- **کلاس‌بندی مشتریان :** عادی، خوب، وفادار، خوش‌حساب، بدحساب، لیست سیاه، سرخ، فرصت و...
- **پیگیری‌های فروش :** تبدیل سر نخ به فرصت، فرصت به مشتری، مشتری به مشتری وفادار
- **مشترکین فراموش شده یا غائب :** امکان آلارم برای مشتریانی که قبلاً از ما خرید کرده‌اند و در حال حاضر به طور مثال طی ۴ ماه گذشته خریدی از ما نداشته‌اند.
- **قیف فروش :** تبدیل سر نخ به فرصت، فرصت به مشتری، مشتری به مشتری وفادار
- **تقویم جلسات کاری و یادآوری‌ها :** امکان تعریف یادآوری و یا TODO برای خود و سایر همکاران به همراه تعیین تاریخ و ساعت یادآوری و امکان ارجاع یادآوری‌ها
- **پیگیری‌های دوره‌ای :** امکان تعریف یادآوری‌های دوره‌ای مثل یک‌ماه یکبار یا ۹۰ روز یکبار و ... جهت حفظ ارتباط موثر با مشتری
- **ایمپورت و اکسپورت اطلاعات با Excell :** کلیه بخش‌های نرم افزار قابلیت اکسپورت به اکسل دارد و نیز بخش مشتریان، انبار، فاکتور و پیش فاکتور قابلیت ایمپورت از اکسل را نیز دارا می‌باشد.
- **ارسال پیامک :** پیامک تکی، گروهی، زماندار، دوره‌ای، کارت ویزیت الکترونیکی، ارسال به کد پستی به همراه یک خط ۱۴ رقمی رندوم و ارسال از طریق سیم کارت + خرید آنلاین شارژ پیامک

- **امکان چاپ آدرس مخصوص بسته های پستی :** امکان گزارش گیری و چاپ آدرس- های پستی با فرمت دلخواه بر روی پاکت های پستی
- **گزارشات :** تجزیه و تحیل مشتریان و کانال های بازاریابی، نظارت بر عملکرد پرسنل فروش، بررسی رفتار خریداران و....
- **مجوزهای دسترسی :** تعریف گروه های کاری مختلف به صورت چارت سازمانی و تعیین سطوح دسترسی برای هر گروه کاربری جهت مشاهده، ویرایش و حذف اطلاعات
- **ارسال ایمیل هوشمند :** ارسال فاکتور، پیش فاکتور، کاتالوگ و یا ایمیل های تبلیغاتی به مشتریان
- **آموزش نرم افزار :** به صورت فیلم کامل و جامعی همراه نرم افزار می باشد. برای کاربران داخل شهر اصفهان دو ساعت آموزش حضوری در محل خریدار و کاربران خارج از اصفهان دو ساعت به صورت اینترنتی آموزش داده خواهد شد. هر پنج شنبه در محل شرکت فرادیس از ساعت ۹:۳۰ الی ۱۱ صبح جلسات آموزشی برگزار می باشد که کاربران می توانند به تعداد دفعات نامحدود شرکت کنند.
- **پشتیبانی شش ماهه :** آپدیت های جدید نرم افزار + پشتیبانی تلفنی + نصب مجدد نرم افزار (یکبار) + تنظیم IP استاتیک (۲بار) . تمدید قرارداد پشتیبانی بعد از شش ماه اول در صورت تمایل، سالیانه ۱۵% مبلغ ماژول های خریداری شده.

دیگر امکانات نرم افزار فرادیس

- سیستم پشتیبان‌گیری پیشرفته بر روی شبکه ، E DropBox ، x Drive Google ، FTP Storage terna
- Pdf ساز حرفه‌ای جهت خروجی گرفتن از فاکتور، پیش فاکتور، قرارداد و ...
- نرم‌افزار طراحی قالب‌های چاپ قرارداد، فاکتور، پیش فاکتور و ... (توسط خریدار)
- مسدود شدن اکانت کاربر در وارد کردن رمز اشتباه بیش از ۵ مرتبه
- رویدادها و وقایع پرسنل در ثبت، ویرایش و حذف اطلاعات در سیستم
- بروزرسانی نرم‌افزار توسط خود کاربر
- مدیریت فایل‌ها و آرشیو آن‌ها
- امکان تغییر لوگو نرم‌افزار
- امکان تعریف سقف یادآوری در هر روز
- اختصاص اتوماتیک شماره اندیکاتور به نامه‌های ارسالی و دریافتی
- ارسال پیامک تبریک تولد خودکار به مشتری
- ارسال ایمیل تبریک تولد خودکار به مشتری
- اختصاصی‌سازی گرافیک نرم‌افزار بر اساس سلیقه شخصی توسط هر کاربر
- تعریف میز کار اختصاصی برای هر کاربر
- امکان تعریف پرسنل هر یک از مشتریان و تعیین پست سازمانی آن‌ها
- تقسیم مشتریان بین بازاریاب‌ها بر اساس منطقه جغرافیایی، زمینه فعالیت و ...
- ارسال پیام به فیس بوک و اینستاگرام
- ایجاد مشتری از Google Contact و Outlook
- همگام‌سازی تقویم کاری با Outlook و google calendar

مدیریت وظایف، پیگیری و یادآوری فرادیس

برای هر سازمان و مجموعه ای پیشبرد فعالیت ها و حصول نتیجه مطلوب امری مهم و قابل توجه است. نظر به این امر خطیر که در زمره اهداف اصلی سازمان است ایجاد نظم و ترتیب در سیستم **واگذاری و ارجاع وظایف** متناسب با افراد مجموعه و همچنین پیگیری به هنگام و دقیق ، **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** یک ابزار قدرتمند در جهت تسهیل و تسریع این روند می باشد.

نرم افزار فرادیس با تکیه بر ویژگی های منحصر بفرد این ماژول، مدیریت استراتژیکی روند وظایف و درخواست ها را به صورتی کاربردی و عملیاتی انجام می دهد و امکان ایجاد هشدار و هرگونه آلام، پیگیری و یادآوری های متقاضی را فراهم می کند.

برای مثال شما به عنوان کاربر نرم افزار CRM می توانید وظایفی را که باید در طول هفته، ماه و یا سال آینده انجام شوند را تعریف کرده و تعیین کنید که این وظایف در چه بازه زمانی، توسط چه پستی در سازمان و با کدام اولویت باید انجام شوند.

بدین صورت لیست وظایف تعریف شده از جمله وظایفی که خود شما مسئول انجام آن هستید و یا وظایفی که به همکاران خود محول کرده اید را در هر لحظه مشاهده خواهید کرد.

به علاوه به صورت دقیق مشخص می شود هر وظیفه مربوط به کدام مشتری و یا دپارتمان داخلی و یا حتی پروژه در جریان است، درچه وضعیتی است، انجام شده یا خیر، و چه اولویتی دارد . بنابراین مدیریت هر دپارتمان در هر لحظه از آخرین وضعیت انجام وظایف مطلع خواهند شد.

ماژول مدیریت وظایف، در **نرم افزار ارتباط با مشتری فرادیس** مجموعه کامل و قدرتمندی از ابزار ها و قابلیت های مختلف جهت مدیریت، پیگیری و تکمیل وظایف درون سازمانی ارائه می شود.

مدیریت وظایف، پیگیری و یادآوری فرادیس

وظیفه دوره ای



وظیفه



گزارش کار



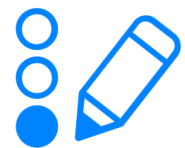
یادآوری



واگذاری



تقسیم کار



پیگیری چریکی



تقویم وظایف





- مدیریت حجم کاری کارمندان سازمان (ثبت جلسات روزانه و جلسات روزانه خود)
- امکان تعریف انواع وظایف و درخواست در داخل سازمان
- امکان ارجاع وظایف به کاربران سیستم
- امکان تعیین یک یا چند کاربر به عنوان پیگیری کننده وظیفه
- امکان ثبت گزارشی از روند انجام وظیفه و توضیحات در صورت لزوم
- امکان مشاهده و بررسی گزارش روند هر یک از وظایف و سوابق مربوط به آن
- امکان تعیین وضعیت برای وظیفه (انجام شد، کنسل شد، در حال پیگیری و...)
- ✓ امکان تعریف وضعیت جدید مورد نظر در لیست وضعیت های وظیفه
- امکان ایجاد پیگیری بعدی برای ادامه روند انجام وظیفه و تعیین تاریخ پیگیری بعدی برای یادآوری
- امکان به تعویق انداختن تاریخ زمان پیگیری
- امکان یادآوری وظیفه به صورت پاپ آپ در سیستم
- امکان تعریف مدت زمان مشخص برای انجام وظیفه
- امکان تعیین اولویت برای وظیفه (عادی، مهم، خیلی مهم)
- ✓ امکان افزودن اولویت موردنظر جهت سفارشی سازی بیشتر
- امکان تعیین تاریخ و ساعت یادآوری
- ✓ امکان تنظیم یادآوری به صورت بازه ای و یا تکراری
- امکان ارسال رونوشتی از وظیفه برای مدیریت بخش یا هر یک از پرسنل (برای در جریان گذاشتن سایرین از این وظیفه)
- امکان پیوست یک یا چند فایل به وظیفه
- امکان فعال کردن ارسال پیامک یا ایمیل برای یادآوری سررسید وظیفه
- امکان مشاهده همه ی وظایف در بخش لیست وظایف
- ✓ امکان اعمال فیلتر بر اساس خصوصیات وظایف و جستجو در لیست
- ✓ امکان مرتب سازی لیست بر اساس ویژگی های مورد نظر
- ✓ امکان نمایش وظایف و وضعیت آن ها روی نمودار
- امکان مشاهده برنامه کاری هفتگی در تقویم وظایف برای اطلاع از حجم کاری روزانه و ایجاد تعادل در برنامه ریزی
- امکان مشاهده لیست گزارشات وظایف در بخش جداگانه
- google calendar

مدیریت تقویم های کاری و عملیاتی

یکی از استراتژی های بدیهی و طبیعی برای بهبود روند هر جریان در زندگی، پیش روی بر اساس برنامه و زمان بندی دقیق است. برنامه ریزی، مدیریت و کنترل بازده هر سازمانی را تسریع و تسهیل می بخشد.

نرم افزار ارتباط با مشتریان فرادیس با طراحی یک ماژول قدرتمند و در عین ساده و کاربر پسند، این برنامه ریزی را بر اساس کارها و وظایف مختلف در سازمان امکان پذیر میکند، به طور مثال به کاربر این امکان را می دهد که تمامی وظایف را در تقویمی با عنوان تقویم وظایف به صورت یکجا مشاهده کند و روند انجام کارهای خود و حجم کاری روزانه خود را طبق نیاز و رفتارهای زیرساخت سازمان تنظیم کند.

طبق مثالی دیگر تمامی قرارهای کاری هر شخص در سازمان در یک تقویم با عنوان تقویم قرارهای کاری می توانند دسته بندی شوند تا برنامه ی کلی جریان سازمان بهتر کنترل و بررسی شود.

در این حالت با دسته بندی جداگانه تمامی عملیات در تقویم های جداگانه، مدیریت و کنترل فعالیت های هر کاربر در سازمان بهبود یافته و زمان بندی هرچه بهتر عملیات، ارزیابی روند عملکرد پرسنل، تصمیمات آتی سازمان و سایر امور کنترلی و برنامه ای با تکیه بر این ماژول امکان پذیر می شود.

امکانات مدیریت تقویم کاری



- امکان ایجاد تقویم برای هر کاربر به صورت جداگانه
- امکان ایجاد انواع تقویم ها برای ثبت قرارهای کاری، وظایف، جلسات معرفی و ...
- امکان انتخاب گرافیک هر تقویم
- امکان مشاهده وظایف و عملیات به صورت گرافیکی از روی تقویم
- امکان ایجاد چندین تقویم بر اساس نیاز
- امکان ایجاد چندین تقویم با سطوح دسترسی متفاوت
- امکان ایجاد تقویم متناسب با هر گروه کاربری به صورت جداگانه
- امکان ثبت و تنظیم تقویم برای سایر افراد سازمان
- امکان ارزیابی عملکرد پرسنل با توجه به تقویم و برنامه های روزانه
- امکان ارزیابی عملکرد پرسنل نسبت به هم

فرم های کاغذی را دور بریزید

سادگی، سرعت و امنیت فرم ساز فرادیس جایگزین کنید



فرم ساز

ماژول فرم ساز در **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) فرادیس** به شما این امکان را می‌دهد تا تمام فرم‌های کاغذی سازمان که برای ثبت اطلاعات به خصوصی استفاده و در زومکن هایی حجیم و جاگیر در قفسه‌ها نگهداری می‌شدند را در سیستمی امن و مطمئن بدون هزینه‌های جانبی (کاغذ، زومکن و ...) برای زمانی نامحدود در بانک اطلاعاتی خود جمع آوری کنید.

ماژول فرم ساز امکان طراحی انواع فرم با رویکرد داخلی (درخواست‌ها، ماموریت‌ها، مرخصی و...)، مرتبط با مشتری (خدمات، درخواست‌ها، تغییرات و...) و سایر فرم‌های سفارشی را به صورت گرافیکی با رابط کاربری بسیار آسان و قابل فهم به شما می‌دهد.

سیستماتیک کردن این فرم‌ها در ثبت و گردش اطلاعات مورد نیاز سازمان و حفظ نظم فرآیندهای رفتاری در سازمان کمک شایانی خواهد بود.

امکانات ماژول فرم ساز فرادیس



- امکان طراحی و ایجاد انواع فرم‌های درون سازمانی (فرم استخدام، ثبت سفارش و ...)
- امکان مدیریت فرم‌ها
- امکان طراحی انواع فرم‌ها مربوط به پروژه‌ها و فعالیت‌های در حال انجام در رابطه با مشتریان مانند : سفارش، پشتیبانی، نظرسنجی، خدمات درخواستی
- امکان طراحی و تعریف انواع فیلدهای موردنیاز برای قراردادن در فرم مانند: متن، فایل پیوست، فرمولی و محاسباتی، چک باکس، چند انتخابی، تک انتخابی، تاریخ و ساعت و ...
- امکان تعریف فیلتر بر اساس فیلدهای تعریف شده در فرم
- امکان خصوصی یا عمومی تعریف کردن فرم (مانند استفاده از فرم در وبسایت مشتری یا لینک مورد نظر)
- امکان تعریف مجوز دسترسی به فرم‌ها و مجوز انجام عملیات ایجاد، ویرایش و یا حذف آن‌ها
- امکان تعریف مجوز دسترسی برای مشاهده یا عدم مشاهده فرم‌ها
- امکان ثبت فرم و ایجاد پروفایل نظیر آن از طریق وب سرویس یا سایت
- امکان ایجاد فرم‌های مستقل و بدون ارتباط با پرونده‌ها و فرآیندهای موجود در سیستم
- امکان تعریف قالب نمایش فرم بر اساس ورد یا تصویر
- امکان ساخت گزارشات و نمودارهای تجمعی از اطلاعات فرم‌ها با استفاده از ماژول گزارش ساز

باشگاه مشتریان

باشگاه مشتریان بستری می‌باشد که در آن طی یک چرخه مشتریان را از طریق ایجاد ارتباط با آنها و طرح‌های وفادارسازی جذب می‌نمایند و مشتریان بالفعل یا بالقوه را به مشتریان وفادار تبدیل می‌نمایند.

اصلی‌ترین هدف طراحی **باشگاه مشتریان**، تبدیل مشتری جدید به مشتری ثابت و افزایش وفاداری آنها می‌باشد. در گذشته مشتریان برای انتخاب یک محصول یا خدمت گزینه‌های محدودی داشتند و نیاز به سیستم باشگاه مشتریان و طرح‌های وفادارسازی احساس نمی‌شد. اما امروزه مشتریان در هنگام خرید با پیشنهادات متنوعی روبرو می‌شوند که بدون شک پیشنهادات جذاب نظر آنها را جلب خواهد نمود. بنابراین می‌توان شرط موفقیت در یک کسب و کار را حفظ مشتریان و جذب وفاداری آنها دانست. با این تفاسیر صاحبان مشاغل به ابزاری نیاز دارند که به واسطه‌ی آن بتوانند طرح‌های وفادارسازی را پیاده‌سازی نمایند. مناسب‌ترین ابزار برای این کار راه اندازی باشگاه مشتریان است.

نرم افزار CRM فرادیس ابزاری جهت مدیریت ارتباط با مشتری و نگهداری سابقه‌ی آن ارتباطات است. در واقع با استفاده از **نرم افزار CRM فرادیس** می‌توان به ارائه خدمات به مشتریان پرداخت. این نرم افزار بستری جهت ایجاد ارتباط موثر با مشتری فراهم می‌نماید. از طریق آن می‌توان اطلاعات مشتری و گزارشات ارتباط با آنها را ذخیره نمود و برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان از آنها استفاده نمود.

بر اساس آنچه بیان شد، وظیفه باشگاه‌های مشتریان، وفادارسازی می‌باشد و **نرم افزار CRM فرادیس** نیز مدیریت ارتباط با مشتریان را ممکن می‌سازد.

وفادارسازی مشتری از طریق ارتباط با وی امکان‌پذیر می‌باشد. در واقع با برقراری این ارتباط و ارائه طرح‌های تشویقی به او می‌توان مشتری را به کسب‌وکار خود وفادار نمود. نرم‌افزار CRM نیز قسمتی از یک باشگاه مشتریان محسوب می‌گردد.

مدیریت درخواست های مشتری Ticketing

امروزه سیستم پشتیبانی آنلاین به یکی از ملزومات کسب و کارها تبدیل شده است. این سیستم با برآورده کردن نیازهای مشتری در کمترین زمان و به صورت آنلاین، باعث افزایش رضایت مشتریان و شرکای تجاری می شود.

تیکت، ارتباط تضمین شده و بدون تاخیر مشتریان با بخش های مختلف شرکت و همچنین تماس کلیه بخش های شرکت با یکدیگر می باشد. تیکتینگ، یک سیستم مدرن و جهانی برای ارائه پشتیبانی بهینه و نظام مند در جمع وسیع و با تعداد زیادی کاربران می باشد که روزه روز در حال فراگیر شدن در بین شرکت ها و موسسات خدماتی می باشد.

سیستم مکانیزه ارتباط با مشتریان از طریق **تیکت**، سرویسی است که به یکی از پر طرفدارترین سیستم های Helpdesk تبدیل شده است.

هر مطلب پشتیبانی در قالب یک **تیکت** تعریف می گردد که با شماره و موضوع از سایر موارد متمایز می گردد و این امکان وجود دارد تا یک موضوع با چند بار پرسش و پاسخ اصطلاحاً در یک Conversation بررسی شود. همچنین شما از طریق سیستم تیکتینگ می توانید سوالات و مشکلات خود را دنبال نمایید (شامل پاسخ های داده شده و شخص یا اشخاص پاسخ دهنده).

سیستم **تیکت** به عنوان یک سیستم پشتیبانی آنلاین برای ارتباط با مشتریان یکی از روش های بسیار پر طرفدار در تمامی شرکت ها است. سیستم تیکت به طور عادی با داشتن فرم های تحت وب به کاربران اجازه می دهد تا برای ارتباط با شرکت، با انتخاب موضوع، دپارتمان، دسته بندی مشکل و پیوست فایل بهترین نوع ارتباط را با شرکت داشته باشند.

با پیاده‌سازی سیستم **تیکت**، افزایش رضایتمندی و سرعت ارتباط فقط در سمت مشتریان نیست؛ بلکه کارکنان نیز به جای تماس‌های مدیریت نشده و در هم می‌توانند با آرامش خاطر از اینکه هیچ درخواستی بدون پاسخ نمی‌ماند، به صف درخواست‌های مشتریان رسیدگی کرده و به ترتیب به تک تک درخواست‌ها پاسخ دهند. ثبت تیکت و پاسخ مکتوب باعث می‌شود هر کارشناسی بتواند سابقه درخواست‌های مشتری را ملاحظه کرده و پاسخ مناسب‌تری را ارائه دهد.

کارکنان می‌توانند روند درخواست‌های هر مشتری را بررسی نمایند، از پاسخ‌های تکراری حذر کنند و پاسخ‌های خوب را در پایگاه دانش ثبت کنند. مسلماً در طول زمان، پایگاه دانش شرکت محلی خواهد بود که هر پاسخ و یا هر سوالی در آن یافت می‌شود و با داشتن این پایگاه دانش دیگر مدیران نگران صلاحیت کارشناسان برای پاسخ صحیح به مشتریان نخواهند بود.

همینطور کارکنان نیز با دسترسی به بهترین پاسخ‌ها، اضطراب و ترس نوشتن پاسخ‌های تکراری یا تکرار تجربیات، سعی و خطای کارشناسان قبلی را نخواهند داشت.

با راه‌اندازی سیستم تیکت کارکنان می‌توانند وقت خود را به نحو احسن مدیریت کرده و به جای تحمل فشار کاری در ساعات پیک از یک طرف، و داشتن زمان آزاد و بلااستفاده در ساعات خلوت، یک جریان متعادل کاری را دنبال کنند.

هیچ مشتری حاضر نیست ۱۵ دقیقه یا ۳۰ دقیقه پشت تلفن در انتظار پاسخگویی باشد اما همان مشتری بعد از ثبت تیکت در صورتی که تا ۲ ساعت بعد پاسخ خود را دریافت کند، بینهایت خوشحال خواهد بود.

سیستم **تیکت**، به واسطه ثبت اطلاعات در بخش مدیریتی نیز بسیار قدرتمند است که درخواست‌های مشتریان به تفکیک موضوع و دپارتمان ثبت می‌شود.

پاسخ کارکنان در گروه کاری مشخص است و میزان تیکت‌های دریافت شده در هر موضوع، هر دپارتمان و هر گروه با دقت تمام تحت نظر هستند. این اطلاعات به‌خوبی می‌تواند هوشمندی کسب و کار را افزایش دهد و مدیران را در تصمیم‌گیری اقدامات پیشگیرانه و اصلاحی کمک شایانی نماید.

با اتکا به سیستم پشتیبانی آنلاین و **تیکت**، مدیران به دقت می‌دانند کدام کارکنان عملکرد بهتری دارند و کدام یک از کارکنان در توسعه پایگاه دانش نقش بهتری ایفا می‌نمایند. این سیستم با دارا بودن گزارشاتی کامل، شامل: تعداد کلمات، میزان ساعات صرف شده هر یک از کارکنان برای پاسخ به تیکت‌های محوله، سرانه زمان مورد نیاز برای پاسخ هر تیکت، شناسایی مشتریان پر هزینه و حتی جریان ارجاع تیکت‌ها بین کارکنان و گروه‌های کارکنان بسیار کارآمد خواهد بود.



کاربرد **تیکت** به طور عادی فاصله رابطه مشتری و شرکت است. **تیکت** برای شرکت‌های متوسط و بزرگ نیز برای درخواست‌های داخلی بسیار کاربرد دارد. این کاربرد به ویژه در واحدهای فناوری اطلاعات کاملاً مشهود و پررنگ است.

در شرکت‌هایی که تعداد کارکنان و به عبارت دقیق‌تر تعداد کاربران سیستم‌های کامپیوتری از ۵۰ نفر فزونی یابد، معمولاً درخواست‌های پشتیبانی به واحد فناوری اطلاعات باعث ایجاد صف می‌گردد.

در شرکت‌های بزرگ عملاً تعدد درخواست‌های پشتیبانی بابت نرم افزار و سخت افزار یکی از پرچالش‌ترین مسائل شرکت است.

معمولاً تعداد کارشناسان کفاف سرویس همزمان درخواست کنندگان را نمی‌دهد و انتظار درخواست‌کننده یک موضوع پر تنش در سازمان می‌شود.

با اجرا و پیاده‌سازی سیستم تیکت، مدیریت درخواست‌ها بهبود می‌یابد و وقت تلف شده درخواست‌کننده و سرویس‌کار به حداقل ممکن می‌رسد.

با ایجاد پایگاه دانش، کمک گرفتن از پاسخ‌های از پیش تنظیم شده، و همکاری همزمان بین کارشناسان سرویس‌کار چه بسا کمبود نیرو به طور کامل مرتفع شده و با مدیریت زمان ایشان بتوان بهترین استفاده را از حضور آن‌ها نمود.

از عمده دلایل موفقیت این نوع سرویس‌دهی متمرکز این است که در سیستم پشتیبانی **تیکت** شما می‌توانید تاریخچه موارد و سؤالات خود را بدون نگرانی در مورد حذف آن‌ها و به ترتیب ارسال‌شان را در دسترس داشته باشید و در صورت نیاز به سهولت و راحتی با ورود به صفحه شخصی خود به آن‌ها دسترسی پیدا کنید، این مورد به این دلیل اهمیت دارد که در بعضی موارد همان مشکلات و یا سؤالات قبلی اتفاق می‌افتند که با مطالعه تیکتینگ‌های قبلی، جواب سوال خود را در کوتاهترین زمان بدست می‌آورید.



- حذف یا به حداقل رسیدن پاسخ‌گویی تلفنی و رسیدگی به صف تیکت‌ها در صورت بالا بودن تعداد درخواست‌ها
- حذف استفاده از سیستم ایمیل برای ارتباطات و خلاصی از مشکلات کاربرد ایمیل مثل اسپم شدن، ضعف در نگهداری سابقه، عدم امکان مشاهده همزمان یک تیکت توسط چند نفر یا ارجاع تعاملی بین کارشناسان و غیره
- توانایی بخش بندی کارشناسان به تفکیک گروه‌های کاری
- توانایی اختصاص پیش‌فرض موضوعات مختلف به واحدها و گروه‌های کاری
- امکان به کارگیری سیستم‌های هشداردهنده مثل پیامک و ایمیل برای یادآوری
- امکان برقراری همکاری بین کارشناسان و گروه‌ها برای همفکری و ارائه پاسخ بهتر
- امکان ثبت میزان اهمیت و اولویت برای درخواست‌کننده
- امکان مشاهده سابقه تیکت‌ها
- امکان مشاهده وضعیت تیکت‌ها توسط مشتری به تفکیک تیکت‌های باز، منتظر اعلام نظر درخواست‌کننده و بسته
- امکان بسته شدن یا آرشیو خودکار تیکت‌های باز مشتری در صورت عدم اعلام نظر یا پاسخ جدید مشتری
- امکان جستجوی وسیع بین موضوعات و متن تیکت‌های ثبت شده در سیستم
- امکان پیگیری و ردیابی تیکت‌ها بین کارشناسان و گروه
- صرفه جویی محسوس در زمان کارشناسان برای پاسخگویی با اتکا به سیستم پایگاه دانش و پاسخ‌های از پیش تعریف شده و خودکار
- ایجاد کد رهگیری یکتا برای هر درخواست
- امکان پیوست فایل به درخواست
- امکان ثبت میزان رضایت مندی از پاسخ تیکت برای مشتری از طریق امتیازدهی

مدیریت فروش در نرم افزار فرادیس

مدیریت فرصت های فروش

۱

مدیریت قیف فروش

۲

مدیریت کمپین های تبلیغاتی

۳

مدیریت خرید و فروش

۴

مدیریت دریافت و پرداخت

۵



مدیریت فرصت های فروش

در دنیایی که برای هر محصول یا خدمات هزاران رقیب وجود دارد، یافتن مشتری و فروش محصولات بسیار دشوارتر از گذشته شده و دیگر کیفیت به تنهایی نمی‌تواند نظر مشتری‌ها را جلب کند. علم تجارت و بازاریابی روش‌های بسیاری برای فروش پیشنهاد می‌کند؛ قیف فروش یکی از صدها روش موثر در بازاریابی است که می‌تواند منجر به جذب مشتری شود. تبلیغات گسترده، دیجیتال مارکتینگ و صدها روش دیگر همگی برای تنگتر کردن عرصه رقابت بین کسب و کارها طراحی شده‌اند و تنها کسانی برنده این کارزار خواهند شد که روش‌های اصولی را پیش گیرند!

قیف فروش (Sales Funnel)



قیف فروش (Sales Funnel) اصطلاحی است که در بازاریابی کاربرد دارد و مدلی برای درک بهتر فرایند فروش است.

قیف فروش تمام مراحل و پروسه شناسایی هدف تا تبدیل شدن به یک مشتری واقعی را شامل می‌شود.

در مدل بازاریابی **Sales Funnel** همه چیز از یک سرنخ شروع شده و در نهایت تا تبدیل شدن به خریدار واقعی و وفادار ادامه می‌یابد.

برای درک بهتر موضوع بهتر است مثالی ساده را پیش بکشیم. دهانه‌های ورودی و خروجی یک قیف را تصور کنید، با اینکه دهانه ورودی گنجایش زیادی دارد و اما خروجی آن بسیار کمتر است. این موضوع شباهت بسیاری به مباحث بازاریابی دارد که هر کسب و کار برای عرضه محصولات و خدماتش با افراد بسیاری در ارتباط است.

اما تعداد بسیار کمی از جامعه هدف اقدام به خرید محصولات و خدمات می‌کنند. به همین دلیل نام قیف را برای این مدل بازاریابی انتخاب کرده‌اند.

در دنیای بازاریابی اصطلاحات مشابه دیگری نیز وجود دارند که برگرفته از همین قیف فروش هستند.

برای نمونه می‌توان به قیف بازاریابی (Marketing Funnel) یا قیف درآمد (Revenue Funnel) اشاره کرد. همه این نام‌ها و مدل‌ها می‌خواهند این حقیقت را بیان کنند که پروسه تولید تا فروش و درآمدزایی چقدر دشوار است!

برای آشنایی با **قیف فروش** بهتر است ابتدا اصطلاحات مربوط به آن را توضیح دهیم تا حرفه‌ای‌تر به ماجرا وارد شویم.

در این مدل بازاریابی با سه نوع مخاطب روبرو هستیم که عبارتند از :

۱. **Leads** : به معنای سرنخ یا همان افراد راغب و متمایل به کسب و کار ، خدمات یا محصولات
۲. **Prospects** : به مشتری‌های بالقوه اشاره دارد که شانس خریدار بودنشان بالاست
۳. **Customers** : که مشتری‌های واقعی هستند و کالا یا خدمات را خرید کرده‌اند

در فروش همه چیز از یک سرخ شروع می شود

فروش با اولین تماس با مشتری شروع می شود

سرخ اولین تماس (تلفنی، حضوری، پیامکی، فکس، ایمیل و ...) مشتری با ما یا ما با مشتری است

همه افرادی که به تبلیغات، خدمات، محصول، کالا و یا کسب و کارتان واکنش نشان داده و یا به نوعی با شما در ارتباط هستند در دسته سرخها قرار می گیرند که ما آنها دهانه بزرگتر قیف تصور می کنیم.

دسته دوم که در نیمه های **قیف فروش** قرار می گیرند و به نوعی فیلتر شده و تعدادشان از سرخها (Leads) کمتر است در دسته مشتری های بالقوه (Prospects) قرار می گیرند که احتمال دارد به مشتری واقعی تبدیل شوند.

در این مرحله نیز با فیلتر شدن و گذشتن از سد فیلترهایی، تعداد زیادی از مشتری ها از خرید منصرف می شوند تا در نهایت همان مشتری هایی که از دهانه باریک قیف عبور کرده اند باقی بمانند که به آنها مشتری واقعی (Customers) می گویند.

ایده آل ترین حالت برای یک قیف فروش این است که استوانه فروش باشد نه قیف! یعنی همه افرادی که سرخ هستند به مشتری واقعی بدل شوند. البته می شود گفت چنین چیزی غیر ممکن است. شاید بپرسید پس در این میان نقش بازاریابها و متخصصین فروش محصولات چیست؟

اگر مطلب را تا انتها دنبال کنید متوجه نقش و اهمیت آنها خواهید شد اما در اینجا به پاسخی کوتاه بسنده می کنیم. در این فرایند متخصصین بازاریابی می بایست با ارائه راهکارهایی مشتری را به همان سمتی هدایت کنند که از دهانه باریک قیف می گذرد، به بیان ساده تر مشتری باید از لحاظ روانی آماده خرید شود! این کار با روش هایی مثل معرفی محصولات، مزیت ها، مقایسه با رقبا و ... انجام می گیرد.

اگر به دنبال ساخت و اجرای قیف فروش برای کسب و کار خودتان هستید باید گفت تصمیمی هوشمندانه گرفته اید. **تیم مهندسين مشاور بهبود فراديس نقش جهان** در این راه با شما همراه خواهد بود.



همانطور که متوجه شدید قیف فروش از آشنایی یک مشتری شروع شده و تا تبدیل شدن به یک خریدار ادامه می‌یابد و حتی بعد از خرید نیز تمام نشده و تا زمانی که فرد با آن کسب و کار در ارتباط است ادامه دارد.

➤ شناسایی مشتری واقعی

به کمک این شیوه بازاریابی می‌توانید مشتری‌های واقعی خود را از بین افرادی که تنها از روی کنجکاوری یا نیاز، آگهی شما را خوانده یا وارد وب سایت تان شده اند و ... جدا کنید.

➤ پیش‌بینی بازار

قیف فروش این امکان را به شما می‌دهد تا در هر مرحله بتوانید مشتری‌های بلقوه و مشتری‌های واقعی را اندازه‌گیری کنید و همواره بر میزان فروش نظارت داشته باشید و از همه مهمتر بتوانید پیش‌بینی از بازار آینده داشته باشید. می‌توانید میزان فروش‌تان در هر دوره را اندازه بگیرید و تخمینی از آینده داشته باشید.

➤ شناسایی موانع

با نگاهی با میزان سرخ‌ها، مشتری‌های بلقوه و مشتری‌های واقعی در هر دوره می‌توانید موانع موجود در مسیر بازاریابی و فروش را شناسایی کنید و با برداشتن موانع فروش‌تان را بیشتر کنید.

➤ بازاریابی موثر

با استفاده از قیف فروش می‌توانید بفهمید که مشتری‌های شما از کدام محله، شهر یا کشور هستند و از کدام مناطق مشتری ندارید. بنابراین می‌توانید استراتژی بهتری برای تبلیغات و آگاه‌سازی مشتری به کار ببرید و تعداد مشتری‌های واقعی را به بیشترین میزان برسانید.

➤ شناسایی ذائقه مشتری

اگر دقت کرده باشید بیشتر مردم تقریباً مثل هم‌فکر و رفتار می‌کنند برای همین است که هر بار یک چیز مد می‌شود! قیف فروش کمک می‌کند تا با بررسی رفتار مشتری‌هایی که به کسب و کارتان جذب شده‌اند و فهمیدن اینکه از چه چیزی خوششان آمده، متوجه سلیقه جامعه هدف شوید و بر اساس آن آگهی‌های بعدی‌تان را تنظیم کنید تا افراد بیشتری جذب شوند.



اگر بخواهیم قیف فروش را مرحله بندی کنیم، یک سرخ باید مراحل زیر را دنبال کند تا به مشتری واقعی بدل شود.

۱. **ایجاد آگاهی** : هیچ کسی نمی‌تواند محصولی را به کسی بفروشد که خریدار هیچ آگاهی از آن ندارد. شما باید در مشتری‌های خود آگاهی ایجاد کنید به این معنا که آنها را از حضور خود آگاه کنید و کسب و کارتان را معرفی کنید.

۲. **کسب اطلاعات و پیدایش علاقه مند** : پس از آنکه مشتری‌ها از حضورتان آگاه شدند می‌بایست با آموزش‌هایی که در قالب تبلیغات، بنر، یا هر محتوایی که ارائه می‌دهید، به آنها مزایای خدمات و محصولاتتان را بفهمانید. لازم است مشتری بداند که شما قرار است چه گرهی از مشکلاتشان باز کنید تا به خدماتتان علاقمند شوند.

۳. **ارزیابی محصول یا خدمت** : در این مرحله مشتری‌هایی که به خدماتتان احساس نیاز می‌کنند شروع به ارزیابی شما می‌کنند، بنابراین باید زمینه برای ارزیابی فراهم باشد. که این کار را هم به کمک تبلیغات موثر می‌توانید انجام دهید. سعی کنید برتری‌های خود نسبت به رقبا را، برای سنجش به مشتری عرضه دارید و هیچ وقت رقبا را تخریب نکنید!

۴. **تصمیم گیری** : در این مرحله هنوز هم مشتری مردد است که آیا از شما خرید کند یا نه؟ شما باید تمام اطلاعات لازم در مورد محصول خود را در اختیار مشتری قرار دهید تا هیچ جای مبهمی باقی نماند و مشتری برای یافتن پاسخ سوالاتش به سراغ رقبای شما نرود. این مرحله بسیار مهم است.

۵. **اقدام به خرید** : مهمترین مرحله در قیف فروش همین مرحله اقدام به خرید است! مشتری‌هایی که به این مرحله رسیده‌اند تصمیم خود را برای خرید گرفته‌اند، اما هنوز تردید دارند، برای آنکه آنها را مصمم به خرید کنید باید ضربه نهایی را بزنید و با یک پیشنهاد هوشمندانه مثل تخفیف یا هر چیز دیگری مشتری را مصمم به خرید کنید.

6. تبدیل شدن به مشتری وفادار و انجام خرید مجدد : تداوم یک کسب و کار به داشتن مشتری‌های وفادارش وابسته است و برای اینکه یک مشتری وفادار بماند، لازم است تا خدمات پس از فروش مثل گارانتی و پشتیبانی یا پاسخ به سوالات، را به بهترین شکل انجام دهید. همه مراحل که بیان شد را به صورت عمومی در هر کسب‌وکاری می‌شود اجرا کرد. بسته به شرایط و نوع خدمات می‌توان بر این موارد افزود یا از آن‌ها کم کرد.

امکانات کیف فروش در نرم افزار فرادیس



- امکان ایجاد و تعریف انواع فرصت
- امکان ایجاد انواع فیله‌های موردنظر مانند تاریخ، فایل، متن و ...
- امکان مشاهده کیف فروش به صورت نمودار جهت گزارش مارکتینگ مجموعه
- امکان شناسایی و جداسازی فرصت‌ها
- امکان تعریف چرخه‌های کاری برای روند پیگیری و پیش برد هر فرصت
- امکان گزارش‌گیری از عملکرد کیف فروش
- امکان بررسی عوامل شکست و موفقیت هر پروسه بازاریابی
- امکان ایجاد کمپین تبلیغاتی جهت تبدیل سرنخ به مشتری
- امکان شناسایی منابع فرصت
- امکان گزارش‌گیری از روند هر فرصت بر اساس تاریخ شروع ارتباط، وضعیت کنونی، دلیل موفقیت، دلیل شکست و ...

مدیریت کمپین های تبلیغاتی

در ابتدا برای فهم بهتر کاربرد این مقوله در **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** به توضیح مفهوم کمپین تبلیغاتی میپردازیم:

کمپین تبلیغاتی چیست؟

واژه کمپین در سال های اخیر بسیار به کار برده می شود. دلیل آن هم رشد استفاده از فضای مجازی برای کارهای تبلیغاتی و جمعی است. واژه کمپین در لغت به معنی پویش و کارزار است و در حوزه تبلیغات به آن کمپین تبلیغاتی یا برنامه جامع تبلیغات می گویند. کمپین تبلیغاتی مجموعه ای از فعالیت های تبلیغاتی چندجانبه است که قبل از هر چیز پیام هدف کمپین مشخص شده، مخاطب تعیین شده و با برنامه ریزی دقیق، بکوشد پیام مناسب در دوره زمانی مناسب با بودجه مناسب برای مخاطب مناسب ارسال شده و تعداد بیشتری از مخاطبان را برای نزدیک تر کردن ارتباط با مالک کمپین، ترغیب نماید. کمپین تبلیغاتی بدون تعریف معیار عددی مشخص برای سنجش کارایی، بی معنی است.

کمپین تبلیغاتی از چه اجزایی تشکیل شده است؟

یک کمپین شامل مجموعه ای از فعالیت های هدفمند است که به صورت منظم، اجرا و پیگیری می شود. کلیه فعالیت های کمپین به گونه ای طراحی و سازمان دهی شده است که از طریق ارسال پیام های مشخص، متوالی و تکرارپذیر به مخاطبان هدف، منجر به تاثیر پذیری آنها شده و نگرش آنها را نسبت به یک محصول خاص یا یک جریان سیاسی تغییر دهد.

این تأثیرگذاری از طریق ابزارهای ارتباط جمعی و رسانه های تاثیرگذار صورت گرفته و به دنبال آن واکنش های مورد انتظار به وجود خواهد آمد.

در واقع یک کمپین تبلیغاتی مجموعه ای از برنامه های مستقل اما هماهنگ است که تمام حوزه های تبلیغاتی، رسانه ای، پیشبردی و روابط عمومی در مورد یک کالا، خدمت یا بنگاه اقتصادی را در رسانه های مختلف صوتی، تصویری، چاپی و محیطی پوشش می دهد. به صورتی که با یک محتوا و مضمون مشترک، اما پیام های متنوع و گوناگون در یک دوره زمانی معین و با بودجه ای مشخص برای دستیابی به هدف های کمی و کیفی معین طراحی و اجرا می گردد.

برنامه کمپین تبلیغاتی، طرح اولیه یا پیش نویسی است که مراحل طراحی و اجرای یک برنامه تمام عیار ارتباطات بازاریابی را شامل می شود که شرح وظایف و اقدامات را در هر مرحله از برنامه توسعه فروش یک محصول مشخص می کند.

یک معنای کمپین تبلیغاتی، استفاده از کانال‌های مختلف برای رساندن پیام تبلیغاتی است. به این صورت که یک پیام یکسان که از طریق رسانه های مختلف که در برخی مواقع ثابت هستند، به اشتراک گذاشته می‌شود.

کمپین چه کمکی به ما می‌کند؟

کمپین‌های بازاریابی به صاحبان کسب‌وکار کمک می‌کند تا بهترین استراتژی‌های پیشبرد فروش را برای محصولات و خدمات شرکت شناسایی کنند. چه پیشنهاد محصولات یا خدمات بدهید یا برنامه‌ای برای ترفیع محصول خود داشته باشید، کمپین بازاریابی می‌تواند شما را از طریق فرآیندها هدایت کند.

قبل از اینکه کمپین تبلیغاتی خود را گسترش دهید، باید جایگاه شرکت خود را در بازار و جایگاهی که می‌خواهید به آن دست یابید را مشخص کنید. سپس کمپین تبلیغاتی خود را به گونه‌ای طراحی کنید که ارزش‌ها، ویژگی‌ها و مزایای محصولات یا خدمات شما قبل از برگزاری کمپین حفظ شده و حتی افزایش یابد.

به یاد داشته باشید کمپین تبلیغاتی بخشی از فرآیند طراحی کمپین بازاریابی است که تمرکزش بر انتشار پیام تبلیغاتی شرکت است. بنابراین باید این سه نکته را لحاظ کنید:

۱. باید خدمات و محصولاتتان را بازشناسی کنید. شرحی از خصوصیات و مزایای محصولات و خدمات‌تان، مزیت رقابتی شما نسبت به رقبای، تمرکز بر خصوصیات کلیدی مثل قیمت-گذاری، تمرکز و توجه به چگونگی ایجاد ارزش افزوده نسبت به رقبای تهیه کنید.

به عبارت دیگر دانستن این موضوع که شما قصد دارید چه چیزی را بفروشید و چرا مردم باید آن را بخرند، بسیار مهم است.

۲. توجه به بازار هدفی که می‌خواهید شرکت و محصولات خود را آنجا معرفی و ایجاد تقاضا کنید. تعیین اینکه چه دسته‌ای از خریداران تمایل بیشتری به خرید محصولاتتان دارند و بعد تعیین و دسته بندی پرسونای مشتریان هدف با در نظر گرفتن ویژگی‌های جغرافیایی، سن، جنس، خانواده، درآمد، موقعیت جغرافیایی، سبک زندگی، الگوی خرید، هدف‌های خرید و علائق و در نهایت اینکه رشد و پیشرفت کار شما را چه کسی هدایت خواهد کرد.

۳. پیام خود را متمایز کنید. این کار باعث می‌شود هم پیام و تبلیغ شما در ذهن او باقی بماند و هم به صورت آگاهانه و ناخودآگاه در تصمیم‌گیری خرید او اثر بگذارید.

معمولاً مهم‌ترین صفتی که در توصیف کمپین‌های تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد، حجم ریالی کمپین است. بارها می‌شنویم که فلان شرکت، یک کمپین تبلیغاتی ده میلیاردی اجرا کرده است. یا شرکت دیگری، با وجود علاقه به اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، بودجه‌ی کافی برای اجرای آن‌ها در اختیار ندارد. معمولاً در میانه بحث‌های مربوط به بودجه و تقسیم‌بندی آن، فلسفه اصلی «کمپین» به فراموشی سپرده می‌شود.

شرکت‌ها و سازمان‌هایی که به صورت دائمی برنامه‌های تبلیغاتی گسترده اجرا می‌کنند معمولاً به تدریج به اثربخشی نسبی رسانه‌ها و تکنیک‌ها و ابزارهای مختلف پی می‌برند. اما شرکت‌ها و سازمان‌هایی که تجربه قبلی ندارند یا به سازمان‌های طراح کمپین تبلیغاتی به صورت مطلق اعتماد می‌کنند عموماً در معرض یک خطر جدی هستند. اکثر سازمان‌هایی که در ایران در حوزه‌ی طراحی کمپین‌های تبلیغاتی فعالیت می‌کنند، در حوزه‌ی تهیه و اجاره و عرضه رسانه هم فعالیت دارند.

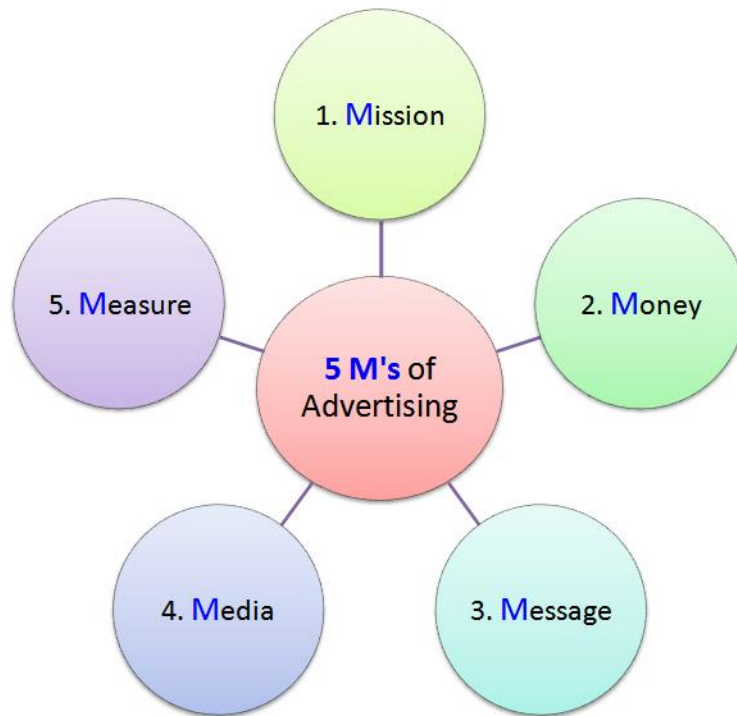
- ❖ برخی شرکت‌ها به صورت گسترده بیلبوردهای مختلف در سطح شهرها را در اختیار دارند.
- ❖ برخی دیگر از ارتباط نزدیک با صدا و سیما برخوردار هستند.
- ❖ برخی دیگر، دسترسی بسیار خوب به داده‌های کاربران آنلاین (مانند ایمیل) دارند.
- ❖ برخی دیگر شماره تماس بسیاری از مردم را به شیوه‌های مختلف تهیه کرده‌اند.
- ❖ گروه دیگری با رسانه‌های مکتوب نظیر مجله‌ها و روزنامه‌ها رابطه دارند.

حاصل این ارتباط و دسترسی به منابع، این می‌شود که یک شرکت به شدت تاکید می‌کند که استفاده از بیلبوردها اثربخش‌ترین قسمت کمپین تبلیغاتی است و شرکت دیگری فضای فیزیکی را به طور کامل رد و فعالیت انحصاری در فضای مجازی را توصیه می‌کند. یکی معتقد است شبکه‌های داخلی بیننده ندارند و شبکه‌های ماهواره‌ای گزینه خوبی هستند. دیگری اصرار دارد که حرکت به سوی شبکه‌های ماهواره‌ای به دلیل محدودیت‌های قانونی در ایران، یک خودکشی استراتژیک است. کافی است شرکت طراح کمپین تبلیغاتی، رسانه‌های مختلف را در اختیار داشته باشد تا سبدهای از خدمات را ارائه کند و در این حالت کار بسیار دشوارتر می‌شود. حالا نمی‌توان حدس زد که سبد رسانه‌های پیشنهادی، بر اساس هدف‌ها و نیاز مشتری محاسبه و تعیین شده یا بر اساس ظرفیت‌های خالی آژانس تبلیغاتی.

ناآگاهی صنایع و کسب‌وکارها، خصوصاً کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SME = Small & Medium Enterprises) باعث شده که قسمت عمده‌ای از سود ناشی از کسب‌وکارها، در رقابت‌های رسانه‌ای غیر حرفه‌ای، هزینه شود.

برای درک بهتر کمپین تبلیغاتی، باید به خاطر داشته باشیم که خود مفهوم تبلیغات، پایه‌های مشخصی دارد که در قالب‌های مختلف مورد بحث قرار گرفته است. شاید یکی از مدل‌های ساده که تصویر خوبی از تبلیغات ارائه می‌دهد مدل M5 باشد. به این پنج واژه توجه کنید:

(Mission) ماموریت، (Money) پول و بودجه، (Message) پیام، (Media) رسانه مورد استفاده، (Measurment) ارزیابی اثربخشی تبلیغات



نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس بستری را فراهم کرده تا راه اندازی و مدیریت این کمپین ها را برای کاربران تسریع و تسهیل بخشد. هدف در اینجا برقراری ارتباط با بازار هدف کسب و کار و رشد برند سازمان با یک برنامه ریزی حساب شده و مدیریت دقیق است.

امکانات کمپین های تبلیغاتی در نرم افزار فرادیس

- امکان ایجاد و تعریف برنامه های تبلیغاتی سازمان (تبلیغات دیجیتال یا غیر دیجیتال (نمایشگاه، بیلبورد، رسانه و ...)
- امکان تعیین زمان اجرا و شروع برنامه کمپین
- امکان مشاهده کمپین های جاری و اجرا شده (به صورت نمودار و ...)
- امکان جستجو در لیست کمپین ها (بر اساس تاریخ اجرا و ...)
- امکان اتصال فرصت ها به کمپین مربوطه
- امکان تهیه گزارش از کمپین های اجرا شده بر اساس تاریخ اجرا و هزینه و ...
- امکان نمایش تحلیلی (فونل) بر اساس هزینه، فعالیت، گروه هدف، تعداد گروه هدف، فرصت های ایجاد شده، پیش فاکتورها و فاکتورها و ...
- امکان تهیه گزارش از کمپین ها بر اساس تاریخ و هزینه و ...
- امکان تهیه گزارش از کمپین ها بر اساس بازخورد و سود حاصله

مدیریت فروش

مدیریت فروش فرآیند ایجاد نیروی فروش، هماهنگ کردن عملیات فروش و اجرای تکنیک‌های فروش است که به یک کسب‌وکار اجازه می‌دهد تا به طور پیوسته، و حتی فراتر از هدف فروش حرکت کند. اگر کسب‌وکار شما در هر حالت درآمد به ارمغان بیاورد، پس طبعاً یک استراتژی مدیریت فروش در مجموعه شما در حال اجرا است.

راز موفقیت هر کسب‌وکاری در هر شرایطی چه شرایط مناسب چه در شرایط رکود اقتصادی مدیریت فروش حرفه‌ای است. فرآیند مدیریت فروش علاوه بر کمک به شرکت شما در رسیدن به اهداف فروش، به شما امکان می‌دهد که در صنعت خود در حال رشد باقی بمانید و می‌تواند تفاوت بین زنده ماندن و شکوفایی در یک بازار فزاینده رقابتی باشد.

این که آیا شما یک مدیر فروش با تجربه یا مدیر فروش تازه‌کار هستید، باید بتوانید با راهنمایی زیر در مورد مدیریت فروش، ارزیابی درست و به دست آوردن دیدگاه خود را در فروش فعلی‌تان ببینید.

هنگامی که شما یک تصویر واضح از فرآیندهای نظارت و نحوه پیگیری در فرآیند فروش داشته باشید، می‌توانید ملاحظات حرفه‌ای را قبل از اینکه خیلی دیر شود، دقیقاً مشخص کنید. سرپرستان فروش را مجهز کنید، و یک نمای کلی از وظایفی که تیم فروش باید انجام دهد را به منظور افزایش فروش ارائه دهید.

نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس به شما کمک می‌کند که فرآیند فروش شرکت را مدیریت کنید، به شما اجازه می‌دهد تا با تیم خود همگام شوید، ارتباط بهتر با تیم فروش برقرار کنید و نتایج فروش بهتری را دریافت کنید.

تعریف مدیریت فروش :

به طور کلی، مدیریت فروش به کسب و کارها و کارکنان آنها کمک می‌کند تا نتایج بهتر را دریافت کنند، عملکرد آینده را پیش بینی کنند، و حس کنترلی را با در نظر گرفتن سه جنبه زیر دنبال کنند :

✓ سه جنبه کلیدی مدیریت فروش

در فرایند فروش سه چتر وجود دارد:

۱. عملیات فروش

۲. استراتژی فروش : به معنی تعریف فرآیند فروش

هنگامی که شما یک تیم در اختیار دارید و اهدافتان را مشخص کرده‌اید، به این فکر خواهید کرد که: فروش را چگونه انجام می‌دهید؟

هر کسب و کاری یک چرخه فروش دارد که مجموعه‌ای از کارها است که به شرکت در رسیدن به کاربران کمک می‌کند. بنابراین، داشتن خط فروش یا قیف فروش، کار اتمام این چرخه‌ها را برایتان آسان‌تر می‌سازد.

۳. تجزیه و تحلیل فروش : یا همان خط فروش و گزارش‌دهی آن

❖ خط فروش یک دنباله بصری از فعالیت‌ها برای دستیابی به هر یک از چشم اندازها، از نقطه شروع تا اتمام کار است.

به عبارت ساده، یک خط فروش دست راست یک فروشنده است، زیرا به او کمک می‌کند تا سازمان یافته شود و کنترل کارها را به دست گیرد. بالاخره چیزهایی وجود دارد که شما نمی‌توانید آن‌ها را کنترل کنید (مواردی مانند نتایج). اینجاست که فعالیت‌های مدیریتی وارد بازی می‌شود. اگر یک فروشنده پیشرفت یا فعالیت‌هایش را مشاهده کند، برای انجام کار بیشتر و مواجهه با چالش‌های بیشتر انگیزه می‌گیرد.

❖ گزارش‌دهی چیزی است که شما را قادر می‌سازد تا نحوه تاثیر تلاش‌های کنونی‌تان بر موفقیت شرکت‌تان را درک کرده و دیدگاهی در خصوص اینکه چه کارهایی می‌توانید برای افزایش تلاش‌های‌تان-چه استخدام فروشندگان بیشتر یا توزیع دوباره کارها- به شما می‌دهد. گزارش‌دهی موفق شامل استفاده از معیارهای فروش، یا نشانگرهای قابل اندازه‌گیری، است که به شما می‌گوید هر جنبه از عملیات فروش شما چگونه کار می‌کند و این که شما در حال دستیابی به اهدافتان هستید یا نه.

با قیف فروش استاندارد، شما باید بتوانید چهار معیار زیر را اندازه‌گیری کنید:

- ✓ تعداد معاملات در قیف
- ✓ میانگین اندازه معاملات در قیف
- ✓ نسبت بسته یا میانگین درصد معاملات که با موفقیت انجام می‌شوند
- ✓ سرعت فروش یا میانگین طول عمر معامله قبل از آن که با موفقیت انجام شود

جمع‌آوری این اطلاعات به شما این امکان را می‌دهد تا سریع‌تر مشتری ایده‌آل خود را یافته و در نتیجه این کار به آن‌ها با سرعت بیشتری خدمات دهید. مدیریت فروش در عمل بر همه کسانی که در چرخه فروش سهیم هستند، تاثیر مثبت می‌گذارد. هر چه فرآیند فروش شما بالغ‌تر باشد، مدیر با گذشت زمان بیشتر با آن سازگار شده و آن را بهبود می‌بخشد و تیم شما با احتمال بیشتری به عملکرد بالای خود می‌رسد. ابزارهای نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری CRM فرادیس به شما کمک می‌کند تا فرآیند مدیریت فروش خود را تشکیل دهید. این فرآیند از هر کسب‌وکار به کسب‌وکاری دیگر متفاوت است.

تیم کارشناسان فروش مجموعه فرادیس با برگزاری جلسات حضوری و یا غیرحضوری این فرآیند را طبق روند فعالیت‌ها و اهداف سازمان استخراج کرده و در پیاده‌سازی آن در نرم‌افزار به شما کمک می‌کند و راه را برای تیم مدیریت فروش شما هموار می‌سازد.



- امکان صدور پیش فاکتور فروش
- امکان طراحی قالب چاپ پیش فاکتور فروش
- امکان چاپ پیش فاکتور فروش طبق قالب‌های طراحی شده
- امکان طراحی قالب چاپ فاکتور فروش
- امکان چاپ فاکتور فروش طبق قالب‌های طراحی شده
- امکان تعریف محصول در پیش فاکتور فروش و فاکتور فروش
- امکان تعریف انبار به هر تعداد
- امکان تعریف کالا در هر انبار
- تخصیص کد به کالا به طور خودکار توسط نرم افزار
- امکان تخصیص کد به کالا به صورت دستی
- امکان تعریف گروه بندی برای کالاها به صورت درختی بدون محدودیت در سطوح
- امکان نمایش موجودی کالا در انبار هنگام صدور پیش فاکتور فروش و فاکتور فروش
- امکان تعریف سطح دسترسی کاربران به پیش فاکتورها و فاکتورها
- امکان تعیین مجوز صدور، ویرایش، چاپ و یا حذف پیش فاکتور و فاکتور فروش برای کاربران
- امکان تعیین مدت زمان مشخص برای ویرایش پیش فاکتور یا فاکتور فروش
- امکان تعریف الزام تایید یا رد مدیریت برای صدور پیش فاکتور و فاکتور فروش
- امکان تعیین درصد مالیات محاسبه شده برای هر نوع پیش فاکتور و فاکتور فروش
- امکان صدور فاکتور فروش از روی پیش فاکتور صادر شده و تایید شده توسط مشتری
- امکان تعریف الزام به تایید و یا رد توسط مدیریت پس از ویرایش پیش فاکتور و فاکتور فروش
- امکان مشاهده تمامی پیش فاکتورهای صادر شده به صورت یکجا در لیست پیش فاکتورها به همراه مشخصات آنها (مبلغ، صادر کننده، تاریخ صدور و...) در یک جدول
- امکان مشاهده لیست کالاهای ثبت شده در هر پیش فاکتور در لیست پیش فاکتورها
- امکان جستجو در لیست پیش فاکتور فروش بر اساس فیلترهای مختلف
- امکان تهیه خروجی اکسل از لیست پیش فاکتور فروش پس از اعمال فیلتر
- امکان مشاهده تمامی فاکتورهای فروش صادر شده به صورت یکجا در لیست فاکتورهای فروش
- به همراه مشخصات آنها (مبلغ، صادر کننده، تاریخ صدور و...) در یک جدول
- امکان مشاهده لیست کالاهای ثبت شده در هر فاکتور فروش در لیست فاکتورهای فروش
- امکان جستجو در لیست فاکتور فروش بر اساس فیلترهای مختلف
- امکان تهیه خروجی اکسل از لیست فاکتور فروش پس از اعمال فیلتر
- امکان تعریف چرخه کاری متناظر با پیش فاکتور یا فاکتور فروش
- امکان گزارش‌گیری از وضعیت پیش فاکتورها و فاکتورهای فروش
- امکان محدود کردن ویرایش و یا حذف پیش فاکتور و فاکتور بر اساس چرخه کاری
- امکان ارسال پیش فاکتور و فاکتور فروش برای مشتری از طریق پیامک یا ایمیل و یا فکس از همان بخش
- امکان اطلاع‌رسانی اتوماتیک تایید یا رد پیش فاکتور و یا فاکتور فروش به ایجادکننده آن



یکی از موارد مهم در اطلاعات و سوابق فروش ، فاکتورهای ارایه شده توسط سازمان به مشتری است. داشتن مجموعه کامل و دقیقی از فاکتورها به صورت یک بانک اطلاعاتی در سیستم، به شما اجازه می‌دهد تا کنترل و مدیریت بخش فروش را با سرعت بیشتر و هزینه کمتری انجام دهید.

یک سیستم آسان و قابل فهم برای مدیریت این پروسه در **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** برای کاربران فراهم شده تا مسیر را برای تیم فروش هرچه بیشتر هموار سازد.

- امکان تعریف فیلهای اختصاصی مورد نظر به انواع پیش فاکتور و فاکتور فروش
- امکان تعریف فرمولهای محاسباتی برای فیلهها بر اساس ورودی فیلد
- امکان ارسال پیش فاکتور و فاکتور برای مشتری از طریق پیامک یا ایمیل و فکس در همان صفحه
- امکان تعریف چرخه کاری با صدور هر نوع فاکتور و پیش فاکتور
- امکان تعیین مالیات برای هر نوع فاکتور و پیش فاکتور
- امکان چاپ پیش فاکتورها و فاکتورها
- امکان تعیین سطح دسترسی به پیش فاکتورها و فاکتورها برای کاربران سازمان
- امکان تعیین مجوز دسترسی به ایجاد، ویرایش، حذف و چاپ پیش فاکتور و فاکتور برای کاربران
- امکان تعریف الزام تایید یا رد مدیریت روی صدور پیش فاکتورها و فاکتورها
- امکان تعریف مدت زمان مشخص برای ویرایش یا حذف یک فاکتور طبق چرخه کاری
- امکان طراحی انواع قالبهای چاپ برای پیش فاکتور و فاکتور
- امکان قفل کردن فاکتور پس از صدور
- امکان تهیه کپی از پیش فاکتورها و فاکتورها
- امکان تهیه خروجی اکسل از لیست پیش فاکتورها و فاکتورها
- امکان مشاهده همهی پیش فاکتورهای صادره در یک لیست به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست پیش فاکتورها بر اساس فیلترهای متعدد
- امکان مشاهده همهی فاکتورهای صادره در یک لیست به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست فاکتورها بر اساس فیلترهای متعدد
- امکان ثبت تسویه فاکتورها به صورت چک و نقدی به طور جداگانه
- امکان ابطال پیش فاکتورها و فاکتورها به جای حذف برای حفظ سوابق

مدیریت دریافت ها

در جریان یک چرخه‌ی مالی برای کنترل توازن وضعیت پرداخت‌های هر مشتری وجود یک سیستم یکپارچه، دقیق و هوشمند جهت مدیریت ارتباطات مالی و فروش بسیار ضروری است. کنترل وضعیت مالی هر مشتری از جهت بدهکاری، بستانکاری، معوقات پرداختی بدون سیستمی مکانیزه بسیار پر هزینه و زمان بر خواهد بود چراکه تهیه یک فایل منظم و کامل که تمام وضعیت مالی فرد را به طور کامل و یک جا همراه با ضمیمه‌ها و توضیحات امری دشوار بوده و نیازمند یک تیم مالی دقیق و حسابگر است. لذا امروزه نرم‌افزارهای حسابداری طراحی و روانه بازار شدند تا کاربران را از این وضعیت پیچیده و خطرناک نجات دهند. نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس از این امتیاز ویژه برخوردار بوده که بخش حسابداری قوی را در قلب نرم‌افزار پیاده‌سازی کرده تا در این امر خطیر نیز کاربران را همراهی کند.

امکانات مدیریت دریافت ها در نرم افزار فرادیس



- امکان ثبت تمامی دریافت‌ها از مشتریان در پروفایل آن‌ها و کنترل وضعیت مالی
- امکان تعریف نوع پرداخت مشتریان به صورت نقدی و چک به صورت جداگانه
- امکان تعریف زمان یادآوری چک‌ها و دریافتی‌ها
- امکان تعریف حساب‌های متعدد برای سازمان
- امکان تعریف یک چرخه کاری برای هر دریافت
- امکان تایید و یا رد دریافتی توسط مدیر
- امکان تهیه گزارش از تمامی دریافت‌ها
- امکان مشاهده لیست دریافت‌ها در یک بخش جداگانه به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست دریافت‌ها بر اساس فیلترهای مختلف
- امکان مرتب سازی دریافت‌ها بر اساس فیلترهای مختلف برای مشاهده و بررسی دقیق تر
- امکان تعریف سطح دسترسی به دریافتیها برای کاربران سیستم
- امکان تعریف مجوز دسترسی مشاهده، ثبت، ویرایش و حذف دریافتی‌ها برای کاربران
- امکان تعریف بازه زمانی مشخص برای ایجاد تغییرات روی سند دریافتی صادر شده
- امکان تخصیص کد اتوماتیک به تمامی دریافتی‌ها توسط سیستم

مدیریت خرید

- امکان تنظیم هشدار و یادآوری قبل از زمان وصول چک و یا دریافت‌های معوقه به مشتری به وسیله پیامک، ایمیل، فکس و ...
- امکان تعریف به الزام تایید مدیر پس از اعمال تغییرات مجدد روی سند دریافتی
- امکان تعریف امضا
- امکان تعریف انواع فیله‌های اختصاصی برای بخش دریافت و قابلیت شخصی‌سازی

هر سازمانی خدماتی برای ارائه و یا کالایی برای فروش دارد. طبیعتاً این خدمات و کالاها باید در زمان مناسب و با هزینه مناسب تهیه شده تا برای ارائه آماده باشند.

این جریان همانند فرآیند فروش پیچیده و حائز اهمیت بوده و بدون مدیریت آن تحت یک سیستم هوشمند و قوی، روندی زمان بر و پر هزینه خواهد بود.

چرا که نگهداری اطلاعات و سوابق آن امری خطیر بوده و در محاسبه سود و زیان مجموعه تاثیر به سزایی خواهد داشت.

گردآوری مجموعه کامل و دقیقی از لیست تامین‌کنندگان به همراه کالاها و دارایی‌های سازمان و قیمت آن‌ها به سازمان کمک می‌کند تا با انجام ارزیابی بازار و کالاها، با کیفیت و قیمت مناسب و قابل قبول ملزومات را تهیه و با قیمتی متناسب نیز خدمات خود را ارائه دهد. یکی دیگر از موارد حائز اهمیت مدیریت انبار است.

بدیهی است که بخش خرید باید با انبار و بخش فروش در ارتباط بوده و تحت یک سیستم جامع و یکپارچه مدیریت و کنترل شود. لذا **نرم افزار هوشمند مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** با تکیه بر ویژگی‌های منحصر به فرد ماژول خرید این فرآیند را به صورت سیستماتیک به اجرا درآورده و در راستای سیاست‌گذاری‌های سازمان بانک اطلاعاتی جامعی از موارد مذکور را در اختیار کاربران مجموعه قرار داده و در این مسیر آن‌ها را همراهی می‌کند.



- امکان صدور پیش فاکتور خرید
- امکان صدور فاکتور خرید
- امکان تعریف و طراحی قالب‌های چاپ سفارشی برای چاپ پیش فاکتور خرید
- امکان تعریف و طراحی قالب‌های چاپ سفارشی برای چاپ فاکتور خرید
- امکان تعریف کالا در انبار
- امکان گروه بندی کالاها در انبار به صورت درختی بدون محدودیت در سطح
- امکان تنظیم یادآوری و هشدار قبل از اتمام یک کالا در انبار
- امکان تخصیص کد به کالا به صورت خودکار
- امکان تخصیص کد به پیش فاکتور و فاکتور خرید به صورت خودکار
- امکان تعریف الزام تایید یا رد مدیریت برای پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادر شده
- امکان تعریف سطح دسترسی کاربران به پیش فاکتورها و فاکتورهای خرید
- امکان تعریف مجوز مشاهده، صدور، ویرایش، حذف و چاپ پیش فاکتور و فاکتور خرید برای کاربران
- امکان تعریف و ایجاد یک چرخه کاری برای پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادره
- امکان صدور فاکتور خرید از روی پیش فاکتور صادر شده
- امکان تهیه کپی از پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادر شده در سیستم
- امکان اضافه کردن فیلدهای اختصاصی مورد نظر در پیش فاکتور و فاکتور خرید
- امکان تعریف فرمول روی فیلدهای اختصاصی تعریف شده بر اساس ورودی فیلد
- امکان تعریف امضا برای پیش فاکتور و فاکتور خرید
- امکان ارسال پیش فاکتور و فاکتورهای خرید برای فروشنده پس از صدور از طریق پیامک، ایمیل و فکس
- امکان تهیه گزارش از لیست خریده‌ها و پیش فاکتور و فاکتورهای خرید
- امکان ارزیابی خریدهای انجام شده و میزان مصرف و یا فروش از روی گزارش تهیه شده
- امکان مشاهده تمامی پیش فاکتورهای خرید صادره در یک لیست به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست پیش فاکتورهای خرید بر اساس فیلدهای متعدد
- امکان تهیه خروجی اکسل از لیست پیش فاکتورهای خرید
- امکان مشاهده تمامی فاکتورهای خرید صادره در یک لیست به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست فاکتورهای خرید بر اساس فیلدهای متعدد
- امکان تهیه خروجی اکسل از لیست فاکتورهای خرید
- امکان تعریف الزام به تایید مجدد مدیریت پس از اعمال تغییرات و ویرایش روی پیش فاکتور و یا فاکتور خرید
- امکان اطلاع‌رسانی خودکار رد یا تایید پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادره به کاربر ایجاد کننده

- امکان تعریف بازه زمانی مشخص برای حذف و یا ویرایش پیش فاکتور و یا فاکتور خرید
- امکان تهیه گزارش از وضعیت پیش فاکتورها و فاکتورهای خرید

مدیریت فاکتور خرید



برای جلوگیری از اتلاف هزینه و زمان و مدیریت کنترل فاکتورها به یک سیستم جامع نیاز است تا ضمن حفظ و ثبت سوابق فاکتورهای سازمان در هر زمان امکان دسترسی به آنها را فراهم کرده و کنترل و بررسی آنها را تسهیل و تسریع بخشد. لکن استفاده از ماژول مدیریت فاکتور خرید نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس برای این امر کمک شایانی محسوب می‌شود.

امکانات:

- امکان تعریف و طراحی قالب پیش فاکتور و فاکتور خرید به صورت دلخواه
- امکان افزودن فیلدهای اختصاصی مورد نظر به پیش فاکتور و یا فاکتور خرید
- امکان تعریف فرمول برای فیلد اختصاصی تعریف شده
- امکان چاپ پیش فاکتور و فاکتورهای خرید صادر شده
- امکان ارسال پیش فاکتور و فاکتورهای خرید برای فروشنده پس از صدور از طریق پیامک، ایمیل و فکس
- امکان تعریف سطح دسترسی کاربران به پیش فاکتورها و فاکتورهای خرید
- امکان تعریف مجوز مشاهده، صدور، ویرایش، حذف و چاپ پیش فاکتور و فاکتور خرید برای کاربران
- امکان تعریف و ایجاد یک چرخه کاری برای پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادره
- امکان صدور فاکتور خرید از روی پیش فاکتور صادر شده
- امکان تهیه کپی از پیش فاکتور و یا فاکتور خرید صادر شده در سیستم

مدیریت پرداخت ها

جهت بالانس و توازن وضعیت مالی سازمان، وجود یک مدیریت قوی در وضعیت بدهکاری و بستانکاری مجموعه نسبت به تامین کنندگان و ثبت و حفظ این سوابق ضروری و مهم است. این امر بدون ابزار کارا و سیستماتیک بسیار پیچیده و زمان بر بوده و ضمن اینکه وقت مفید کاربر مربوطه را هدر می دهد امکان وقوع خطای انسانی را نیز به همراه دارد. برای همین امروزه سعی در هرچه بیشتر سیستماتیک کردن تمامی امور سازمان برای کاهش زمان و هزینه و میزان خطای کاربران می باشد. **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** نیز برای این بخش مهم ماژولی را پیاده سازی کرده تا به کاربران در مدیریت و کنترل پرداختی ها کمک کند.

امکانات مدیریت پرداختها در نرم افزار فرادیس



- امکان ثبت تمامی پرداختها در پروفایل تامین کنندگان و کنترل وضعیت مالی سازمان
- امکان تعریف نوع پرداخت به صورت نقدی و چک به صورت جداگانه
- امکان تعریف زمان یادآوری چک ها و پرداختی ها
- امکان تعریف حساب های متعدد برای سازمان
- امکان تعریف یک چرخه کاری برای هر پرداخت
- امکان تایید و یا رد پرداختی توسط مدیریت
- امکان تهیه گزارش از تمامی پرداخت ها
- امکان مشاهده لیست پرداختها در یک بخش جداگانه به صورت یکجا
- امکان جستجو در لیست پرداخت بر اساس فیلترهای مختلف
- امکان مرتب سازی پرداختی ها بر اساس فیلترهای مختلف برای مشاهده و بررسی دقیق تر
- امکان تعریف سطح دسترسی به پرداختی ها برای کاربران سیستم
- امکان تعریف مجوز دسترسی مشاهده، ثبت، ویرایش و حذف پرداختی ها برای کاربران
- امکان تعریف بازه زمانی مشخص برای ایجاد تغییرات روی سند پرداختی صادر شده
- امکان تخصیص کد اتوماتیک به تمامی پرداختها توسط سیستم
- امکان تنظیم هشدار و یادآوری قبل از زمان وصول چک و یا پرداخت های معوقه به کاربر به وسیله پیامک، ایمیل، فکس و ...

- امکان تعریف به الزام تایید مدیر پس از اعمال تغییرات مجدد روی سند پرداختی
- امکان تعریف امضا
- امکان تعریف انواع فیلدهای اختصاصی برای بخش پرداخت و قبلیت شخصی سازی

مدیریت چرخه های کاری (Work Flow)

کار گروهی مفید و دارای بازده در سازمان زمانی میسر است که گردش اطلاعات پروژه ها در مجموعه به خوبی انجام شود.

سییماتیک کردن این پروسه روند آن را تسریع و تسهیل می کند. طراحی و برنامه ریزی فرآیندهای سازمان به صورت پویا و قابل سفارشی سازی آن طبق نیازهای مجموعه تحت عنوان چرخه های کاری در **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس** امکان پذیر است.

به وسیله این ماژول می توانید جریان پروژه ها و گردش اطلاعات بین پرسنل را به خوبی مدیریت کنید.

پیاده سازی مدیریت چرخه های کاری در **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس** به این صورت است که تمامی پروژه های مجموعه و مراحل دقیق انجام و پیشروی آن ها توسط تیمی مجرب استخراج شده و به صورت فلوچارت پیاده سازی می شود. سپس هر پروژه تحت عنوان یک فرآیند با تعدادی فعالیت که همان مراحل پروژه هستند تعریف می شود.

مسئول انجام هر یک از این فعالیت ها را می توان جداگانه معین کرد تا طی روند، فرآیند به هر مرحله که رسید فعالیت مربوطه در کارتابل مسئول مربوطه جهت انجام نمایش داده شود، که پس از اتمام کار هر بخش، فرآیند به فعالیت بعدی و مسئول بعدی منتقل می شود.

امکانات چرخه کاری (Work Flow)



- امکان تعریف چرخه‌های کاری متناسب با هر یک از فرآیندهای سازمان
- امکان تخصیص بی‌نهایت فعالیت (مرحله) به چرخه کاری
- امکان تخصیص هر کدام از فعالیت‌ها به یک پست سازمانی
- امکان تعریف بازه زمانی برای انجام فعالیت‌ها
- امکان تعریف سطح دسترسی به فعالیت‌های فرآیند (مشاهده، ویرایش، و...)
- امکان تعریف وضعیت‌های متعدد برای فعالیت (کنسل شد، انجام شد، معلق شد و...)
- امکان قفل کردن فرآیند برای عدم دسترسی برای ایجاد تغییرات در فرآیند
- امکان ارسال پیامک و ایمیل در هر مرحله برای مسئول مربوطه جهت یادآوری
- امکان تعریف فیلد اختصاصی مورد نیاز جهت ورود اطلاعات خاص در فرآیند
- امکان مشاهده همه ی فرآیندها در لیست فرآیند
- امکان جستجو در لیست فرآیند از طریق دو بخش جستجوی ساده و جستجوی پیشرفته
- امکان تعریف الزام در پر کردن اطلاعات فیلد
- امکان تعریف اولویت در اجرای فعالیت‌های فرآیند
- امکان تعریف یک یا چند پیش نیاز برای هر مرحله (فعالیت) در فرآیند
- امکان تعریف ترتیب انجام کار روی مرگانت چارت
- امکان تعریف فعالیت انتظار
- امکان تعریف نوع فعالیت
- امکان ارسال اتوماتیک پیام های سیستمی به کاربر و مشتری در زمان ورود به کارتابل
- امکان اضافه کردن ویجت های نامحدود و متناسب با فرآیندهای سازمان
- امکان ارسال پیام‌های دلخواه با عبور از هر مرحله از فرآیند به مشتری یا کاربر
- امکان تعیین پیگیری طبق زمان‌بندی تعریف شده برای هر کارتابل در سیستم
- امکان تغییر اولویت فعالیت‌های فرآیند در هر مرحله
- امکان تغییر مسئولین فعالیت‌ها در هر مرحله
- امکان تعریف و ثبت وظیفه روی هر فعالیت
- امکان ثبت پیشرفت گزارش پیشرفت هر مرحله از فرآیند توسط مسئول مربوطه
- امکان ارسال رونوشت از گزارش پیشرفت فعالیت به سایرین جهت اطلاع
- امکان پیوست فایل به گزارش پیشرفت فعالیت
- امکان تعیین وضعیت فعلی فعالیت در هر مرحله در گزارش پیشرفت فعالیت
- امکان طراحی فرم برای هر مرحله از فرآیند جهت ثبت اطلاعات مورد نظر
- امکان اتصال دو یا چند فرآیند به یکدیگر
- امکان چاپ گرفتن از فعالیت و فرآیند
- امکان فراخوانی وب‌سرویس
- امکان تعریف فعالیت تصمیم

شخصی سازی CRM

در هر نرم افزار برای راحتی کاربر و احترام به نیازهای او تدابیری باید لحاظ شود. این نیاز ممکن است مبحث گسترده‌ای مانند ثبت اطلاعات به خصوصی در بخش خاصی در نرم افزار باشد یا به تغییر لوگوی نرم افزار به لوگوی سازمان در صفحه‌ی ورود خلاصه شود.

نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس با توجه به این نیازها مواردی را برای راحتی کاربران در نظر گرفته که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

امکانات شخصی سازی در نرم افزار فرادیس

- امکان افزودن انواع فیلدهای اختصاصی به آیتم‌های نرم افزار (مانند: متن، چک لیست، تاریخ، فایل و...)
- امکان تهیه گزارش از هر یک از فیلدها و یا تمام آنها
- امکان تعریف انواع ویجت به صورت دلخواه در ویجت با عناوین متفاوت
- اضافه شدن خودکار فیلدهای اطلاعاتی به پارامترهای هوشمند ابزار تبلیغات
- امکان قراردادن لوگوی سازمان در صفحه ی ورودی نرم افزار
- امکان تغییر تم جداول نرم افزار
- امکان تغییر تصویر پس زمینه صفحه ورود به نرم افزار
- امکان تغییر عکس پروفایل

افزودن فیلدهای اختصاصی دلخواه

یکی از مواردی که برای هر سازمانی مهم محسوب می‌شود تهیه یک مجموعه جامع و کاملی از مشتریان متناسب با سیاست‌های رفتاری سازمان و روند فعالیت‌های آن است. این اطلاعات اغلب به صورت اختصاصی بوده و ممکن است در سازمان دیگر مهم و یا مورد استفاده نباشد.

بنابراین امکان اضافه کردن این فیلدها مختص هر کاربر و طبق نیازهای او یک امتیاز در بانک اطلاعاتی محسوب می‌شود. **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس** برای سفارشی سازی هرچه بیشتر محیط کاربری در کنار مزایای دیگر خود از این امتیاز برخوردار است.

امکانات فیلد سازی



- امکان ایجاد انواع فیلد مثل فایل، تاریخ، ساعت، متن، تک انتخابی، چند انتخابی و ...
- امکان تعریف فرمول برای ورودی فیلد
- امکان استفاده از فیلدهای ایجاد شده در پارامترهای بخش جستجوی پیشرفته
- امکان استفاده از فیلدهای ایجاد شده در طراحی فرم‌های سازمان مثل : فرم استخدام، فرم ثبت سفارش و...
- امکان استفاده از فیلدهای ایجاد شده در گزارش‌ساز
- امکان استفاده از فیلدهای ایجاد شده در ثبت اطلاعات مخاطبان و ایجاد بانک اطلاعاتی دلخواه
- امکان استفاده از فیلدهای ایجاد شده در قسمت‌های ثبت اطلاعات پروژه و یا فرآیند

سایت ساز

بعد از تماس تلفنی مهمترین کانال ارتباطی هر کسب و کار و سازمان، **وب سایتها** هستند.

همچنان که از نام این پروسه یعنی **مدیریت ارتباط با مشتریان** مشخص است برای کنترل و مدیریت روابط مجموعه با مشتریان باید تمامی راههای ارتباطی مهم را بررسی و روی ارتقا آنها تمرکز کرد.

وب سایتها یکی از عوامل اصلی در بهبود تصویر سازمان در اذهان و به دنبال آن افزایش نرخ وفاداری مشتریان است. بنابراین در کنار این مدیریت با کمک یک سایت جهت آشنایی و شناساندن هرچه بیشتر کسب و کار خود الزامی است. نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس در این پروسه نیز در کنار مشتریان خود بوده و آنها را همراهی می کند. فرادیس با ارائه یک بستر بسیار پیشرفته و عین حال امن، مجموعه را نسبت به نرم افزارهای جانبی و یا بیرونی بی نیاز می کند و یک چارچوب مطمئن برای معرفی خدمات و محصولات فراهم می سازد.

امکانات سایت ساز در نرم افزار فرادیس



- امکان اتصال به وردپرس و ارسال اطلاعیه ها و اخبار سازمان در آن
- امکان اتصال به وردپرس و دریافت سفارشات ثبت شده در سایت
 - صدور صورت حساب و فاکتور در CRM
 - ایجاد چرخه کاری برای هر سفارش آنلاین
- امکان ایجاد تعداد نامحدودی از صفحات پویا از طریق CMS

مدیریت کانالهای ارتباطی در نرم افزار فرادیس

۱ مدیریت مرکز تماس CallerID

۲ مدیریت ارسال و دریافت پیامک

۳ مدیریت ارسال و دریافت فکس

۴ مدیریت ارسال و دریافت ایمیل



ارتباط با مرکز تماس CallerID

مهمترین شاه راه ارتباطی بین هر سازمان و مخاطبانش تماس تلفنی است. **نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) فرادیس** بانک جامعی از اطلاعات تماس‌های ورودی، خروجی و از دست رفته، زمان دقیق تماس‌ها و تایم طول تماس، مکالمات رد و بدل شده بین مخاطبان و پرسنل، مسیر گردش تماس‌ها در داخل سازمان و سایر جزئیات مربوط به هر تماس را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. از مزایای ویژه دیگر آن امکان برقراری ارتباط با انواع مراکز تماس اعم از VoIP، سانترال، خطوط مستقیم شهری و ضبط مکالمات است.

امکانات ماژول ارتباط با مرکز تماس



- امکان تشخیص شماره ناشناخته
- امکان ثبت شماره ناشناخته در سیستم به عنوان شخص جدید یا اضافه به شماره‌های قبلی اشخاص موجود از طریق پاپ آپ ظاهر شده روی سیستم هنگام تماس مخاطب
- امکان دسترسی سریع به پروفایل تماس گیرنده و مشاهده اطلاعات (اعم از فرآیندهای انجام شده، قراردادها، پیگیری‌ها، یادداشت‌ها، اطلاعات تماس قبلی و...) با کلیک بر روی پاپ آپ
- امکان ثبت یادداشت برای هر تماس ورودی و خروجی
- نمایش شماره تلفن تماس گیرندگان بر روی تمام سیستم‌های داخل شبکه به صورت پاپ آپ
- نمایش سابقه ارتباطی با مشتریان در هنگام تماس ایشان
- آرشیو کلیه مکالمات مشتریان به همراه جزئیات هر ارتباط (شخص تماس گیرنده، زمان تماس، طول مکالمه، نتیجه مکالمه)
- تسهیل و تسریع دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
- ذخیره سازی ارتباطات مشتریان و مخاطبین سازمان
- گزارش کلیه تماس‌های برقرار شده با سازمان (بر اساس نام مشتری، بر اساس نوع درخواست، بر اساس تاریخ تماس، بر اساس ساعت تماس، بر اساس شماره تماس، بر اساس تعداد زنگ، بر اساس نام استان، بر اساس نام شهر)
- امکان دانلود و پخش مکالمات برای مدیران مجموعه
- تشکیل بانک اطلاعاتی از مشترکین سازمان
- تعیین مشتریان هدف و ارزشمند

ارسال و دریافت پیام کوتاه هوشمند

پیام کوتاه کانال ارتباطی بعدی است که حائز اهمیت بوده و باید به عنوان در دسترس‌ترین رسانه ارتباطی در نظر گرفته شود. این مقوله کارکردهای بسیاری اعم از اطلاع‌رسانی، برنامه‌های تبلیغاتی، ارسال پیام‌های مناسبتی (تبریک اعیاد، تولد، تسلیت و ...) و ... را دارا می‌باشد.

این کارکردها به یک بستر قوی برای بازده مناسب نیازمندند. بستری که ویژگی‌هایی از قبیل امکان ارسال پیامک‌های انبوه، گروهی، تکی، ارسال‌های زماندار، هزینه مناسب، کاربری آسان و کاربر پسند و مشخصاتی از این دست را دارا باشند.

نرم افزار ارتباط با مشتریان CRM فرادیس با کمک این ماژول شما را دغدغه‌ی ارتباط با مشتریان از طریق پیامک رها می‌کند.

ارسال پیام کوتاه از سایر اپراتورها

از آنجایی که پیام کوتاه در دسترس‌ترین راه ارتباطی برای کارکردهای متنوعی از قبلی اطلاع‌رسانی، نظرسنجی، کمپین‌های تبلیغاتی و ... است.

پوشش روش‌های مختلف ارسال پیامک مانند ارسال با خطوط تبلیغاتی، ارسال با خطوط شهری، خطوط اختصاصی و اپراتورهای انتخابی از مزیت‌های آن محسوب می‌شود.

نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس امکان استفاده حداکثری از این مزایا را برای کاربران خود فراهم نموده و مدیریت ارتباط را به صورت هرچه بیشتر بهینه می‌کند.



- امکان ارسال پیام کوتاه به صورت تکی
- امکان ارسال پیام کوتاه به صورت گروهی برای تعداد منتخب از لیست اشخاص ثبت شده در سیستم
- امکان ارسال پیامک انبوه از طریق پنل پیامک (منطقه ای، کد پستی، شهر و ...)
- امکان ارسال تستی
- امکان ارسال به لیست سیاه
- امکان انتخاب متن از روی قالب‌های پیش فرض
- امکان تعریف متن مشخص به عنوان قالب برای سرعت انجام کار در دفعات بعدی
- امکان تعریف قالب به تعداد نامحدود
- امکان ایجاد متن و عنوان سفارشی در پیامک
- امکان تعریف زمان‌بندی در ارسال پیامک‌ها
- امکان گزارش‌گیری از پیام‌های ارسال شده
- امکان ارسال مجدد پیام‌ها بر اساس گزارش تحویل
- امکان تهیه گروه هدف از لیست ارسال
- امکان ارسال اطلاعیه‌های خاص به گروه هدف
- امکان گزارش‌گیری از پیام‌های دریافت شده
- امکان تهیه گروه هدف بر اساس لیست پیام‌های دریافتی
- امکان ادامه ارتباط و تقویت مارکتینگ روی گروه هدف
- امکان تعریف شروع یک چرخه کاری برای گروه هدف
- امکان تهیه لیست نموداری از گزارشات ارسال
- امکان ارسال پیامک از طریق دفترچه تلفن (فایل اکسل، فایل cmv و ...)
- امکان ارسال پیامک از بخش‌های مجزای نرم‌افزار (لیست اشخاص، پروفایل شخص، پیش فاکتور و فاکتور، وظایف و...)
- رابط کاربری آسان و قابل فهم
- قابلیت تنظیم ارسال پیامک اتوماتیک در بخش‌های متفاوت نرم افزار
 - بعد از اتمام یک چرخه کاری
 - یادآوری وظایف
 - ورود و خروج از نرم افزار توسط پرسنل
 - یادآوری مرحله مربوط به پست سازمانی مسئول در چرخه کار

مدیریت ایمیل

ارسال گروهی ایمیل به صورت هوشمند



از ارزان‌ترین و به صرفه‌ترین کانال‌های ارتباطی میتوان به ایمیل اشاره کرد که ویژگی دیگر آن سرعت و امنیت آن است. امکان گرفتن بالاترین نتیجه و کسب موفقیت در ارسال صحیح ایمیل نیازمند یک بستر مناسب و امن و داشتن اطلاعات ارتباطی درست و کامل می‌باشد. از طرفی امکان اسپم نشدن و کیفیت متناسب با استانداردهای سازمان از موارد حائز اهمیت در این مقوله است. از آنجا که در روش‌های ایمیل‌مارکتینگ معمولاً ایمیل‌ها به صورت انبوه ارسال می‌شوند لذا نمیتوان از ایمیل سرورهای متداول برای بازاریابی ایمیلی استفاده کرد. زیرا که با احتمال زیاد ایمیل‌های ارسالی اسپم تشخیص داده می‌شوند و عملاً به دست مخاطب نمی‌رسند. از این رو سرویس‌های اختصاصی برای ایمیل‌مارکتینگ در دنیا بوجود آمده است. نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان فرادیس محلی است که همه اطلاعات مشتریان شما از جمله آدرس ایمیل آن‌ها گردآوری می‌شود و ماژولی قدرتمند و در عین حال کاربر پسند به صورت جداگانه برای ارسال و دریافت ایمیل در نظر گرفته است.





- امکان ارسال ایمیل به صورت انبوه و نامحدود
- امکان ارسال ایمیل نامحدود بدون اسپم شدن
- امکان انتخاب متن از روی قالب‌های پیش‌فرض
- امکان تعریف متن مشخص به عنوان قالب برای سرعت انجام کار در دفعات بعدی
- امکان تعریف قالب به تعداد نامحدود
- امکان تعریف زمان‌بندی در ارسال ایمیل‌ها
- امکان گزارش‌گیری از ایمیل‌های ارسال شده
- امکان تهیه گروه هدف از لیست ارسال
- امکان ارسال اطلاعیه‌های خاص به گروه هدف
- امکان گزارش‌گیری از ایمیل‌های دریافت شده
- امکان تهیه گروه هدف بر اساس لیست ایمیل‌های دریافتی
- امکان ادامه ارتباط و تقویت مارکتینگ روی گروه هدف
- امکان تعریف شروع یک چرخه کاری برای گروه هدف
- امکان تهیه لیست نموداری از گزارشات ارسال
- امکان ارسال ایمیل از بخش‌های مجزای نرم‌افزار (لیست اشخاص، پروفایل شخص، پیش فاکتور و فاکتور، وظایف و...)
- رابط کاربری آسان و قابل فهم
- قابلیت تنظیم ارسال ایمیل اتوماتیک در بخش‌های متفاوت نرم‌افزار
- بعد از اتمام یک چرخه کاری
- یادآوری وظایف
- ورود و خروج از نرم‌افزار توسط پرسنل
- یادآوری مرحله مربوط به پست‌سازمانی مسئول در چرخه کاری
- امکان ایجاد ایمیل با متن و عنوان سفارشی
- امکان اتصال به کمپین تعریف شده
- قابلیت ارسال مجدد ایمیل با توجه به وضعیت تحویل
- امکان اضافه شدن سوابق ایمیل در پروفایل مشتری به طور اتوماتیک



ایمیل یکی از مرسومترین و ابتداییترین راههای ارتباطی بین مخاطب و سازمان در بستر اینترنت است و به همین دلیل ارتقا و حفظ اطلاعات و سوابق این کانال از اهمیت به سزایی برخوردار است. امکان دسترسی به کلیه حسابهای کاربری و مدیریت متمرکز آنها، باعث بازدهی صد در صد این راه ارتباطی می شود. نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس در این زمینه نیز کاربران خود را تنها نگذاشته و امکان دسترسی به چندین حساب کاربری برای ارسال و یا دریافت ایمیل، جمع آوری سوابق ارتباطات مخاطبان و مدیریت و کنترل آنها را فراهم نموده است.

امکانات:

- امکان تعریف و ایجاد حسابهای کاربری متعدد در Gmail ، Yahoo و ... از طریق پروتکل SMTP
- امکان تعریف سطح دسترسی به حسابهای کاربری ایجاد شده
- امکان به اشتراک گذاری حسابهای کاربری ایجاد شده
- امکان جستجو در محتوای ایمیلها
- امکان ارسال ایمیل به همراه پیوست از داخل نرم افزار به طور مستقیم
- امکان تعریف نام فرستنده به طور پیش فرض در ایمیلهای ارسالی
- امکان تعریف زمان بندی برای حذف خودکار ایمیلهای قدیمی
- امکان ذخیره خودکار سابقه ایمیلهای دریافتی و ارسالی در پروفایل مشتری
- امکان ارسال ایمیل از داخل پروفایل مشتری

ارسال گروهی فکس به صورت هوشمند

مرسوم‌ترین و یکی از ابتدایی‌ترین راه‌های مکاتباتی سازمان‌ها از طریق ارسال و دریافت فکس بوده است.

دستیابی به بازده صد در صد در ارسال فکس به صورت انبوه و در تعداد زیاد با کیفیت مناسب و قابل قبول، نیازمند دسترسی به اطلاعات جامع و صحیح و همراه با محتوای مناسب می‌باشد.

در این زمینه مانند تمام راه‌های ارتباطی مذکور جمع‌آوری سوابق مکاتبات رد و بدل شده و حفظ و امکان دسترسی سریع به این اطلاعات یکی از موارد مهم و قابل توجه است.

این راه ارتباطی بدون دارا بودن بستری مناسب جهت مدیریت و کنترل پیام‌ها و سوابق امری بسیار پرهزینه و زمان بر خواهد بود .

لذا نرم‌افزار قوی و هوشمند **مدیریت ارتباط با مشتریان CRM فرادیس** در این امر نیز کنار کاربران خود بوده و آنها را از هرگونه امکانات جانبی بی‌نیاز می‌کند.



- امکان ارسال فکس به صورت تکی
- امکان ارسال فکس به صورت گروهی با انتخاب تعدادی از مشتریان بر اساس یک فیلتر
- امکان ارسال فکس تکی از داخل پروفایل شخص
- امکان ارسال فکس به شماره داخلی تعریف شده در سازمان
- امکان تعریف یک سری متن به صورت قالب و متن پیش فرض
- امکان تعیین زمان برای ارسال فکس
- امکان ارسال فکس به ادارات و بانک ها و ...
- امکان ارسال فکس با محتوای دلخواه از اقصی نقاط نرم افزار مانند فاکتور، فرم، سند و ...
- امکان ایجاد متن سفارشی دلخواه به وسیله فیلدهای تعریف شده در نرم افزار به صورت هوشمند
- امکان ارسال مجدد فکس طبق برنامه های تبلیغاتی اجرا شده
- امکان اتصال به کمپین های تبلیغاتی تعریف شده در سیستم
- امکان مشاهده فکس های ارسال شده
- امکان ایجاد و انتخاب گروه هدف از بین لیست ارسال
- امکان ارسال مجدد فکس طبق وضعیت تحویل
- امکان مشاهده لیست فکس های دریافتی
- امکان تهیه گزارش از ارسال ها و دریافت ها به تفکیک مخاطبان و تحلیل و بررسی آن ها
- امکان ایجاد یک چرخه کاری جدید با دریافت یک فکس
- امکان ارسال فکس خودکار در چرخه های کاری تعریف شده
- امکان ارسال فکس از بخش های مختلف نرم افزار
- امکان اضافه شدن خودکار فکس ها به سوابق مشتری

نظرسنجی، مسابقه، پاسخگوی خودکار

با توجه به بررسی‌های انجام شده روی تعاملات با مخاطبان و مشتریان، نتایج حاصل شده نشان داد که یکی از راه‌های موثر برای جلب رضایت مشتریان ایجاد یک سری بستر برای تعامل خودکار و جذب آنهاست. از این بسترها میتوان برای جهت دادن به افکار مخاطب و یادآوری مداوم کسب و کار خود در ذهن آنها استفاده کرد.

بدین صورت که به طور مثال پس از خرید مشتری پیامکی با مضمون نظرسنجی در مورد خدمات به صورت خودکار از طرف سیستم به او ارسال شده و ضمن تشکر از خرید، میزان رضایتش در مورد ارائه خدمات را جویا می‌شوید.

یا در مثالی دیگر در مناسبت‌های مختلف و یا با برگزاری جشنواره‌های مختلف خدمات تخفیف و امکانات ویژه‌ای را در نظر گرفته و توسط پیامک به اطلاع مشتریان می‌رسانید.

همه‌ی این‌ها را **نرم افزار قدرتمند ارتباط با مشتری CRM فرادیس** برای کاربرانش فراهم کرده تا آنها را از نرم‌افزارها و سایت‌های جانبی بی‌نیاز کند.



- امکان راه‌اندازی سیستم نظرسنجی پیامکی با قابلیت تعیین زمان و ساعت ارسال
- امکان تعریف پیام‌های پیش‌فرض برای پاسخ به پیام‌های دریافتی
- امکان تعریف پیام تاییدیه دریافت
- امکان برگزاری مسابقات
- امکان برگزاری قرعه کشی
- امکان تعریف پیام‌های پیش‌فرض متناسب با هر پاسخ دریافتی و هر مخاطب به صورت جداگانه
- امکان راه‌اندازی سیستم مسابقات پیامکی با قابلیت تعیین زمان و ساعت ارسال
- امکان محدود کردن تعداد شرکت‌کنندگان
- امکان محدود کردن برندگان و انتخاب برنده از میان پاسخ‌های صحیح دریافتی
- امکان اطلاع‌رسانی جشنواره‌ها و کمپین‌های مجموعه به مخاطبان

نرم افزار انبار

نرم افزار انبارداری مکانیزه و یکپارچه کارخانجات فرادیس، یک برنامه ی ساده جهت کنترل و مدیریت کالاها در انبارهای مختلف، صدور انواع فاکتور خرید و فروش توسط رایانه می باشد.

توسط **نرم افزار انبارداری** می توان به راحتی قیمت تمام شده تولید را بدست آورد. همچنین توسط قابلیت تعریف و طبقه بندی انواع کالا، می توان هر گونه انبار و ورود و خروج کالای آن را مدیریت نمود.

امکانات نرم افزار انبارداری فرادیس



- امکان تعریف انواع ساختار سازمانی، کدینگ انبار
- امکان محدودسازی عملیات مربوط به انبار به تعدادی و تعدادی ریالی
- امکان تعریف واحد سنجش کالا (اصلی، کمکی، ضرایب تبدیل)
- قابلیت دسته بندی کالاها به هفت سطح
- امکان تعیین نقطه سفارش
- امکان تعیین واحدهای سنجش برای نوع کالا و اختصاص آن به تمامی مدلها
- امکان تعریف انواع رسید و حواله (مصرفی، مرجوعی، برگشت از فروش و ...)
- امکان تخصیص کالا به یک یا چند انبار و تعیین موجودی اول دوره ی کالا در هر انبار
- انتقال انبار به انبار کالا
- امکان تعیین ساختار کالا (BOM) و تولید کالا براساس فرمول ساخت و صدور اتوماتیک رسید و حواله های مرتبط با تولید، همراه با امکان جستجو
- امکان تعیین نحوه قیمت گذاری حواله ها در سطح انبار
- قیمت گذاری حواله بر مبنای Manual, Moving Average, LIFO, FIFO
- قیمت گذاری رسید و حواله مرجوعی، حواله انتقالی و رسید مغایرت انبارگردانی به صورت اتوماتیک
- امکان برگشت از قیمت گذاری تا تاریخ معین
- عملیات مربوط به انبارگردانی (لیست کالاهای انبار گردانی، ثبت شمارش و چاپ tag انبارگردانی)
- صدور سند حسابداری به صورت اتوماتیک و یا دستی جهت عملیات انبار
- امکان تعریف نقطه سفارش بر اساس فرمول قابل تنظیم و به روزرسانی نقطه سفارش توسط خود سیستم
- امکان استفاده از سرویس آرشیو الکترونیک جهت مدیریت کلیه ضامائم و اسناد مرتبط با انبار



- مکان جستجوی رسید، حواله و سفارش
- کاردکس کالاها بر اساس فیلترهای متنوع
- شرط راکد بودن، کالاهایی که به نقطه سفارش رسیده اند، شرط موجودی اولیه و...
- مشاهده کاردکس هر کالا به تفکیک انبار در هر زمان برحسب واحدهای اصلی و فرعی
- امکان تهیه گزارشات کاردکس و موجودی انبارها بر اساس فیلترهای متفاوت
- تهیه گزارشات موجودی انبار بر اساس فیلترهای متنوع شامل انبار خاص یا کلیه ی انبار ها، کالاهای خاص و ...



- امکان تعیین ساختار محصول بر اساس فرمول (BOM)
- امکان تولید محصول بر طبق فرمول تعریف شده
- امکان تعیین چرخه کامل گردش کالا در انبار
- امکان تأیید رسید ها و حواله ها



بهبد فرادیس

مهندسين مشاور بهبد فراديس



۰۳۱ - ۹۵۰۱۸۰۹۵۰



۰۲۱ - ۹۱۳۰۰۹۰۲

۰۹۱۹۴۰۶۷۶۵۲



www.bfn.ir



اصفهان، خیابان حکیم نظامی سنگ

تراشهای شرقی کوی مهتاب پلاک ۵

تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی،

خیابان خجسته پور، پلاک ۱۱۰

