

Τμήμα
Μηχανικών
Πληροφορικής τ.ε.

Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα
Δυτικής Ελλάδας

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Συστήματα Διαχείρισης Πελατών μέσω
Παγκόσμιου Ιστού - Συγκριτική Αξιολόγηση
Συστημάτων & Μια Μελέτη Περίπτωσης

Δημουλιά Ευαγγελία-Μαρία (Α.Μ.: 1180)

Επιβλέπων καθηγητής : Τζήμας Γιάννης, Επίκουρος Καθηγητής

Αντίρριο, Μάιος 2015

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή
Αντίρριο, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή
2. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή
3. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

ΔΗΛΩΣΗ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελεί προϊόν αποκλειστικά δικής μου προσπάθειας. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία και γίνεται ρητή αναφορά σε αυτές μέσα στο κείμενο όπου έχουν χρησιμοποιηθεί.

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Δημουλιά Ευαγγελία-Μαρία

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον ΕΠΪΚΟΥΡΟ καθηγητή κ. Τζήμα Ιωάννη για την πολύτιμη και άμεση καθοδήγηση και βοήθεια που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησης της πτυχιακής μου εργασίας. Η βοήθεια του υπήρξε καθοριστική στην ολοκλήρωση της εργασίας μου.

Περίληψη

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να γίνει μία εισαγωγή στη θεματική περιοχή των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM).

Σε ένα πρώτο επίπεδο έγινε μια ιστορική αναφορά στα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων, και αναλυτική αναφορά σε σχέση με τη δομή τους, καθώς και τις διαδικασίες τους. Ορίσαμε τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων και αναφερθήκαμε στα πλεονεκτήματα καθώς και τα οφέλη που παρέχουν. Επιπλέον κατηγοριοποιήσαμε τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων σε Operational CRM και σε Analytical CRM. Μελετήσαμε τα πλεονεκτήματα και τους στόχους τους στην ελληνική αγορά και τα συγκρίναμε με τα ERP συστήματα.

Στη συνέχεια ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο με αναφορά σε υπάρχοντα συστήματα CRM. Μερικά από αυτά είναι τα: Sugar CRM, Vtiger, MS Dynamics, Zurmo, Zoho, Cream και άλλα.

Στο επόμενο κεφάλαιο εστίασαμε την προσοχή μας στην αξιολόγηση των συστημάτων ανοικτού κώδικα. Αρχικά συγκρίναμε τα Sugar CRM - Vtiger και μελετήσαμε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τους.

Σε επόμενο υποκεφάλαιο συγκρίναμε τα Microsoft Dynamics – Sugar CRM και στη συνέχεια τα Zoho CRM και Microsoft Dynamics. Προβήκαμε σε ανάλυση τους καθώς και των χαρακτηριστικών τους. Αυτό το κεφάλαιο ολοκληρώθηκε με την αναφορά μας σε ένα άρθρο ενός σπουδαίου αναλυτή του Lauren Carlson.

Στο τέταρτο κεφάλαιο έγινε περιγραφή βήμα προς βήμα της εγκατάστασης του Sugar CRM και παρουσιάστηκαν τα μενού του προαναφερθέντος λογισμικού, ενώ στη συνέχεια παρουσιάσαμε ένα δικό μας παράδειγμα με σκοπό να κατανοήσουμε τη λειτουργία του Sugar CRM.

Ολοκληρώσαμε την εργασία μας με μια σύντομη αναφορά στην επιχειρηματική ευφυΐα.

Abstract

The purpose of this thesis is to make an introduction to Customer Relationship Management (CRM) systems.

In the foresight, a historical reference was made to the CRM systems, as well as an extensive report in terms of their structure and scope. We provided a formal definition of CRM systems and made a reference on the advantages and the benefits it offers.

Furthermore, we classified the CRM systems as Operational and Analytical. Moreover, having studied the advantages and their use in the Greek Market and compared them with the ERP systems.

Moving on to the second section, a reference to the commercial CRM systems such as Sugar CRM, Vtiger, Microsoft Dynamics, Zurmo, Zoho and Cream, is made. On the next section, we concentrated on the assessment of Open Source Systems. First of all, we compared Sugar CRM with Vtiger and studied its advantages and disadvantages. On the following subsection we compared Microsoft Dynamics to Sugar CRM and Zoho CRM respectively.

We proceeded then to their analysis as well as their characteristics. This section was completed with a reference to an article of a highly respective analyst, Mr. Lauren Carlson.

On the fourth section, there is an extensive description of the installation of Sugar CRM as well as a presentation of the menu of the above software. Subsequently, we presented our own example in order to fully understand Sugar CRM functionalities.

We concluded with a brief reference to Business Intelligence.

Περιεχόμενα

1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	10
1.1 Ιστορική Αναδρομή των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM).....	10
1.2 Ορισμός Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM).....	11
1.3 Συστηματικά μέρη ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)	13
1.4 Πλεονεκτήματα των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων και τα οφέλη για την επιχείρηση	14
1.5 Τα πληροφοριακά συστήματα ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)	14
1.5.1 Διαδικασίες παράδοσης CRM	15
1.5.2 Διαδικασίες υποστήριξης CRM	16
1.6 Κατηγορίες ανάλυσης των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Operational CRM, Analytical CRM)	17
1.7 Σχεδιασμός και υλοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)	18
1.8 Διαφορές CRM-ERP	18
1.9 Ορισμός DataBase Marketing	20
1.10 Θεωρητική βάση των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)	20
1.11 Στρατηγική διαδικασία ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)	20
1.11.1 Οι φάσεις σχεδιασμού υλοποίησης της στρατηγικής διαδικασίας των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)	20
1.12 Η εφαρμογή ενός Web CRM στην ελληνική αγορά.....	22
1.12.1 Τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη της εφαρμογής Web CRM στην ελληνική αγορά	22
1.12.2 Οι κυριότεροι λόγοι της εφαρμογής Web CRM	23
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	24
2.1 Ορισμός λογισμικού ανοιχτού κώδικα (Open source software)	24
2.2 Παρουσίαση πλεονεκτημάτων και χαρακτηριστικών Active3 CRM.....	25
2.3 Η σχέση του Sugar CRM με τη διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων	26
2.3.1 Τα βασικά πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του Sugar CRM	28
2.4 Η λειτουργία του λογισμικού Splendid CRM	28
2.5 Η λειτουργία του λογισμικού Centric CRM.....	29
2.6 Ο συσχετισμός του Zuzmo με τη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων.....	30
2.7 Η παρουσίαση και τα οφέλη του Open CRX στα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)	30
2.8 Παρουσίαση και χαρακτηριστικά του Hipergate	32
2.9 Παρουσίαση του Compiere .Inc	33

2.10	Παρουσίαση του Vtiger και τα χαρακτηριστικά του	34
2.11	Παρουσίαση Centra View	35
2.12	Συσχετισμός των XRM με τα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM) 35	
2.12.1	Η τεχνολογία και η χρησιμότητα των XRM	36
2.12.2	Βασικά πλεονεκτήματα των XRM	36
2.13	Η ανάπτυξη της τεχνολογίας Oracle Siebel CRM	37
2.13.1	Παρουσίαση έκδοσης Oracle Siebel CRM	37
2.14	Η δημιουργία ενός Cream CRM συστήματος	39
2.15	Παρουσίαση του Daffodil	40
2.15.1	Τα βασικά χαρακτηριστικά του Daffodil	40
2.16	Η παρουσίαση και η λειτουργία του Zoho	41
2.17	Οι εκδόσεις του Tustena	42
2.18	Ο ορισμός του Dynamics CRM και η παρουσίαση των προϊόντων του.....	43
3.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	44
3.1	Το Sugar CRM σε σύγκριση με το Vtiger	44
3.1.1	Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Sugar CRM	44
3.1.2	Παρουσίαση των μειονεκτημάτων του Sugar CRM	45
3.1.3	Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Vtiger	45
3.1.4	Παρουσίαση των μειονεκτημάτων του Vtiger	45
3.2	Ορισμένα πλεονεκτήματα του Sugar CRM για σύγκριση με το Dynamics CRM..	47
3.2.1	Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Microsoft Dynamics.....	48
3.3	Διαφορές του Microsoft Dynamics με το Sugar CRM	48
3.4	Σύγκριση και η αξιολόγηση Zoho με το Microsoft Dynamics.....	50
3.4.1	Οι αδυναμίες που παρουσιάζουν τα συστήματα Microsoft Dynamics και το Zoho	52
3.5	Σύγκριση και η αξιολόγηση του Sugar CRM με το Zoho.....	52
3.6	Η διατύπωση του Lauren Carlson για τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα (Microsoft Dynamics , Netsuite, Oracle, Sugar)	60
4.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	62
4.1	Εγκατάσταση και παρουσίαση του Sugar CRM	62
4.2	Οι δυνατότητες του Sugar CRM.....	65
5.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	76
5.1	Δημιουργία εμπορικού καταστήματος με τη χρήση του προγράμματος Sugar CRM	76
6.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	82
6.1	Ιστορική αναδρομή της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence).....	82

6.2	Ορισμός επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence)	83
6.3	Τα απαραίτητα στοιχεία της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence) .	84
6.4	Η συγκριτική αξιολόγηση της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence), με τη ανταγωνιστική νοημοσύνη	84
6.5	Σύγκριση επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence), με τη επιχειρηματική ανάλυση (Business Analytics).....	85
6.6	Σύγκριση επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence) με τα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)	85
7.	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	86
7.1	Συμπεράσματα	86
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	87

1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Ιστορική Αναδρομή των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)



Εικόνα 1: CRM Systems

Ξεκινώντας τη συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας θα αναφερθούμε στα ERP συστήματα, δηλαδή τα ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα τα οποία ως βασικό τους μέλημα έχουν την υποστήριξη όλων των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων. Τα προαναφερθέντα συστήματα δεν αποτελούν μια καινούργια ανακάλυψη. Πιο συγκεκριμένα το 1970 έγιναν τα πρώτα βήματα με την εμφάνιση των MRP συστημάτων (βλ. Material Requirement Planning). Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι τα εν λόγω συστήματα είχαν ενσωματωμένες πολύ λίγες λειτουργίες και συνεπώς ελάχιστες δυνατότητες. Με την πάροδο των χρόνων εξελίχθηκαν και εμπλουτίστηκαν με επιπρόσθετες (βλ. χρηματοοικονομικά, ανθρώπινους πόρους). Τα συστήματα αυτά καλούνται MRP II και αποτελούν την εξέλιξη των αρχικών. Εν συνεχεία στην δεκαετία του '90 τα συστήματα αυτά μετονομάστηκαν σε ERP. Τα εν λόγω συστήματα ασχολήθηκαν κατά κύριο λόγο με τις εσωτερικές διεργασίες της εταιρίας. Η τεχνολογική εξέλιξη όμως σε συνδυασμό με τη μεγαλύτερη εξοικείωση του καταναλωτικού κοινού δημιούργησε την ανάγκη για μια πιο πελατο-κεντρική προσέγγιση. Το κενό αυτό ήρθαν να καλύψουν τα CRM συστήματα τα οποία αποτελούν μία εξέλιξη των κλασικών ERP συστημάτων.

Για το λόγο ότι τα συστήματα αυτά κατά βάση αναφέρονται στους πελάτες των εκάστοτε επιχειρήσεων βασικό τους μέλημα είναι :

- η ανεύρεση πελατών
- η αύξηση των ποσών που διαθέτουν για καταναλωτικές δαπάνες
- ο περιορισμός των απωλειών στην καταναλωτική βάση
- η δημιουργία πιστού αγοραστικού κοινού.

Συμπερασματικά λοιπόν προκύπτει ότι η εξυπηρέτηση των εξατομικευμένων αναγκών των πελατών η οποία επιτυγχάνεται μέσω μιας συγκεκριμένης και συστηματοποιημένης μεθοδολογίας και προσέγγισης του θέματος αποτελεί τον κύριο σκοπό της εφαρμογής αυτής. Βοηθητικό παράγοντα αποτελεί η εξέλιξη της τεχνολογίας και καθώς και του λογισμικού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι οποίοι επιτρέπουν τον προγραμματισμό και την ενεργοποίηση επαφών με τους πελάτες, με βάση την ίδια την αγοραστική συμπεριφορά και τις συνήθειες τους, τις οποίες μπορούμε να γνωρίζουμε σε αρκετά μεγάλο βάθος και αυτό ακριβώς είναι που εκμεταλλεύεται και το CRM.[1] [3] [4].

1.2 Ορισμός Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)

Με τον όρο **συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων** (Customer Relationship Management Systems) αναφερόμαστε αρχικά σε μια στρατηγική που διαχειρίζεται την αλληλεπίδραση μεταξύ πελάτη και επιχείρησης.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η χρήση του κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού με τη βοήθεια του οποίου θα οργανώσει και θα ομαδοποιήσει τις διεργασίες του (π.χ. τις δραστηριότητες των πωλήσεων).

Βασικό μέλημα των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων είναι η προσέλκυση νέων πελατών αλλά και η διατήρηση των παλαιότερων πελατών του καθώς αναζητεί όλο και περισσότερους έξυπνους τρόπους να επαναφέρει πίσω στην εταιρεία αυτούς που έχουν αποχωρήσει. [36]

Από την άλλη πλευρά ένα σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από τη ίδια την εμπορική επιχείρηση επιλέγοντας πρώτα κάποια από τα εξής κριτήρια :

- τη **Γνώση**: Όσον αφορά τη γνώση(Know) θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από τους υπαλλήλους της εμπορικής επιχείρησης οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των πελατών της. Έτσι λοιπόν από την πλευρά τους οι υπάλληλοι της εμπορικής επιχείρησης θα πρέπει να εστιάζουν στους πελάτες τους αλλά και στις ανάγκες τους. Για να γίνει

αυτό θα πρέπει οι υπάλληλοι της εταιρείας (μικρής ή μεγάλης επιχείρησης) θα πρέπει να οργανώσουν μια συνεδρία με τους πελάτες τους (νέους ή τους ήδη υπάρχοντες), όπου πρώτα θα τους μιλήσουν για τα προϊόντα τους, θα τους τα παρουσιάσουν και στη συνέχεια θα συνομιλήσουν μεταξύ τους για να εκφράσουν τυχόν απορίες – διευκρινίσεις για τα προϊόντα και με τη σειρά τους οι υπάλληλοι θα κρίνουν ανάλογα για το πώς θα κάνουν τους πελάτες τους να τα προμηθευτούν (π.χ. μαρτυρίες άλλων πελατών που αγόρασαν τα προϊόντα της συγκεκριμένης επιχείρησης).

- το **Στόχο**: Πέρα όμως από τη γνώση που διαθέτει ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management) θα πρέπει η εμπορική επιχείρηση – εταιρεία να διακατέχει και κάποιον στόχο (Target). Στόχος της είναι να μπορέσει να καταλάβει τους πελάτες της, ποιοι είναι εκείνοι οι οποίοι αγοράζουν τα προϊόντα και ποιοι όχι, καθώς και ποιοι από τους πελάτες επιφέρουν τεράστια χρηματικά κέρδη στην επιχείρηση και να αποφασίσουν ποιους θα κρατήσουν και ποιους όχι.. Επιπλέον οι μόνιμοι πελάτες της εμπορικής επιχείρησης λόγω της αύξησης των κερδών που επιφέρουν στη υπάρχουσα επιχείρηση θα έχουν και κάποιες προσφορές στη αγορά των προϊόντων τους (εκπτώσεις ή κάποιο δώρο ως ένδειξη τακτικού πελάτη) ή ακόμη δημιουργία κάποιας κάρτας ,για να την χρησιμοποιούν στις αγορές τους.
- τις **Πωλήσεις**: Ένα άλλο στοιχείο που διακρίνει ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων είναι και οι πωλήσεις (Sales). Στην προσπάθεια τους οι υπάλληλοι της εταιρείας για να αυξήσουν τις πωλήσεις τους χρησιμοποιούν μια τεχνολογία, η οποία είναι γνωστή ως Marketing Campaign. Στη συγκεκριμένη τεχνολογία οι υπάλληλοι κρίνονται σε βέλτιστο βαθμό για την αποδοτικότητα τους , η οποία έχει να κάνει κυρίως κατά πόσο είναι αποδοτικοί στην εργασία τους , στον τρόπο προσέγγισης νέων πελατών καθώς και στη παρουσίαση των προϊόντων. Επιπλέον, η αποδοτικότητα των υπάλληλων κρίνεται ως βασικό χαρακτηριστικό στοιχείο και από τους υπεύθυνους της εταιρείας , οι οποίοι βλέποντας τις υπογραφές των υπαλλήλων που έχουν περισσότερες πωλήσεις τους παρέχουν κάποιο επιπλέον Bonus (αύξηση κέρδους, προαγωγή ή ακόμη κάποιο δώρο).
- τις **Υπηρεσίες**: Κλείνοντας την αναφορά μας στα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε και τις υπηρεσίες (Services). Οι υπάλληλοι της εμπορικής επιχείρησης προσπαθούν με διάφορους τρόπους και μέσα να κρατήσουν τους

πελάτες τους στην επιχείρησή τους. Ένας τρόπος είναι είτε μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (Email) που τους ενημερώνει για τη νέα παραλαβή των προϊόντων, για κάποια ημέρα που υπάρχουν προσφορές στα διαθέσιμα προϊόντα, είτε μέσω τηλεφωνικών συνδέσεων που τους αναφέρει κάποια συνάντηση που πρόκειται να γίνει την ώρα καθώς και το θέμα της συζήτησης.

1.3 Συστηματικά μέρη ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων αποτελείται από διάφορα συστατικά μέρη εκ των οποίων είναι η **διαχείριση επαφών**, η **διαχείριση πόρων**, οι **κοινές δραστηριότητες**, οι **μαζικές δραστηριότητες**, οι **ευκαιρίες πώλησης**, οι **ροές εγκρίσεων**, ο **συγχρονισμός με τον πελάτη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου** (π.χ. Microsoft Outlook), το **Telemarketing**, τα **Workflows** ο ανταγωνισμός και άλλα. Όσον αφορά την διαχείριση επαφών και πόρων οι επιχειρήσεις προσπαθούν να βρουν τρόπους να ενημερώνονται για τους πελάτες τους και τις ανάγκες τους συνεπώς κατηγοριοποιούν τις επαφές τους με όσον τον δυνατόν περισσότερες πληροφορίες πέραν των βασικών (βλ. ονοματεπώνυμο, τηλέφωνο, ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο). Επιπλέον σκέφτονται τρόπους να χρησιμοποιούν τους πόρους τους βέλτιστα. Με τον όρο πόροι αναφερόμαστε σε εργαζομένους, εξοπλισμό, διαθεσιμότητα χρόνου και άλλα. Οι κοινές- μαζικές δραστηριότητες αποτελούν σημαντικά συστατικά ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό κατηγοριοποιούμε τις δραστηριότητες ώστε να είμαστε περισσότερο οργανωμένοι και να τις ελέγχουμε όσο το δυνατόν καλύτερα. Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε το Telemarketing δηλαδή μια μέθοδο για την απευθείας προώθηση προϊόντων / υπηρεσιών και τα Workflows ουσιαστικά μια ακολουθία εργασιών. Σημαντικό κομμάτι είναι οι ευκαιρίες πωλήσεων και ο ανταγωνισμός. Οι επιχειρήσεις προσφέρουν συνεχώς δυνατότητες που δίνονται στους πελάτες αλλά και στους εργαζομένους της. Επιπλέον ο ανταγωνισμός λειτουργεί ως θετικός παράγοντας εξέλιξης. Οι επιχειρήσεις έχοντας ως βασικό μέλημα να ξεπεράσουν τις υπόλοιπες βελτιώνονται συνεχώς και φροντίζουν τους πελάτες τους ολοένα και περισσότερο.[4].

1.4 Πλεονεκτήματα των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων και τα οφέλη για την επιχείρηση

Ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων. Τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων έχουν την ικανότητα να διαχειρίζονται δυνητικές εταιρίες αλλά και να συσχετίζουν πολλαπλές επαφές με επιχειρήσεις (βλ. πολλές εταιρίες έχουν τον ίδιο λογιστή). Όσον αφορά τον τομέα των πωλήσεων έχουν την ικανότητα να διαχειρίζονται τις ευκαιρίες καθώς και να προβλέπουν τα μελλοντικά τους βήματα. Τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων διακρίνονται για την αποτελεσματικότητά τους όσον αφορά τους πόρους της επιχείρησης, τις επαφές και το Marketing. Όταν μιλάμε για πόρους της επιχείρησης όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο υποκεφάλαιο αναφερόμαστε σε υπαλλήλους, εξοπλισμό, τμήματα, χρόνο και άλλα. Επιπλέον μέσω των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων μπορούμε να σχεδιάζουμε πολλαπλές ροές δραστηριοτήτων καθώς και την απλοποίησή τους. Φροντίζουν οι επιχειρήσεις να είναι πάντα ενήμερες για την εικόνα που έχουν οι πελάτες για αυτές. Για να το επιτύχουν αυτό έχουν δημιουργήσει μία βάση δεδομένων, η οποία εξυπηρετεί τους πελάτες της. Δηλαδή τη χρησιμοποιούν για να εκφράσουν τα παράπονα και τα αιτήματά τους. Επιπροσθέτως υποστηρίζουν πολλές δραστηριότητες με ιδιαίτερη ασφάλεια κάτι που τις καθιστά ανταγωνιστικές.[4].

1.5 Τα πληροφοριακά συστήματα ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)



Εικόνα 2:CRM Systems

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει παραπάνω το Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων αποτελεί ένα πληροφοριακό σύστημα που έχει την ικανότητα να παρακολουθεί τις σχέσεις πελατών-επιχείρησης και να παρέχει τη δυνατότητα στους εργαζομένους να ενημερώνονται κατά το βέλτιστο τρόπο για θέματα που αφορούν τους πελάτες τους. Οι πληροφορίες σε ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων αποθηκεύονται σε μια βάση δεδομένων. Μέσω της βάσης δεδομένων οι επιχειρήσεις ελέγχουν τους πελάτες και τις επιθυμίες τους ώστε να αυξήσουν τις πωλήσεις τους και να βελτιώσουν το μάρκετινγκ και την εξυπηρέτηση πελατών. Μια βάση δεδομένων θα πρέπει να παρέχει πληροφορίες για:

- Τις συναλλαγές.
- Τις επαφές πελατών.
- Τις περιγραφικές πληροφορίες.
- Απαντήσεις σε ερεθίσματα μάρκετινγκ.
- Διαδικασίες παράδοσης CRM .
- Διαδικασίες υποστήριξης CRM.
- Διαδικασίες ανάλυσης CRM .

Ακολουθεί μια εκτενέστερη αναφορά των προαναφερθέντων.

1.5.1 Διαδικασίες παράδοσης CRM

Με τον όρο διαδικασίες παράδοσης CRM αναφερόμαστε σε διαδικασίες οι οποίες σχετίζονται άμεσα με τον πελάτη και τις ανάγκες του. Μερικές από τις διαδικασίες παράδοσης αναφέρονται ονομαστικά παρακάτω:

- Η διαχείριση καμπάνιας δηλαδή ο σχεδιασμός, η υλοποίηση, ο έλεγχος και η παρακολούθηση του μάρκετινγκ. Βασικό τους μέλημα είναι να προσεγγίσουν γνωστούς παραλήπτες (βλ. υποψήφιους πελάτες). Η διαχείριση καμπάνιας αγωνίζεται για τη δημιουργία ευκαιριών που θα βοηθήσουν τόσο τη διαχείριση ηγεσίας όσο και τη διαχείριση πωλήσεων.
- Η διαχείριση υπηρεσιών δηλαδή ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και ο έλεγχος των μέτρων για την παροχή υπηρεσιών. Στη διαχείριση υπηρεσιών συμπεριλαμβάνεται και η ενημέρωση μετά την πώληση. Σημαντικό θα ήταν να αναφερθούμε και στο «κουτί παραπόνων». Με τον όρο κουτί παραπόνων αναφερόμαστε στο ότι η επιχείρηση ενημερώνεται άμεσα για τη δυσαρέσκεια των πελατών της, πληροφορίες οι οποίες λαμβάνονται, υποβάλλονται σε επεξεργασία και κοινοποιούνται στην επιχείρηση. Βασικός λόγος της ύπαρξης του «κουτί

παραπόνων» είναι η αντιμετώπιση των προβλημάτων και η βελτιστοποίηση της ικανοποίησης των πελατών.

1.5.2 Διαδικασίες υποστήριξης CRM

Η έρευνα αγοράς η οποία περιλαμβάνει:

- σχεδιασμό
- συλλογή
- ανάλυση
- αναφορά δεδομένων για μια συγκεκριμένη κατάσταση μάρκετινγκ.

Η διαχείριση πιστότητας η οποία περιλαμβάνει:

- Σχεδιασμό
- Υλοποίηση
- Έλεγχο
- Παρακολούθηση μέτρων σχετικά με τις σχέσεις επιχείρησης – πελατών(βλ. διάρκεια σχέσης, ένταση σχέσεων/συνεργασιών)

Η διαχείριση ηγεσίας η οποία περιλαμβάνει:

- Ενοποίηση
- Δρομολόγηση
- Ιεράρχηση των σχέσεων με τους πελάτες.
- Δημιουργία προφίλ πελατών δηλαδή η πληροφόρηση σχετικά με τους πελάτες (βλ. προτίμησης πελατών).

Η διαχείριση ανατροφοδότησης που ευθύνεται για

- Την ενοποίηση.
- Την ανάλυση γνώσεων σχετικές με του πελάτες.

Η διαχείριση πολλαπλών καναλιών δηλαδή:

- Η ανάπτυξη.
- Ο σχεδιασμός.
- Ο έλεγχος των προϊόντων.
- Της γνώσης των ροών με διαφορετικά κανάλια και μέσα επικοινωνίας.

Η διαχείριση των επιδόσεων η οποία σχετίζεται με:

- Τον ολοκληρωμένο έλεγχο.
- Την παρακολούθηση.
- Την κατανομή πόρων.[4].

1.6 Κατηγορίες ανάλυσης των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Operational CRM, Analytical CRM)



Εικόνα 3: CRMSystems

Τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM) διακρίνονται σε :

- **Operational CRM**
- **Analytical CRM.**

Ακολουθεί μια αναλυτικότερη αναφορά στις προαναφερθείσες κατηγορίες:

Σε ένα **Operational CRM** όλες οι σχέσεις πελατών-επιχείρησης αποθηκεύονται σε μια βάση δεδομένων και παρέχουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να τις χρησιμοποιήσει οποιαδήποτε στιγμή. Με την ύπαρξη της βάσης ο κάθε πελάτης έχει την ικανότητα να ανταλλάσσει πληροφορίες με περισσότερους του ενός υπαλλήλους μιας εταιρείας και όλοι να είναι ενήμεροι για προηγούμενες ενέργειες. Με την χρήση αυτής της κατηγορίας επιτυγχάνεται η εύκολη διαχείριση της καμπάνιας, η αυτοματοποίηση των λειτουργιών μάρκετινγκ, των πωλήσεων και των παραγγελιών.

Το **Analytical CRM** ουσιαστικά αποτελεί το επόμενο βήμα του Operational CRM. Συλλέγει τις πληροφορίες από τη βάση δεδομένων και τις αναλύει ώστε να βγάλει χρήσιμα συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα έχει να κάνει με στοχευόμενες καμπάνιες μάρκετινγκ, με εξειδικευμένες καμπάνιες, με την ανάλυση της συμπεριφοράς των πελατών, με μελλοντικές οικονομικές προβλέψεις και με την ανάλυση της κερδοφορίας.[4].

1.7 Σχεδιασμός και υλοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)

Ένα πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων διακρίνεται για τα οφέλη του μερικά εκ των οποίων είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός, η προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών, η αύξηση του κέρδους και του ανταγωνισμού, η αξιοπιστία στην ασφάλεια δεδομένων, η χρήση φιλικού και ευέλικτου εργασιακού περιβάλλοντος, η καθολική διαχείριση όλων των ενεργειών, η καθολική αξιοποίηση των πληροφοριών, η γνώση αναγκών/απαιτήσεων του πελάτη και η καθολική υποστήριξη των διαδικασιών μάρκετινγκ, πώλησης, εξυπηρέτησης, και υποστήριξης πελατών. Για όλους τους παραπάνω λόγους καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιώντας Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων βρίσκουν τρόπους να βελτιωθούν, να αυξήσουν τα έσοδα τους με βασικό τους μέλημα την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών τους. Προσπαθούν συνεχώς να βρουν υποψήφιους πελάτες για να αυξήσουν τις επαφές τους. Σε μια βάση δεδομένων καταγράφονται όλοι οι πελάτες ακόμη και οι μελλοντικοί με όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία. Επίσης υπάρχουν και βάσεις δεδομένων όπου καταγράφεται η γνώμη των πελατών για την εταιρία, τα παράπονα και τα αιτήματα τους. Μια αρνητική κριτική είναι ότι καλύτερο για την επιχείρηση αφού την βοηθάει να βελτιώνεται και να προσαρμόζεται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών της. Επιπλέον η επιχείρηση προσπαθεί να δίνει κίνητρα στους εργαζομένους καθώς και να φροντίζει για ένα ευχάριστο περιβάλλον εργασίας ώστε να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα τους. Αφήνοντας ευχαριστημένους πελάτες βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης και το μέλλον της διαγράφεται λαμπρό[4].

1.8 Διαφορές CRM-ERP

Συγκρίνοντας ένα ERP με ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων διαπιστώνουμε ότι έχουμε να κάνουμε με δύο διαφορετικές έννοιες. Πιο συγκεκριμένα οι διαφορές τους έχουν να κάνουμε με τους πελάτες, τις πωλήσεις, τα προϊόντα, το marketing, και τις after sales. Αναλυτικότερα:

- **Πελάτες:** Όσον αφορά τους πελάτες σε ένα ERP σύστημα καταχωρούνται πελάτες οι οποίοι έχουν τιμολογηθεί έστω και μια φορά εν αντιθέσει στο Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων αναφερόμαστε και σε «εν δυνάμει» πελάτες. Δηλαδή σε μελλοντικούς πελάτες/επιχειρήσεις.
- **Πωλήσεις:** Όσον αφορά τις πωλήσεις ένα ERP σύστημα δεν δύναται να σχετίζεται με την εύρεση του πελάτη, την παρουσίαση των προϊόντων, την αποστολή προσφοράς, τη διαπραγμάτευση, την συμφωνία, παρά μόνο με την τιμολόγηση. Εν αντιθέσει ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων σχετίζεται με τη διαχείριση ολόκληρης της διαδικασίας πώλησης.
- **Προϊόντα:** Τόσο τα προϊόντα όσο και οι υπηρεσίες που πουλάμε καταγράφονται σε ένα ERP σύστημα. Σημαντικό θα είναι να αναφέρουμε ότι σε ορισμένες περιπτώσεις μια επιχείρηση καλείται να αποστείλει προσφορές για προϊόντα τα οποία δεν έχει προμηθευτεί ή δεν γνωρίζει αν θα προμηθευτεί. Προφανώς είναι κάτι που συγγέεται άμεσα με την προσφορά. Τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων παρέχουν την παραπάνω δυνατότητα.
- **Μάρκετινγκ:** Όσον αφορά το μάρκετινγκ τα ERP συστήματα δεν έχουν να επιδείξουν σημαντικά αποτελέσματα. Αυτό συμβαίνει διότι όπως αναφέραμε και παραπάνω τα εν λόγω συστήματα σχετίζονται μόνο με καταγεγραμμένους πελάτες εν αντιθέσει με τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων τα οποία σχετίζονται και με μελλοντικούς πιθανούς πελάτες. Λόγω του ότι οι κανόνες του μάρκετινγκ έχουν να κάνουν και με την προσέλκυση νέων πελατών δημιουργήθηκαν συστήματα τα οποία ενοποιούν τα ERP με τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων. Αν και ανήκουν στον ίδιο κατασκευαστή αποτελούν ξεχωριστά συστήματα.
- **After Sales:** Όσον αφορά στις «After Sales» αναφερόμαστε στην εξυπηρέτηση πελατών και την τεχνική υποστήριξη. Το τμήμα της εξυπηρέτησης πελατών καλείται να απάντηση σε μια πληθώρα ερωτημάτων που σχετίζονται με την παραγγελία ενός προϊόντος (βλ. χρόνος παραλαβής, έλεγχος τιμολόγησης κ.α). Οι παραπάνω πληροφορίες δεν δύναται να διαχειριστούν με τον αποδοτικότερο τρόπο από ένα ERP σύστημα. Το τμήμα της τεχνικής υποστήριξης καλείται να δώσει απαντήσεις σχετικές με βλάβες, χρήση ανταλλακτικών, επισκευές κ.α όπως είναι αναμενόμενο όλα τα παραπάνω δεν υποστηρίζονται από ένα ERP σύστημα αλλά από ένα σύστημα CRM.[2].

1.9 Ορισμός DataBase Marketing

Με τον όρο Database marketing αναφερόμαστε σε βάσεις δεδομένων πελατών που σχετίζονται με πληροφορίες πελατών, αγοράς και αναγκών. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων έχει την ιδιότητα να χρησιμοποιεί τις τεχνικές του Database marketing με απώτερο σκοπό να βελτιώσει τις σχέσεις εταιρίας-πελάτη. Με αυτόν τον τρόπο οι επιχειρήσεις δύναται να εντοπίζουν νέους πελάτες και να βοηθούν στην επίτευξη του μέγιστου κέρδους της επιχείρησης.[4].

1.10 Θεωρητική βάση των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων διασπάται σε τρία επίπεδα:

- Το λειτουργικό επίπεδο
- Το επίπεδο πελάτη
- Το στρατηγικό επίπεδο.

Πιο συγκεκριμένα το λειτουργικό επίπεδο σχετίζεται με την αυτοματοποίηση της διαδικασίας πώλησης και τη διαχείριση της επικοινωνίας στο μάρκετινγκ Το επίπεδο του πελάτη σχετίζεται με την εμπειρία του πελάτη, την κοινή προσέγγιση των πελατών και τη διανομή της πληροφορίας. Τέλος το στρατηγικό επίπεδο σχετίζεται με την ευχαρίστηση του πελάτη και την απελευθέρωση του CRM.[1] [2] [3] [4].

1.11 Στρατηγική διαδικασία ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)

Η στρατηγική διαδικασία έχει ως βασικό μέλημα την επίτευξη «πελατοκεντρισμού». Προσπαθεί να επικεντρωθεί στον διαμοιρασμό των πόρων της οικονομικής αξίας των πελατών της ως τροχοπέδη τη δημιουργία αλληλεπιδράσεων από την ανταλλαγή πληροφοριών-αγαθών ανάμεσα σε πελάτες/επιχειρήσεις.

1.11.1 Οι φάσεις σχεδιασμού υλοποίησης της στρατηγικής διαδικασίας των Συστημάτων Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων(CRM)

Ακολουθεί μια αναλυτική αναφορά στα βήματα της ανάπτυξης και υλοποίησης των Συστημάτων Διαχείρισης των Πελατειακών Σχέσεων:

Η απόκτηση δέσμευσης από όλη την επιχείρηση, η οποία έχει ως σκοπό:

- Top-downδέσμευση της διοίκησης

- Bottop-up αφοσίωση των χρηστών
- Ομάδα πλήρους απασχόλησης
- Διαμοιρασμό πόρων για τελική λύση.

Η ύπαρξη μιας ομάδας CRM project καθιστά αναγκαία την ύπαρξη :

- Διοίκησης
- Τμήματος πληροφορικής
- Πωλήσεις, μάρκετινγκ, εξυπηρέτησης πελατών
- Οικονομικού τμήματος
- Εξωτερικού συμβούλου CRM.

Η ανάλυση των απαιτήσεων της επιχείρησης παρέχει πληροφορίες σχετικές με:

- Καθορισμός προϊόντων/υπηρεσιών
- Καθορισμός ροών εργασίας
- Επισκόπηση τεχνολογιών, χαρακτηριστικών και δυνατοτήτων
- Καθορισμός απαιτήσεων επιχείρησης.

Ο ορισμός της στρατηγικής CRM αποτελείται από:

- Θέματα που εστιάζουν οι πελάτες με σκοπό την προσέγγιση τους.
- Επιχειρησιακά θέματα.

Βασικό μέλημα της στρατηγικής του πελάτη είναι η δημιουργία και διοίκηση των χαρτοφυλακίων των πελατών μιας εταιρίας σε σχέση με :

- Κατανόηση πελάτη
- Κατανόηση ανταγωνιστικών προσφορών
- Δυνατότητες ανάπτυξης πελατών
- Ικανότητες διοίκησης πελατών.

Ο μετασχηματισμός της επιχείρησης έχει να κάνει με:

- Τη διαδικασία της επιχείρησης
- Την οργάνωση
- Την τοποθέτηση, τις εγκαταστάσεις
- Τις ροές δεδομένων
- Την αρχιτεκτονική εφαρμογών

- Την τεχνολογική υποδομή.

1.12 Η εφαρμογή ενός Web CRM στην ελληνική αγορά

Σύμφωνα με παγκόσμια έρευνα (βλ. e-business forum. g) και οι Έλληνες υιοθετούν το CRM μοντέλο στις επιχειρήσεις τους. Η Interworks έκανε την πρώτη απόπειρα για δημιουργία ενός web CRM συστήματος. Βασικό μέλημα της Interworks ήταν η μείωση εκπαίδευσης προσωπικού, τεχνικής υποστήριξης και ελαχιστοποίησης των databases των εταιριών. Συνεπώς δημιούργησε μια πλατφόρμα η οποία παρείχε την δυνατότητα στην κάθε επιχείρηση να κατέχει μια καθολική εικόνα για κάθε τμήμα της. Τα τμήματα μάρκετινγκ, πωλήσεων, υποστήριξης πελατών.

Αναλυτικότερα το τμήμα μάρκετινγκ :

- Ελέγχει κάθε ενέργεια που προωθεί η επιχείρηση
- Ελέγχει την απόδοση της επιχείρησης με χρήση στατιστικών
- Ελέγχει επικινδυνότητα αποτυχίας της καμπάνιας
- Παρουσιάζει τρόπους για την καλύτερη προώθηση των προϊόντων

το τμήμα πωλήσεων :

- Ελέγχει την απόδοση των πωλήσεων των επιχειρήσεων με χρήση οργανοτικότητας
- Ελέγχει τη συχνότητα των ραντεβού που σχετίζονται με τις πωλήσεις
- Ελέγχει με χρήση στατιστικών τις πωλήσεις

το τμήμα υποστήριξης πελατών:

- Καταγραφεί όλους τους πελάτες
- Κατηγοριοποιεί τους πελάτες σε ομάδες
- Ελέγχει στατιστικά την εικόνα τις εταιρίας για τους πελάτες και το αντίστροφο.

1.12.1 Τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη της εφαρμογής Web CRM στην ελληνική αγορά

Δεν θα μπορούσαμε να ξεχάσουμε να αναφερθούμε ότι τα πλεονεκτήματα που συνδέουν μια δικτυακή εφαρμογή και μια τοπική εφαρμογή είναι πάρα πολλά ορισμένα εκ των οποίων αναφέρουμε εν συντομία παρακάτω :

- Μείωση της ανάγκης χρήσης μεγάλων database και συνεπώς μείωση κόστους και συντήρησης.
- Ενοποίηση τμημάτων τεχνικής υποστήριξης, συντήρησης και βελτιστοποίησης μηχανημάτων που ως πρωταρχικό σκοπό έχουν την αποθήκευση και επεξεργασία δεδομένων.
- Δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στο Διαδίκτυο.
- Ελαχιστοποίηση εκπαίδευσης προσωπικού λόγω χρήσης excel.

1.12.2 Οι κυριότεροι λόγοι της εφαρμογής Web CRM

Υπάρχει μια πληθώρα λόγων για τους οποίους μια επιχείρηση επιλέγει να χρησιμοποιήσει CRM συστήματα. Βέβαια σημαντικό θα ήταν αναφέρουμε ότι από εφαρμογή σε εφαρμογή και από εταιρία σε εταιρία προκύπτουν διαφορετικά οφέλη λόγω διαφορετικών τρόπων εφαρμογής CRM συστημάτων. Ορισμένοι εκ των οποίων αναφέρονται παρακάτω:

Η αυτοματοποίηση παροχών μια εταιρείας. Οι υπάλληλοι της εταιρίας έχουν τη δυνατότητα:

- Αποθήκευσης.
- Ανάκτησης πληροφοριών.
- Επεξεργασίας πληροφοριών.
- Αντιμετώπισης αυτόματης δρομολόγησης.
- Τοποθέτησης στην ουρά και κλιμάκωση αιτήσεων εξυπηρέτησης .

Η αξιοποίηση στατιστικών στοιχείων που παρέχουν δυνατότητα:

- Ελέγχου σχέσεων εταιρίας-πελάτη.
- Στατιστικών για λήψη μελλοντικών αποφάσεων.
- Πρότασης σε πελάτες για αγορά προϊόντων που πιθανότητα θα τους ενδιαφέρουν (με βάση παλαιότερες αγορές) .

Η αποφυγή λαθών με δυνατότητα:

- καταγραφή υπαλλήλων εταιρίας.
- καταγραφή σχέσεων φυσικών-νομικών προσώπων.[1] [4]

2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ορισμός λογισμικού ανοιχτού κώδικα (Open source software)

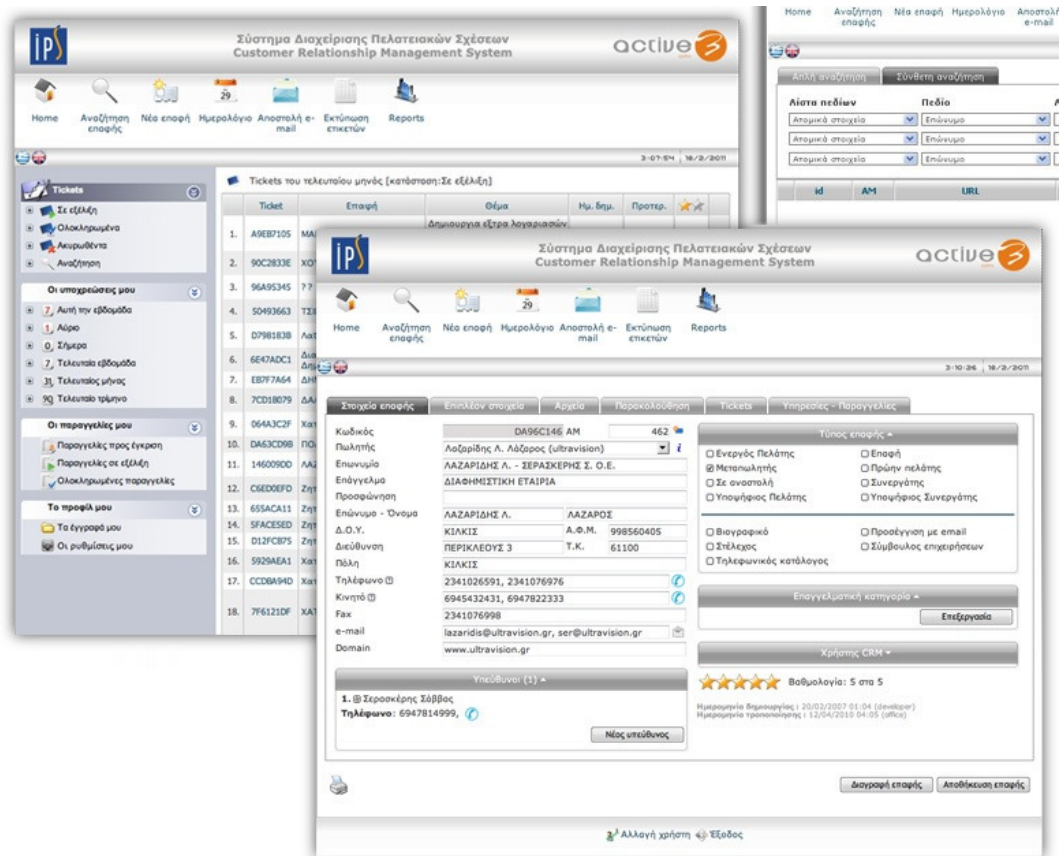
Με όρο **λογισμικό ανοικτού κώδικα** (βλ *Open Source Software*) αναφερόμαστε σε ένα λογισμικό του οποίου ο πηγαίος κώδικας διατίθεται δωρεάν σε οποιοδήποτε χρήστη. Είτε αυτός επιθυμεί να τον εξετάσει, είτε να τον τροποποιήσει είτε να τον αξιοποιήσει σε άλλες εφαρμογές. Αξίζει να αναφέρουμε ότι ένα λογισμικό ανοικτού κώδικα δεν σημαίνει απαραίτητος δωρεάν λογισμικό, αλλά αναφέρεται μόνο στο γεγονός πως επιτρέπεται σε κάθε χρήστη να εξετάσει και να χρησιμοποιήσει τη γνώση και τις δυνατότητες που προσφέρει ο παρερχόμενος πηγαίος κώδικας. Στην ουσία τα περισσότερα προγράμματα ανοιχτού κώδικα παρέχονται δωρεάν και μπορούν να χαρακτηριστούν ελεύθερα. Ακολουθεί μια αναφορά σε ορισμένα προγράμματα CRM, open source και όχι μόνο:

- Compiere
- Daffodil CRM
- Hipergate
- Xrms
- Open CRX
- Sugar CRM
- Vtiger
- Zurmo
- Zoho
- Dynamic CRM
- Active3 CRM.

Στα επόμενα υποκεφάλαια γίνεται μια γνωριμία με τα προαναφερθέντα CRM συστήματα:

[6].

2.2 Παρουσίαση πλεονεκτημάτων και χαρακτηριστικών Active3 CRM



Εικόνα4: Active3 CRM

Το active3 CRM αποτελεί μια δικτυακή εφαρμογή της Ips η οποία είναι πρόσθετο dll (.NET application) που έχει την ικανότητα να προσαρμόζεται στο active3 CRM σαν module και να παρεμβαίνει στη βάση δεδομένων. Η παραπάνω δικτυακή εφαρμογή παρέχει εξαιρετικά χρήσιμες δυνατότητες σε επιχειρήσεις, βοηθώντας την επιχείρηση να κερδίσει χρόνο και χρήμα, λόγω του ότι δεν απαιτείται η απασχόληση εργαζομένου για τον έλεγχο του πελατολογίου. Το active3 CRM είναι ένα σύστημα το οποίο έχει την ικανότητα να:

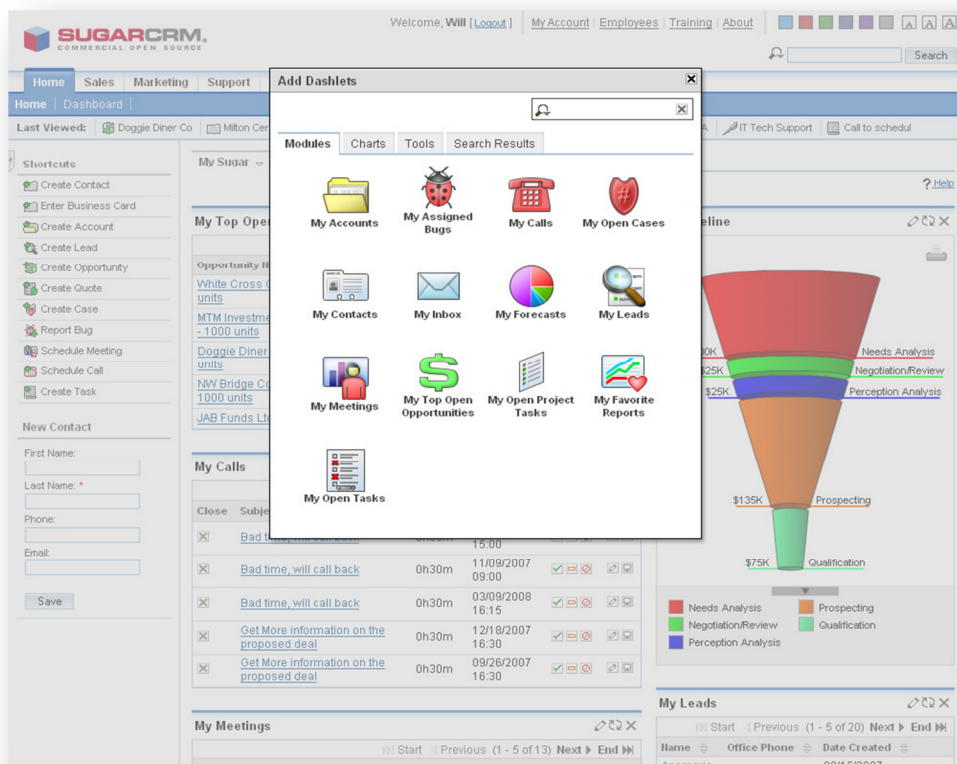
- παρεμβαίνει στις επαφές και να τις κατηγοριοποιεί.
- διαχειρίζεται αλληλογραφία (βλ. πρότυπα κείμενα).
- ελέγχει αρχεία καθώς και την αλληλεπίδραση τους με τις επαφές.
- ελέγχει τις υπενθυμίσεις και να έχει ημερολογιακή απεικόνιση.
- κρατά σημειώσεις για κάθε επαφή.
- ελέγχει τα "tickets".

- παρεμβαίνει στη διαχείριση δυναμικών υπηρεσιών.
- εξάγει αναφορές.
- αποστέλλει email σε πολλούς παραλήπτες ταυτόχρονα.
- εκτυπώνει ετικέτες και να αναγνωρίζει τηλεφωνικές κλήσεις.

Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι το active3 CRM χαρακτηρίζεται από μια σειρά πλεονεκτημάτων μερικά εκ των οποίων φαίνονται παρακάτω :

- Η ικανότητα διεκπεραίωσης εργασιών μιας εταιρίας σε ελάχιστο χρόνο.
- Η ικανότητα να διαχειρίζεται τους πόρους καθώς και τις αρμοδιότητες των υπαλλήλων σε βέλτιστο βαθμό.
- Η ικανότητα να εξυπηρετεί άμεσα τους πελάτες του.
- Η ικανότητα βέλτιστης επικοινωνίας τόσο με πελάτες όσο και με συνεργάτες.
- Η ικανότητα να προσεγγίζει νέους πελάτες.
- Η ικανότητα να ελέγχει τους συνεργάτες του. [7]

2.3 Η σχέση του Sugar CRM με τη διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων



Εικόνα 4: Sugar CRM

Το Sugar CRM αποτελεί το πλέον δημοφιλέστερο λογισμικό ανοικτού κώδικα που ως βασικό σκοπό έχει την διαχείριση πελατειακών σχέσεων. Με την χρήση του προαναφερθέντος λογισμικού παρέχεται η δυνατότητα σε κάθε χρήστη να συμμετέχει στο marketing (καθώς και σε οποιαδήποτε άλλη διαδικασία πώλησης) με απώτερο σκοπό να βελτιωθεί στο έπακρον η πελατειακή σχέση. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι εστιάζει στο «άτομο» ώστε να εξυπηρετήσει καλύτερα τους πελάτες και αυτοματοποιήσει τις πωλήσεις. Σε αυτό το λογισμικό οι χρήστες έχουν υψηλή λειτουργικότητα.

Το Sugar CRM έχει τη δυνατότητα επέκτασης με χρήση modules και να ενσωματώσει λειτουργίες ERP (βλ. διαχείριση εγγράφων, ανθρώπινου δυναμικού). Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το Sugar CRM όπως και κάθε λογισμικό ανοικτού κώδικα χαρακτηρίζεται από μια σειρά πλεονεκτημάτων τα οποία φαίνονται στο κείμενο που ακολουθεί:

- Mobile CRM και Social Media.
- Ημερολόγια και συγχρονισμός με άλλες εφαρμογές.
- Περιβάλλον εργασίας.
- Απόδοση και ασφάλεια.

Ακολουθεί μια αναλυτικότερη αναφορά των προαναφερθέντων χαρακτηριστικών:

Mobile CRM και Social Media: Το Sugar CRM έχει τη δυνατότητα να συνδέεται και να λειτουργεί με οποιοδήποτε κινητό τηλέφωνο (βλ. Smartphone) ώστε να καταχωρηθούν αυτόματα οι επαφές και τα προγραμματισμένα ραντεβού. Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι σε συσκευές όπως Android και iPhone παρέχει τη δυνατότητα ανάκτησης δεδομένων από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Ημερολόγια και συγχρονισμός με άλλες εφαρμογές: έχει την δυνατότητα να δημιουργεί επαναλαμβανόμενες συναντήσεις καθώς και κλήσεις. Ακόμη και να συντονίζει τόσο τις επαφές όσο και τα ραντεβού με εφαρμογές όπως το Microsoft outlook, Mozilla Thunderbird.

Περιβάλλον εργασίας: το Sugar CRM παρέχει στο χρήστη ένα εξαιρετικά δυναμικό και ευέλικτο περιβάλλον το οποίο διακρίνεται για τη χρήση γραφημάτων, τις δυνατότητες συνεχής ενημέρωσης για την κατάσταση προσφορών καθώς και προβλέψεων των πωλήσεων. Επιπλέον το Sugar CRM διακρίνεται για την ασφαλή πρόσβασή σε κάθε δικτυακό πόρο.

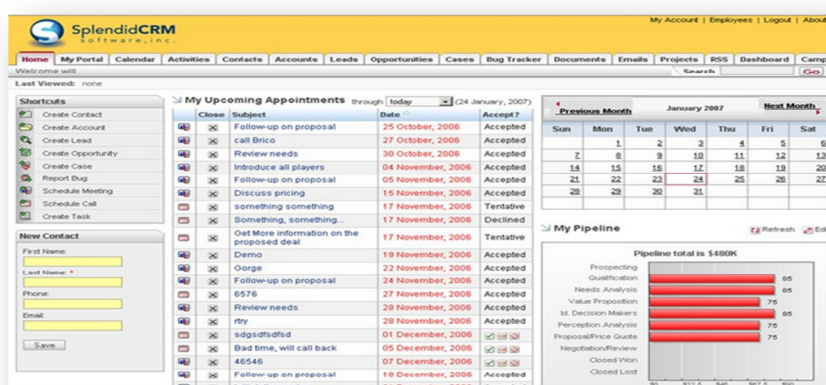
Απόδοση και ασφάλεια: το Sugar CRM διακρίνεται για την δυνατότητα ταχύτατης φόρτωσης σελίδων. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται παραγωγική εργασία με ασφάλεια σε ελάχιστο χρόνο πλοήγησης στο Διαδίκτυο.

2.3.1 Τα βασικά πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του Sugar CRM

Το Sugar CRM έχει την ικανότητα να:

- Αυτοματοποιεί τις πωλήσεις.
- Να ελέγχει την αποδοτικότητα των εργαζομένων (βλ. πωλητών) και να καθορίζει τις ομάδες τους.
- Να αναλύει, να απεικονίζει και να προβλέπει τις πωλήσεις.
- Να ελέγχει στο βέλτιστο βαθμό τα ραντεβού.
- Να ελέγχει τα ticketing.
- Να έχει τηλεφωνικό κατάλογο.
- Να ελέγχει τα έγγραφα της επιχείρησης, το ημερολόγιο καθώς και τις επαφές.
- Να συνεργάζεται με το Microsoft Office, Microsoft Outlook, Διακομιστές, Email.
- Να χρησιμοποιεί εργαλεία αναφορών.
- Να δημιουργεί καμπάνια μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Να έχει πρόσβαση σε τηλεφωνικές συσκευές.
- Να ενημερώνεται αυτόματα με χρήση καρτέλας τους πελάτες που κάλεσαν κατά τη διάρκεια της ημέρας.
- Να διαχειρίζεται ροές εταιρικών εγγράφων και ανθρώπινων πόρων. [8] [9] [10].

2.4 Η λειτουργία του λογισμικού Splendid CRM



Εικόνα 5: Splendid CRM

Το 2005 και πιο συγκεκριμένα τον Νοέμβριο του 2005 μια επιστημονική ομάδα ανέπτυξε το λογισμικό Splendid CRM. Το παραπάνω λογισμικό χρησιμοποίησε ως βάση του την πλατφόρμα της Microsoft . Επέτρεπε στους διαχειριστές να επέμβουν και να προσθέσουν χαρακτηριστικά με τη χρήση NET 2.0, AJAX. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το Splendid CRM αποτέλεσε τον βασικό «αντίπαλο» του Sugar CRM καθώς οι ομοιότητες που τα χαρακτηρίζουν είναι αρκετές. Λόγου χάρη τόσο το Splendid CRM όσο και το Sugar CRM προσφέρουν ένα Outlook plug-in.[11]

2.5 Η λειτουργία του λογισμικού Centric CRM

The screenshot shows the Centric CRM interface. At the top, there is a navigation bar with the Centric CRM logo and user information: "User: Softpedia Linux / Demo User (Non-administrative)". The main menu includes "My Home Page", "Leads", "Contacts", "Pipeline", "Accounts", "Quotes", "Communications", "Projects", "Help Desk", "Documents", "Employees", and "Reports". The "Help Desk" menu is currently selected, leading to a "View Tickets" page.

The page displays three sections of tickets:

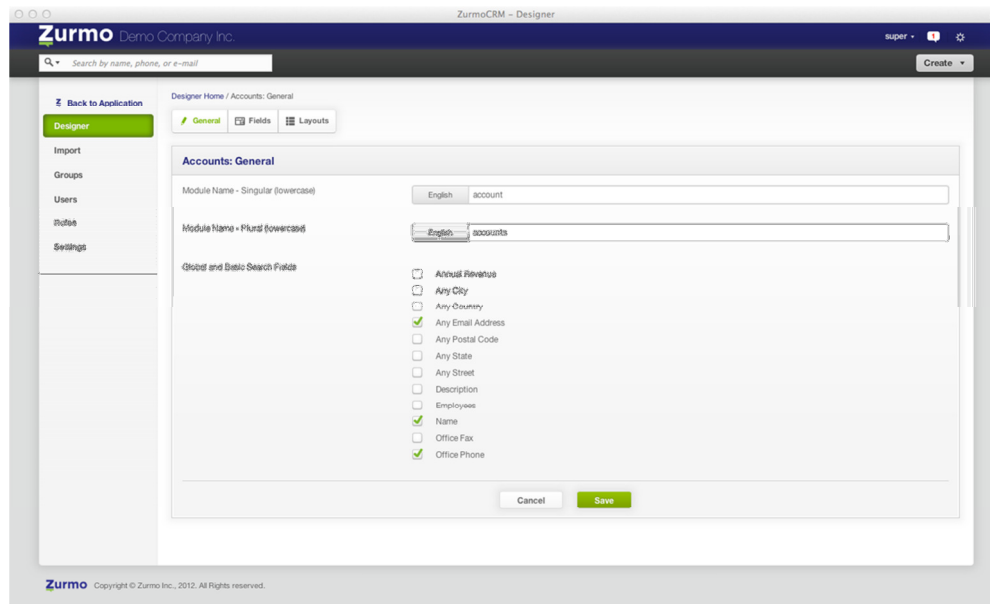
- Tickets Assigned to Me:** Shows "No Datensätze to display".
- Other Tickets in My Department:** Shows "No Datensätze to display".
- Tickets Created by Me:** Shows "Datensätze 1 to 4 of 4 total". This section contains four tickets:

Number	Priority	Est. Resolution Date	Age	Company	Resource Assigned
000002	As Scheduled		0d 0h	AAA Automotive Repair	Tom Manos
Need to coordinate with engineering the project to get started [open]					
000003	Critical		1d 0h	Ad Department	Matt Rajkowski
Would like some training on how to use the new Torq converter reciprocator [open]					
000004	Urgent		2d 0h	Softpedia	Tom Manos
I'm unable to connect to the file server. I can connect to the staging server. [open]					
000001	Urgent		3d 0h	AAA Automotive Repair	Matt Rajkowski
Please take care of his laptop. It doesn't seem to work as well when there is full moon. He thinks i... [open]					
- All Tickets:** Shows "Datensätze 1 to 5 of 5 total".

On the right side, there is a sidebar with a search bar, "Quick Actions", "My Items" (Assigned Activities (3), Tasks (6 incomplete)), and "Recent Items" (No recent items).

Εικόνα 6: Centric CRM

Το Centric CRM ανήκει στην κατηγορία των πιο πρόσφατων λογισμικών. Πιο συγκεκριμένα χρησιμοποιείται τα τελευταία επτά χρόνια. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι τον Δεκέμβριο του 2007 το Centric CRM μετονομάστηκε σε Concurive. Το προαναφερθέν λογισμικό χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητα του να απενεργοποιεί περίπλοκες λειτουργίες σε περίπτωση που δεν είναι απαραίτητες. Ακόμη πρέπει να αναφερθεί ότι είναι εύκολη η παραμετροποίηση του. Το Centric CRM χρησιμοποιεί γλώσσα προγραμματισμού Java και είναι συμβατό με MySQL.[12].



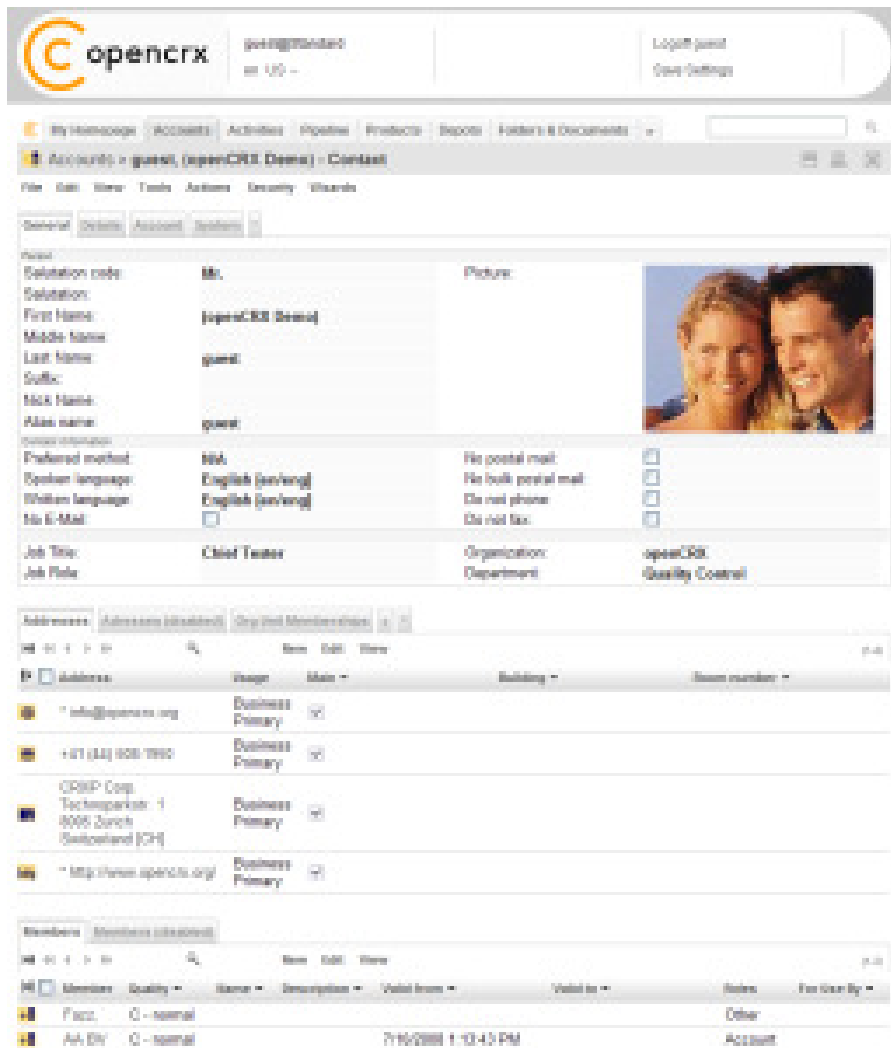
Εικόνα7: Zurmo

2.6 Ο συσχετισμός του Zurmo με τη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων

Το Zurmo αποτελεί ένα λογισμικό ανοικτού κώδικα που σχετίζεται με τη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM). Αναλυτικότερα αποτελεί μια εφαρμογή κοινωνική, φιλική και ευέλικτη. Με το προαναφερθέν λογισμικό έχουμε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε μια μεθοδολογία δοκιμών για κάθε μέρος της αίτησης. Αυτό σημαίνει ότι μπορείτε να δημιουργήσετε και να διατηρήσετε ένα προσαρμοσμένο ενσωματωμένο σύστημα CRM με τη διαβεβαίωση ότι οι μελλοντικές ενημερώσεις δεν πρόκειται επηρεάσουν την εγκατάστασή σας.[13].

2.7 Η παρουσίαση και τα οφέλη του Open CRX στα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)

Το Open CRX αποτελεί ένα ανοικτό λογισμικό για συστήματα CRM το οποίο έχει την δυνατότητα να ικανοποιεί τις ανάγκες των οργανισμών που απαιτούν πολυλειτουργική ευρεία επιχείρηση, συντονισμό της παραγωγής των πωλήσεων, εκπλήρωση πωλήσεων, μάρκετινγκ και δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών προς τους πελάτες, τους συνεργάτες, τους προμηθευτές ή τους μεσάζοντες.



Εικόνα 8: Το open CRX

Ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στα οφέλη ενός open CRX λογισμικού. Το open CRX αποτελεί λογισμικό ανοικτού κώδικα ουσιαστικά διατίθεται δωρεάν. Αποτελεί μια επαγγελματική σουίτα με απεριόριστες δυνατότητες διαχείρισης διαπροσωπικών σχέσεων. Ο τρόπος χρήσης του παραπάνω λογισμικού είναι εξαιρετικά απλός και κατανοητός. Για να το χρησιμοποιήσουμε αρκεί να συνδεθούμε με έναν browser. Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι τόσο η ενσωμάτωση όσο και η λειτουργικότητα του είναι αρκετά απλές. Το open CRX είναι επεκτάσιμο καθώς και ανεξάρτητο από πλατφόρμα. Ολοκληρώνοντας το συγκεκριμένο κεφάλαιο θα προσθέσουμε ότι ένας από τους βασικότερους λόγους για τους οποίους προτιμάται είναι το χαμηλό κόστος εργασιών και συντήρησης.[14].

2.8 Παρουσίαση και χαρακτηριστικά του Hipergate

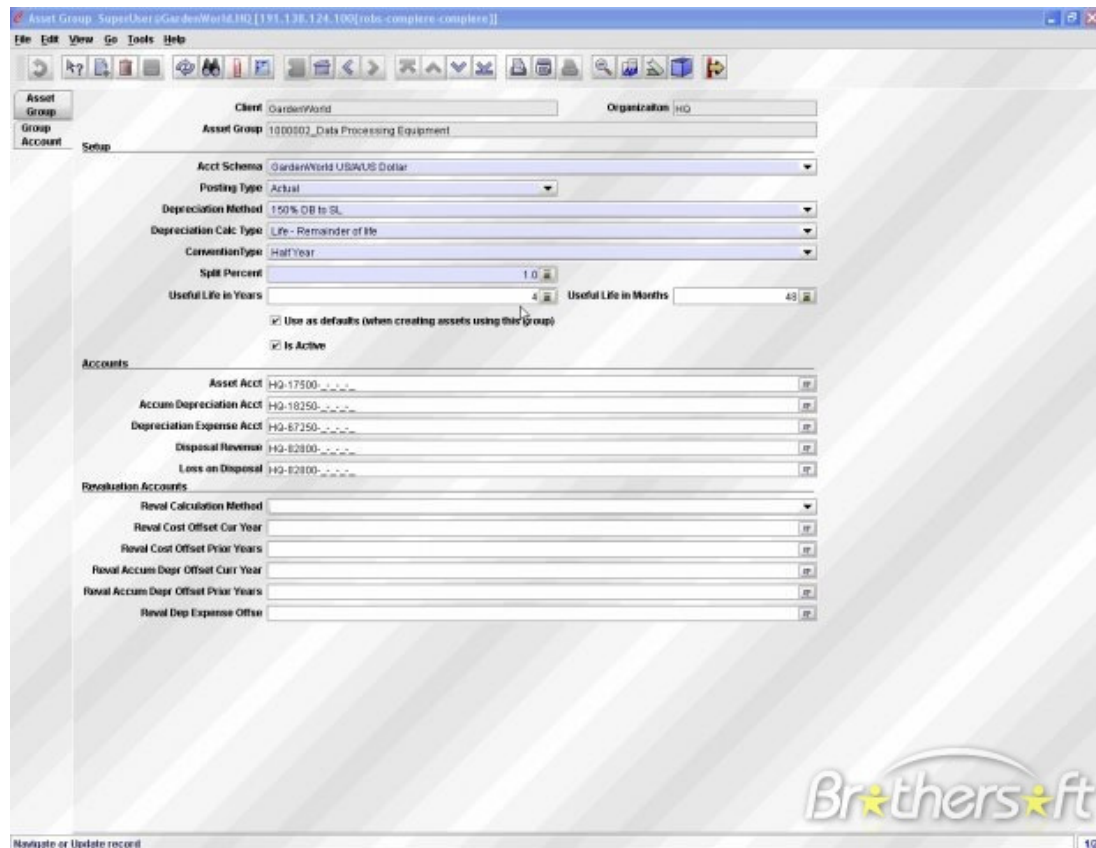
The screenshot displays the Hipergate v2.1 web application interface. At the top, there is a navigation bar with buttons for 'Start', 'Collaborative Tools', 'Contact Management', 'Project Management', 'Content Production', 'Corporate Library', 'Shop', and 'Configuration'. Below this, a secondary navigation bar includes 'Mail', 'Calendar', 'Forums', 'Directory', 'Resources', and 'Calls'. The main content area is titled 'FAQ' and features a list of forum posts. The posts are organized into a table with columns for 'Author', 'Subject', and 'Date'. The authors listed are Sergio Montoro Ten, and the subjects include 'Loading Windows Address Book', 'MySQL compatibility', and 'How to set up multiple instances'. The dates are all from 2004-12-06. Below the list, there is a 'Write Message' form. The form includes fields for 'From' (Sergio Montoro Ten), 'Group' (FAQ), 'Date Expires', 'Subject', and 'Text'. There are also four file upload fields labeled 'File 1' through 'File 4', each with a 'Browse...' button. At the bottom of the form, there are 'Send' and 'Cancel' buttons.

Εικόνα 9: Hipergate

Το Hipergate αποτελεί ένα πιο ολοκληρωμένο λογισμικό ανοικτού κώδικα που χρησιμοποιεί την γλώσσα προγραμματισμού Java και JSP. Διακρίνεται για την ανεξαρτησία της ως λειτουργικό σύστημα καθώς και τη συμβατότητα της με Microsoft SQL, MySQL, Oracle και Postgre SQL. Αν και γνωρίζουμε ότι είναι δύσκολο σε ένα πακέτο να υπάρχουν τόσες δυνατότητες σε αυτή την επιχειρησιακή εφαρμογή είναι εφικτό. Επιπλέον έχει την ικανότητα να διαχειρίζεται τις επαφές, δηλαδή τους πελάτες ή τους υποψήφιους πελάτες του καθώς και το έργο. Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του είναι η υποστήριξη θεμάτων εντοπισμού και ενότητας e-shopping με πολλαπλούς καταλόγους για την επεξεργασία πληρωμών. Ουσιαστικά μέσα από το λογισμικό μπορούμε να βρούμε οποιαδήποτε ενέργεια έχει πραγματοποιηθεί και να επεξεργαστούμε τις πληρωμές ηλεκτρονικά. Διακρίνεται για την μαζική διανομή μηνυμάτων ηλ. Ταχυδρομείου, με αυτόν τον τρόπο οι επιχειρήσεις κερδίζουν χρόνο και γίνεται πιο γρήγορα η ενημέρωση των πελατών για οποιοδήποτε ζήτημα. Επίσης παρέχει τη δυνατότητα εταιρικής βιβλιοθήκης όπου μπορούν οι υπάλληλοι της εταιρίας να συλλέξουν απεριόριστες πληροφορίες. Το

λογισμικό διακρίνεται για την ασφάλεια του για το λόγο αυτό συνίσταται ανεπιφύλακτα η χρήση του. Ολοκληρώνοντας μπορούμε να προσθέσουμε ότι υποστηρίζει ερωτήματα και εκθέσεις.[15].

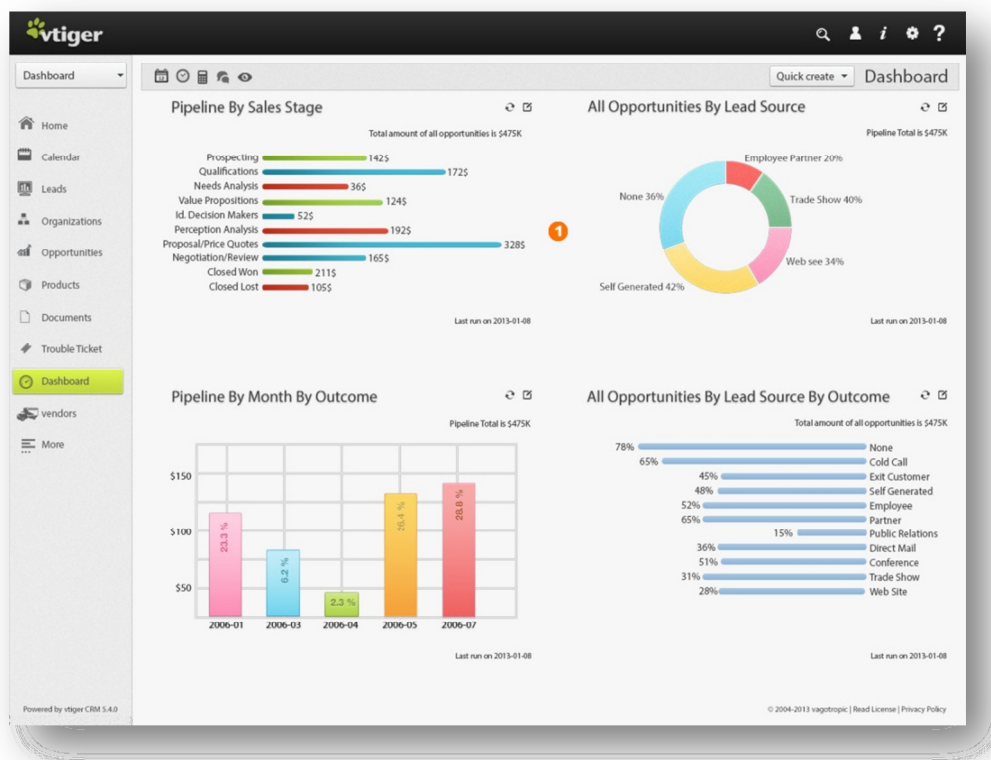
2.9 Παρουσίαση του Compiere .Inc



Εικόνα 10:Compiere Inc

Το Compiere Inc αποτελεί ένα λογισμικό ανοικτού κώδικα που αποτελεί μια ολοκληρωμένη λύση ERP. Αξιοσημείωτο αποτελεί ότι τον Ιούνιο του 2006 έλαβε 6000000 δολάρια ως εισφορά κεφαλαίου για επιχειρηματικό κίνδυνο. Το προαναφερθέν λογισμικό είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού Java, JavaScript και PL/SQL και είναι συμβατό με JDBC και Oracle.[16].

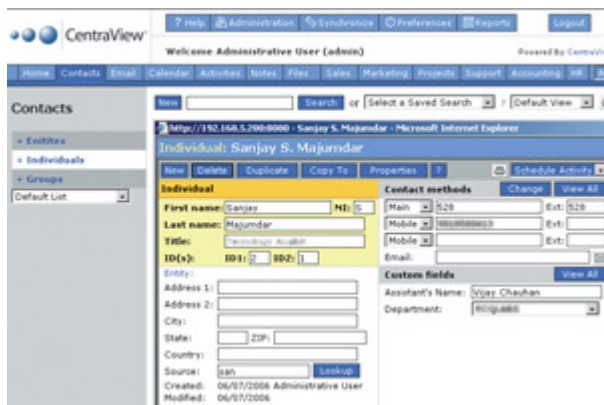
2.10 Παρουσίαση του Vtiger και τα χαρακτηριστικά του



Εικόνα 11:Vtiger CRM

Το Vtiger CRM αποτελεί ένα λογισμικό το οποίο κατασκευάστηκε στηριζόμενο στην αρχιτεκτονική LAMP/WAMP. Το προαναφερθέν λογισμικό έχει δυνατότητες υποστήριξης πελατών/υπηρεσιών καθώς και αυτοματοποίησης μάρκετινγκ. Δηλαδή ο τρόπος που λειτουργεί το μάρκετινγκ είναι αρκετά απλοποιημένος. Μέσου του Vtiger οι εταιρίες μπορούν να κάνουν απογραφή, και να διαχειριστούν πολλαπλές βάσεις δεδομένων όπου συγκεντρώνονται σημαντικά στοιχεία της επιχείρησης. Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι η χρήση ημερολογίου και email. Μέσο του ημερολογίου καταγράφονται και συγκεντρώνονται οι ενέργειες της εταιρίας λόγω χάρη τα meeting με τους υπαλλήλους. Επιπροσθέτως το παραπάνω λογισμικό είναι ιδιαίτερα ασφαλή και χρησιμοποιείται από πολυάριθμες επιχειρήσεις. Ολοκληρώνοντας την αναφορά μας στο Vtiger θα πρέπει να αναφέρουμε ότι και αυτό είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού JavaScript, PHP, Visual Basic και είναι συμβατό με ADO db, MySQL, Postgre SQL.[17].

2.11 Παρουσίαση Centra View



Εικόνα 12:CentraView

Το Centra View Inc αποτελεί ένα λογισμικό που πρώτο κυκλοφόρησε τον Νοέμβριο του 2004 για τις πλατφόρμες Linux και Windows 2000/XP. Το παραπάνω λογισμικό αποτελεί συνδυασμό διαχείρισης επαφών SFA και CRM. Ολοκληρώνοντας την σύντομη αναφορά μας στο Centra View Inc θα πρέπει να αναφέρουμε ότι και αυτό είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού Java και JSP και συμβατό με MySQL[18].

2.12 Συσχετισμός των XRM με τα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)



Εικόνα 13:XRM CRM

Το XRMCRM αποτελεί μια δικτυακή σουίτα εφαρμογών η οποία έχει την ικανότητα να ενσωματώνει τόσο SFA όσο και CRM πόρους. Το προαναφερθέν χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο σε μικρομεσαίες εταιρίες. Επιπλέον έχει την ικανότητα να ενσωματώνει τηλέφωνα στον η/υ και να προσθέτει plug-in σε προγράμματα (βλ. Outlook). Το XRMCRM

είναι γραμμένο σε γλώσσα προγραμματισμού PHP και συμβατό με ADO db, MySQL, PostgreSQL και βάσεις δεδομένων.

2.12.1 Η τεχνολογία και η χρησιμότητα των XRM

Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το XRM σχετίζεται με την επεκτασιμότητα της πλατφόρμας CRM στην οποία είναι χτισμένο. Επιπλέον το Microsoft Dynamics CRM® αποτελεί την πλέον ισχυρή πλατφόρμα XRM. Οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να φέρουν εις πέρας το 80% των αναγκών της επιχείρησής τους, χρησιμοποιώντας το Microsoft Dynamics CRM. Αξιοσημείωτο αποτελεί το ότι η Net Framework. Αποτελείται από μια αρχιτεκτονική όπου οι προγραμματιστές λογισμικού μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να δημιουργήσουν προσαρμοσμένες line-of-business. Με τον όρο Microsoft Dynamics αναφερόμαστε σε ένα σύνολο προϊόντων διαχείρισης που ως βασικό σκοπό έχουν τον ορθολογισμό χρηματοοικονομικών και πελατειακών σχέσεων. Χαρακτηρίζεται από την ευκολία ενοποίησης σε περιβάλλον windows.

Ακολουθεί μια σειρά από προϊόντα καθώς και υπηρεσίες της Microsoft για τις επιχειρήσεις:

Microsoft Dynamics CRM: αποτελεί ένα ολοκληρωμένο λογισμικό διαχείρισης που σχετίζεται με τις πελατειακές σχέσεις. Το εν λόγω προϊόν έχει ως βασικό του μέλημα την απόκτηση ολοκληρωμένης εικόνας για τον πελάτη. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το Microsoft Dynamics CRM αποτελείται από μια σειρά εργαλείων τα οποία έχουν τη δυνατότητα να κατηγοριοποιεί τους πελάτες, με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να γνωρίζει ποιοι είναι οι καλοί και τακτικοί πελάτες της και ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες της. Επόμενο βήμα της είναι η ανάλυση και δημιουργία αναφορών για διάφορα θέματα της. Μέσο του παραπάνω λογισμικού μπορεί η επιχείρηση να ενημερώνεται άμεσα για τους λογαριασμούς όσο και τις επαφές της και να έχει άμεση πρόσβαση σε προϊόντα και τιμές (LOB) εφαρμογές που παρέχουν το υπόλοιπο 20% των αναγκών της εταιρείας, με αποτελεσματικό και ταχύτατο ρυθμό.

2.12.2 Βασικά πλεονεκτήματα των XRM

Η ανάπτυξη μιας λύσης XRM για την ίδρυση του Microsoft Dynamics CRM προσφέρει πολλά σημαντικά πλεονεκτήματα όπως ενισχυμένο αυτοματισμό και ικανότητα ανάπτυξης σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Λόγο του αυτοματισμού που διαθέτει, δηλαδή την απλοποιημένη και άμεση χρήση του κερδίζει χρόνο και χρήμα. Διακρίνεται για την ασφάλεια και την σταθερότητα του. Οι επιχειρήσεις είναι προστατευμένες με την χρήση

του συγκεκριμένου λογισμικού που είναι εξαιρετικά αξιόπιστο. Το XRM αποτελείται από ισχυρά χαρακτηριστικά και είναι επεκτάσιμο. Το σημαντικότερο από τα πλεονεκτήματα του είναι ο εύκολος τρόπος χρήσης του. Οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για εύκολες και οικονομικές λύσεις που θα αυξήσουν τα κέρδη τους χωρίς να δυσκολευτούν και χωρίς να δαπανήσουν περιττά χρήματα. Συνεπώς καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το παραπάνω λογισμικό αποτελεί μια έξυπνη και οικονομική λύση για τις επιχειρήσεις.[19]

2.13 Η ανάπτυξη της τεχνολογίας Oracle Siebel CRM

The screenshot displays the Oracle Siebel CRM On Demand interface. At the top, there's a navigation bar with tabs for Home, Calendar, Leads, Accounts, Contacts, Opportunities, Service, and Reports. The main content area shows the 'Lead Detail' for 'Grant Geyer'. It includes fields for contact information (Mr./Ms., First Name, Last Name, Email, Job Title), company (Symantec), and job title (VP). Below this is a 'Key Info' section with a table showing ownership (Public (NASDAQ:SYMC)), industry (Software & Programming), revenue (\$6,124M), and employees (17,600). An 'Analysis Summary' section lists various metrics like leadership changes, new offerings, and sales jobs. The interface is highly structured and professional.

Εικόνα 14: Oracle Siebel CRM

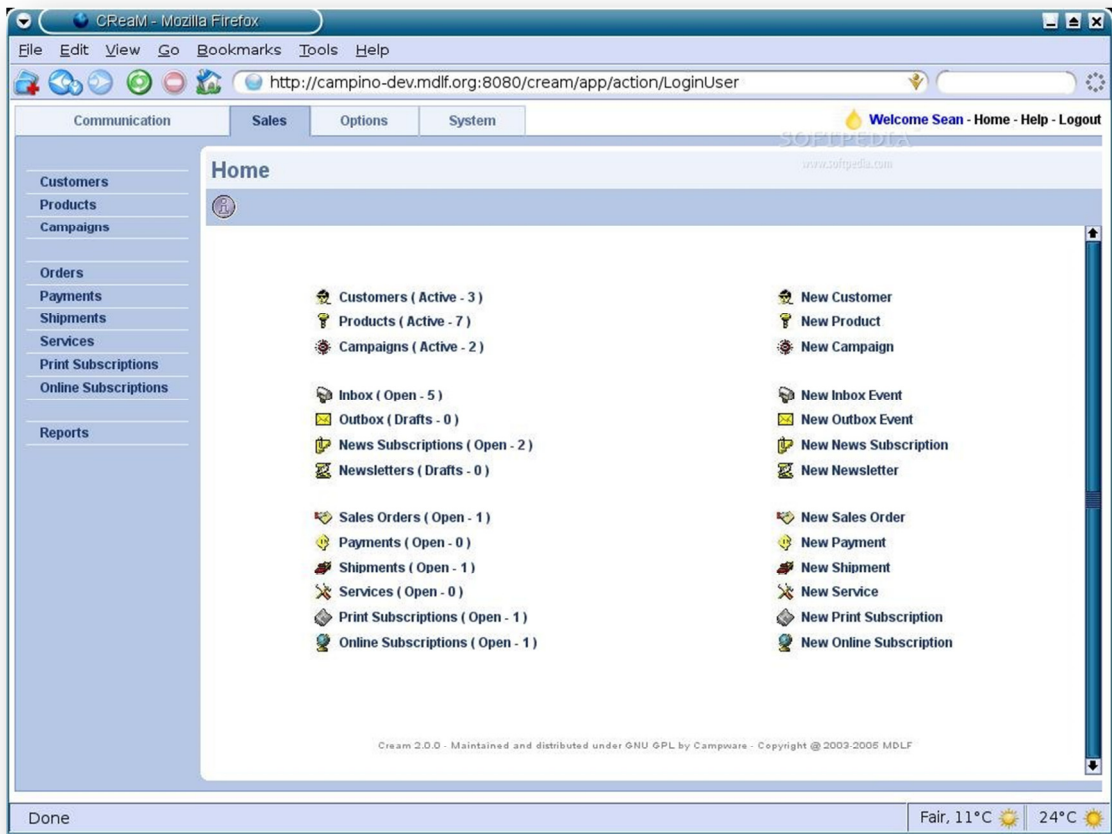
Το 1993 ο Thomas Siebel και η Patricia ίδρυσαν μια εταιρία με βασικό σκοπό την αυτοματοποίηση των προϊόντων και κατ' επέκταση την ευρύτερη διαχείριση πελατειακών σχέσεων. Σημαντικό θα ήταν να τονίσουμε ότι ως τα τέλη του '90 η Siebel Systems αποτέλεσε το βασικό προμηθευτή CRM. Συμπερασματικά λοιπόν προκύπτει ότι το λογισμικό siebel CRM Systems ασχολείται επί των πλείστων με σχεδιασμό, ανάπτυξη, μάρκετινγκ καθώς και στήριξη της διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων.

2.13.1 Παρουσίαση έκδοσης Oracle Siebel CRM

- Oracle Fusion CRM
- Oracle CRM On Demand
- Oracle Business Intelligence Enterprise Edition Plus (κυκλοφόρησε το 2007)

- Oracle Business Intelligence Applications (Πρώην Siebel Analytics) (κυκλοφόρησε το 2007)
- Oracle Siebel 8.2 (κυκλοφόρησε το 2011)
- Oracle Siebel 8.1 (κυκλοφόρησε το 2008)
- Oracle Siebel 8.0 (κυκλοφόρησε το 2007)
- Siebel 7.8 (κυκλοφόρησε το 2005)
- Siebel 7.7 (κυκλοφόρησε το 2004)
- Siebel 7.5 (κυκλοφόρησε το 2002)
- Siebel 7.0 (κυκλοφόρησε το 2001, ήταν το πρώτο web-based έκδοση)
- Siebel 6 (επίσης γνωστή ως Siebel 2000)
- Siebel 99
- Siebel 98
- Siebel 3.0 (Release Φεβ. 1997)
- Siebel 2.0 (τέλος κυκλοφορίας του 1995)
- Siebel Πωλήσεις Επιχειρήσεων
- Siebel Customer Relationship Management (CRM)
- Siebel Customer Relationship Management (CRM) [20].

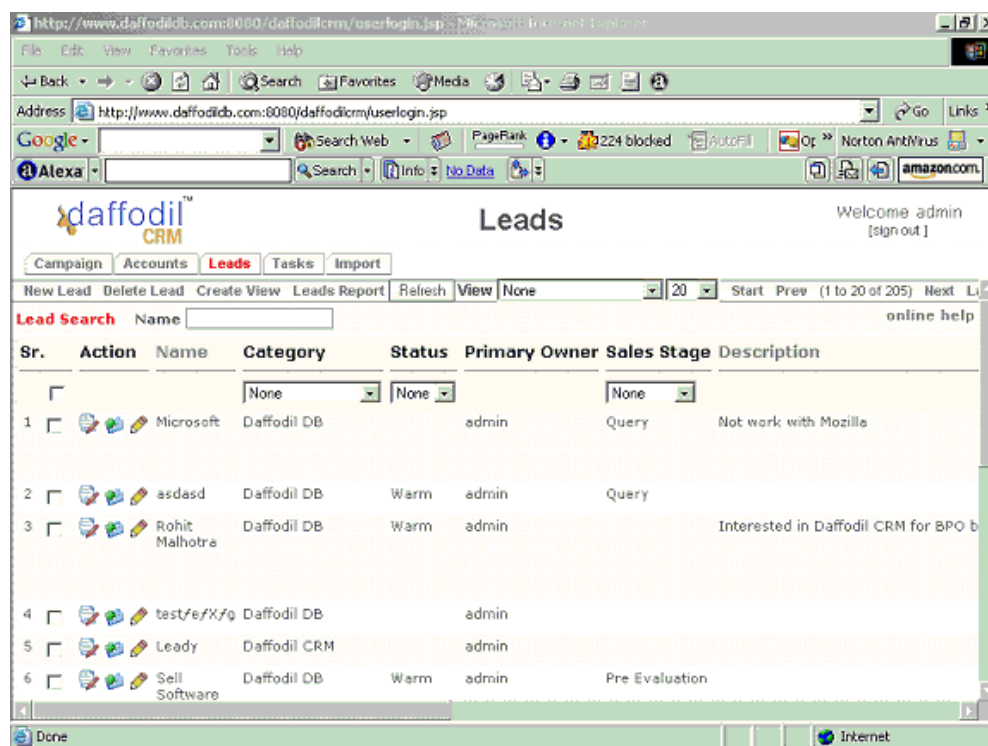
2.14 Η δημιουργία ενός Cream CRM συστήματος



Εικόνα 15: Cream CRM

Το Cream CRM αποτελεί ένα λογισμικό το οποίο έχει σχεδιαστεί για να εξυπηρετεί τους εκδότες «με πολλές απαιτήσεις» (βλ. τα χαρακτηριστικά που επιτρέπουν τη διαχείριση της συνδρομή, την υποστήριξη για πολλαπλά προϊόντα, τις επικοινωνίες κ.α.) . Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι το προαναφερθέν λογισμικό δίνει τη δυνατότητα στους εκδότες να παρακολουθούν και να ενημερώνονται για τις ειδικές προσφορές (βλ. εποχικές εκπτώσεις και εμπορικές εκθέσεις). Με τη χρήση του Cream CRM, σε οργανισμούς μέσω μαζικής ενημέρωσης παρέχει τη δυνατότητα τοποθέτησης των στοιχείων επιχειρήσεων τους στην εργασία, την αύξηση των πωλήσεων και της ικανοποίησης των πελατών. Σημαντικό θα ήταν να επιτρέπει στους εργαζόμενους να είναι ενημερωμένοι καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου πωλήσεων και να παρέχει τη δυνατότητα στους διαχειριστές να έχουν μεγαλύτερη γνώση των μεθόδων πώλησης. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το Cream CRM αποτελεί μια εφαρμογή η οποία χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο από τα MME. [21].

2.15 Παρουσίαση του Daffodil



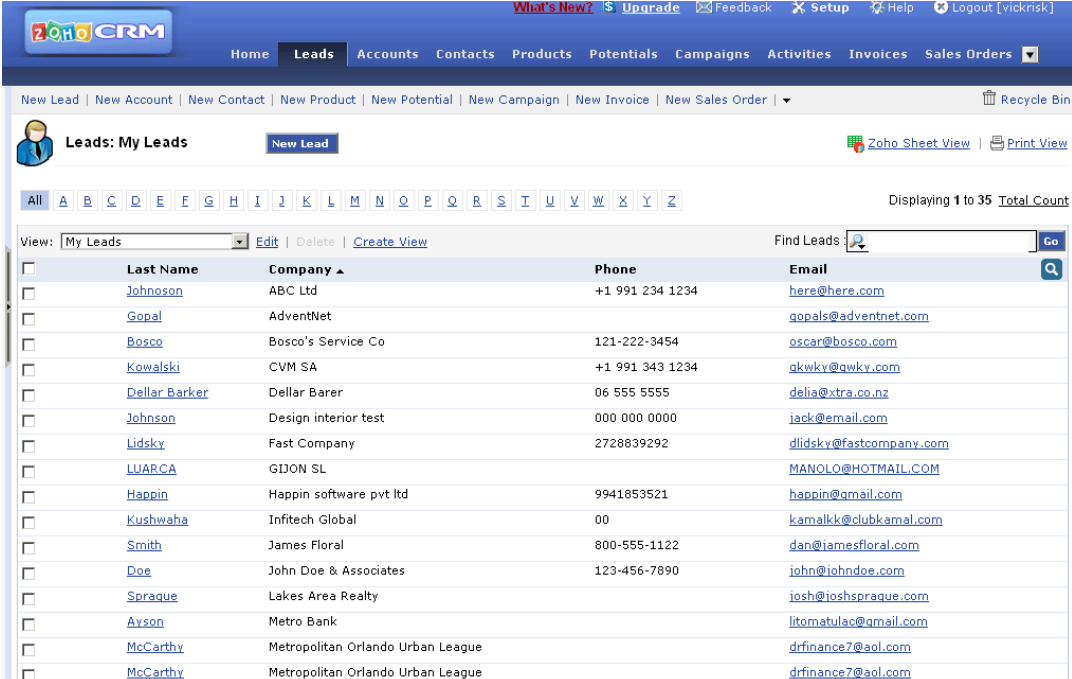
Εικόνα 16: Το daffodil CRM

Το daffodil CRM είναι ένα λογισμικό ανοιχτού κώδικα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων που επιτρέπει τον συντονισμό μεταξύ των πωλήσεων, μάρκετινγκ, εξυπηρέτηση πελατών, την υποστήριξη τομέα και άλλες λειτουργίες που χειρίζονται επαφή με τον πελάτη για μια επιχείρηση.

2.15.1 Τα βασικά χαρακτηριστικά του Daffodil

Το daffodil CRM χρησιμοποιεί Quick φίλτρα στις εφαρμογές του. Με το εν λόγω λογισμικό μπορούμε να έχουμε την γενική εικόνα μιας αλληλεπίδρασης ουσιαστικά την περίληψη της. Χρησιμοποιεί μια ενσωματωμένης βάσης δεδομένων όπου συγκεντρώνει όλα τα εταιρικά δεδομένα και ένα ιδιαίτερα φιλικό περιβάλλον για τον χρήστη. Απλό και ευκολονόητο για τον υπάλληλο που θα το χρησιμοποιήσει. Όσον αφορά την ηλεκτρονική αλληλογραφία παρέχει αυτόματο συνημμένο Mail που καθιστά πιο αποτελεσματική τη διαχείριση αλληλογραφίας. Επιπλέον υποστηρίζει λειτουργίες B2B και B2C. Δηλαδή ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ εταιριών αλλά και μεταξύ εταιριών και πελατών. Κλείνοντας διακρίνεται για την ακεραιότητα και την ασφάλεια των δεδομένων.[22].

2.16 Η παρουσίαση και η λειτουργία του Zoho



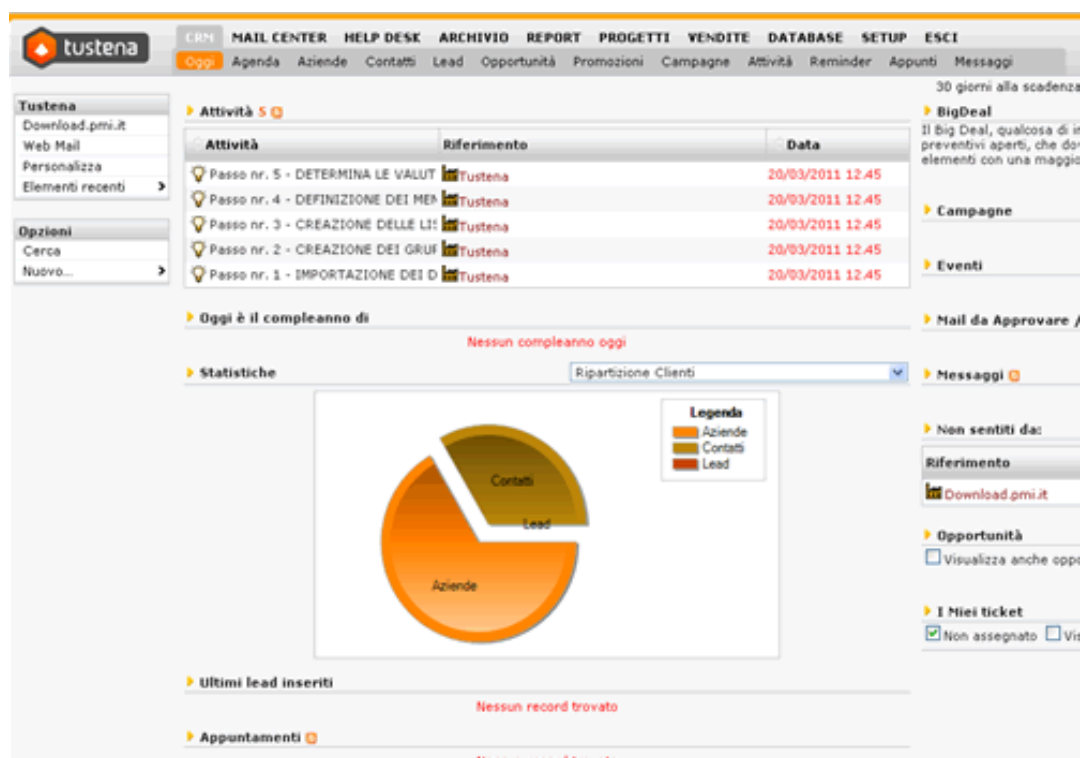
The screenshot displays the Zoho CRM interface. At the top, there is a navigation bar with the Zoho CRM logo and various menu items: Home, Leads, Accounts, Contacts, Products, Potentials, Campaigns, Activities, Invoices, and Sales Orders. Below the navigation bar, there are links for 'New Lead', 'New Account', 'New Contact', 'New Product', 'New Potential', 'New Campaign', 'New Invoice', and 'New Sales Order'. The main content area is titled 'Leads: My Leads' and includes a 'New Lead' button. Below this, there is a search bar and a list of leads. The list has columns for 'Last Name', 'Company', 'Phone', and 'Email'. The leads listed are:

Last Name	Company	Phone	Email
Johnoson	ABC Ltd	+1 991 234 1234	here@here.com
Gopal	AdventNet		gopals@adventnet.com
Bosco	Bosco's Service Co	121-222-3454	oscar@bosco.com
Kowalski	CVM SA	+1 991 343 1234	akwky@awkv.com
Dellar Barker	Dellar Barer	06 555 5555	delia@tra.co.nz
Johnson	Design interior test	000 000 0000	jack@email.com
Lidsky	Fast Company	2728839292	dlidsky@fastcompany.com
LUARCA	GDON SL		MANOLO@HOTMAIL.COM
Happin	Happin software pvt ltd	9941853521	happin@gmail.com
Kushwaha	Infitech Global	00	kamalkk@clubkamal.com
Smith	James Floral	800-555-1122	dan@jamesfloral.com
Doe	John Doe & Associates	123-456-7890	john@johndoe.com
Sprague	Lakes Area Realty		josh@ioshsprague.com
Ayson	Metro Bank		litomatulac@gmail.com
McCarthy	Metropolitan Orlando Urban League		drfinance7@aol.com
McCarthy	Metropolitan Orlando Urban League		drfinance7@aol.com

Εικόνα 17:Zoho CRM

Το zoho CRM είναι μια διαδικτυακή βάση πελατειακών σχέσεων διαχείρισης λογισμικού η οποία παρέχει στους χρήστες της δυνατότητες τρέχουσας τεκμηρίωσης καθώς και δημιουργίας δυνητικών πελατών. Ουσιαστικά το προαναφερθέν λογισμικό βασίζεται στο ότι : «Παρακολουθώντας την εταιρία έχετε μια καλύτερη εικόνα για τα χρήματα που θα κερδίσετε». Επιπλέον παρέχει τη δυνατότητα ύπαρξης μιας λίστας επαφών, με απώτερο σκοπό αποστολή προσφορών για μεγιστοποίηση του κέρδους. [23].

2.17 Οι εκδόσεις του Tustena



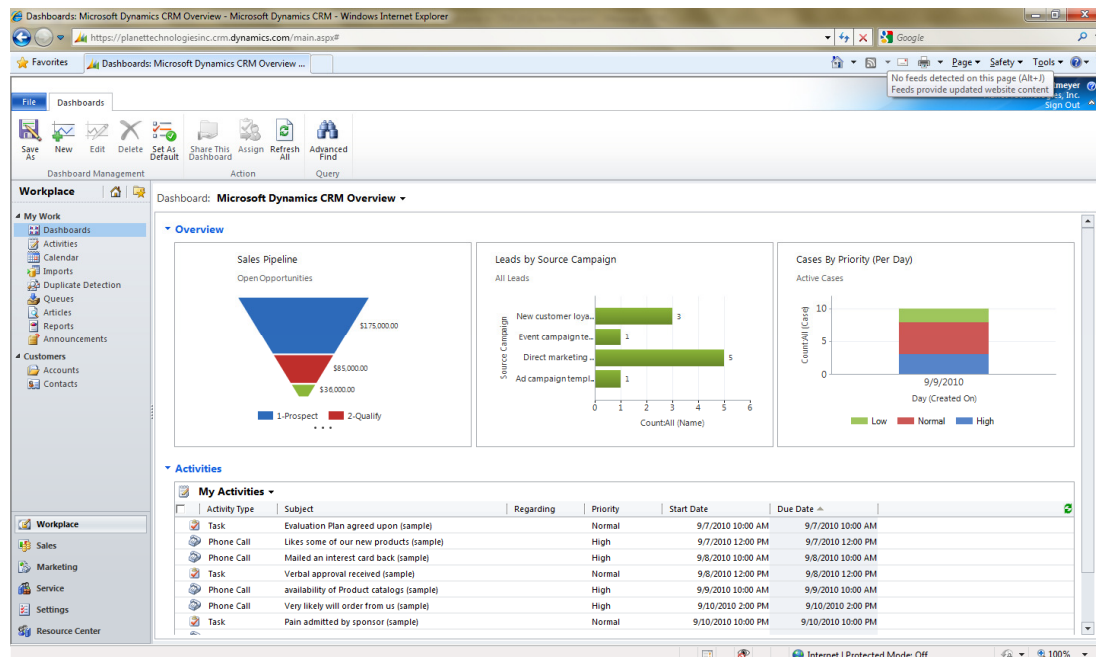
Εικόνα 18: Tustena CRM

Το Tustena CRM αποτελεί εφαρμογές οργάνωσης των επιχειρήσεων. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι σχετίζεται με τρεις εκδόσεις:

- On Demand
- Business
- Open Source.

On Demand είναι η ηλεκτρονική έκδοση, ενώ η έκδοση Business είναι εγκατεστημένη στο χώρο των πελατών και διαθέτει τεχνική υποστήριξη. Οι χρήστες που επιλέγουν την έκδοση του Open Source επεξεργάζονται τον πηγαίο κώδικα και τον τροποποιούν όπως επιθυμούν. Το Tustena CRM είναι γραμμένο σε C#, ASP.NET και JavaScript και είναι συμβατό με το Microsoft SQL Server. [24].

2.18 Ο ορισμός του Dynamics CRM και η παρουσίαση των προϊόντων του



Εικόνα 19:Dynamic CRM

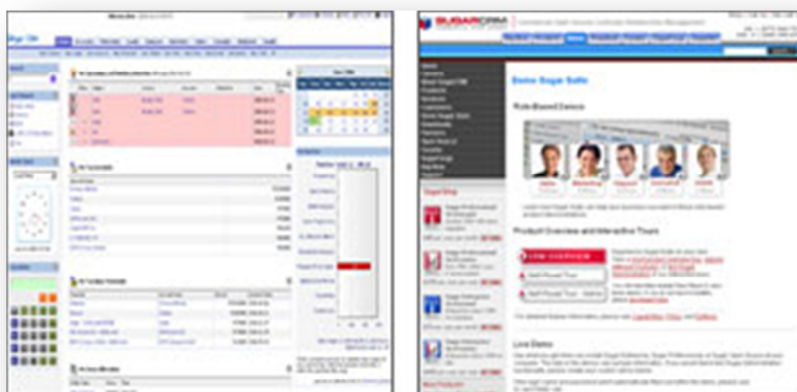
Με τον όρο Microsoft Dynamics αναφερόμαστε σε ένα σύνολο προϊόντων διαχείρισης που ως βασικό σκοπό έχουν τον ορθολογισμό χρηματοοικονομικών και πελατειακών σχέσεων. Χαρακτηρίζεται από την ευκολία ενοποίησης σε περιβάλλον windows .

Ακολουθεί μια σειρά από προϊόντα καθώς και υπηρεσίες της Microsoft για τις επιχειρήσεις:

- Microsoft Dynamics CRM: αποτελεί ένα ολοκληρωμένο λογισμικό διαχείρισης που σχετίζεται με τις πελατειακές σχέσεις. Το εν λόγω προϊόν έχει ως βασικό του μέλημα την απόκτηση ολοκληρωμένης εικόνας για τον πελάτη. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το Microsoft Dynamics CRM αποτελείται από μια σειρά εργαλείων τα οποία έχουν τη δυνατότητα να κατηγοριοποιεί τους πελάτες, με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να γνωρίζει ποιοι είναι οι καλοί και τακτικοί πελάτες της και ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες της. Επόμενο βήμα της είναι η ανάλυση και δημιουργία αναφορών για διάφορα θέματα της. Μέσο του παραπάνω λογισμικού μπορεί η επιχείρηση να ενημερώνεται άμεσα για τους λογαριασμούς όσο και τις επαφές της και να έχει άμεση πρόσβαση σε προϊόντα και τιμές.[25] [26].

3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Το Sugar CRM σε σύγκριση με το Vtiger



Εικόνα 20: Σύγκριση Sugar CRM – Vtiger

Όπως έχουμε προαναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο το Sugar CRM αποτελεί μια εφαρμογή η οποία διακρίνεται για το πλούσιο σύνολο των επιχειρηματικών διαδικασιών οι οποίες ενισχύουν την αποτελεσματικότητα, την απόδοση των πωλήσεων, τη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών .Το εν λόγω λογισμικό συνίσταται για πελάτες όλων των μεγεθών σε ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών, λόγω της συνεργασίας και της διοίκησης των δυνατοτήτων του για να προσαρμόσει τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας τους . Το Sugar CRM όπως και οποιοδήποτε άλλο λογισμικό έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Sugar CRM.

3.1.1 Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Sugar CRM

Μερικά από τα πλεονεκτημάτά του είναι:

- Εύκολη και χωρίς προβλήματα εγκατάσταση του Sugar CRM.
- Ποικιλία επιλογών και εργαλείων για τον administrator.
- Χτισμένο στην καθαρή πλατφόρμα.
- Μεταφράζεται σε λιγότερο χρόνο εκτός λειτουργίας .
- Μεγάλη παραγωγικότητα .
- Ενσωματώνει email και ημερολόγιο πληροφοριών με το Microsoft Outlook.
- Συγκεντρωτικές και συντονισμένες ανακοινώσεις .
- Δεν υπάρχουν περιορισμοί γύρω από την ανάπτυξη.
- Φθηνή παραμετροποίηση και υποστήριξη.

3.1.2 Παρουσίαση των μειονεκτημάτων του Sugar CRM

Μερικά από τα μειονεκτήματά του είναι:

- Αργό και δύσκολο στη χρήση.
- Προβλήματα, εάν ένας χρήστης δεν κλειδώνει την εγκατάσταση μετά την ολοκλήρωση της.
- Μερικά από τα add-ons του δεν είναι δωρεάν για την εγκατάσταση και πρέπει να παραγγελθούν.
- Μεγάλη κατανάλωση πόρων κατά τη διαδικασία αναβάθμισης.
- Μικρές πιθανότητες ολοκλήρωσης μιας αναβάθμισης με επιτυχία σε έναν κοινόχρηστο διακομιστή.

Το vTiger CRM αποτελεί ένα λογισμικό όπως προαναφέραμε κατάλληλο για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

Το vTiger CRM όπως και οποιοδήποτε άλλο λογισμικό έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του.

3.1.3 Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Vtiger

- Εξαιρετικά εύκολο στη χρήση.
- Φορτώνει γρηγορότερα.
- Διατίθεται εντελώς δωρεάν και δεν απαιτεί καμία αρχική επένδυση .
- Επιτρέπει οι δραστηριότητες να ενσωματωθούν σε μια ενιαία η οποία παρέχει πλούσια εμπειρία χρήστη με την προσαρμογή των προϊόντων και άριστη εξυπηρέτηση των πελατών .

3.1.4 Παρουσίαση των μειονεκτημάτων του Vtiger




- Αδυναμία συμπλήρωσης της βάσης δεδομένων του κατά τη διάρκεια της εγκατάστασης.
- Προβλήματα κατά της διαδικασίας αναβάθμισης. [27].

Τελικά πιο λογισμικό θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε το Sugar CRM ή το Vtiger; Ακολουθεί ένας συγκεντρωτικός πίνακας ο οποίος καλείται να μας διαφωτίσει για το πιο λογισμικό αξίζει τελικά να χρησιμοποιήσουμε:

Δωρεάν διαθεσιμότητα	Το Vtiger είναι εντελώς	Το Sugar CRM που έχει μια
----------------------	-------------------------	---------------------------

	δωρεάν και εξαρτάται από την εθελοντική εργασία της κοινότητας η οποία το υποστηρίζει.	πληρωμένη έκδοση
προηγμένες λειτουργίες	το Vtiger είναι σημαντικό εργαλείο τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις	Sugar CRM έχει πιο προηγμένες λειτουργίες. Το Sugar CRM θεωρείται ότι έχει πιο προηγμένα χαρακτηριστικά και αυτός είναι ο λόγος που χρησιμοποιείται από οργανισμούς όλων των μεγεθών και βιομηχανίες
Γρήγορή φόρτωση	Ίσως χάρη στο λιγότερο πολύπλοκη λειτουργικότητα, το vTiger θεωρείται η ταχύτερη εφαρμογή	Sugar CRM αργή φόρτωση
Interface	Το Vtiger διακρίνεται για την εύκολη χρήση του	το Sugar CRM αποτελείται από μια εξαιρετικά προσαρμόσιμη διεπαφή χρήστη καθώς και Workflow με στόχο να αντισταθμίσει αυτό το μειονέκτημα.
Αναβάθμιση	Vtiger αναβάθμιση είναι ευκολότερη	το Sugar CRM αναβάθμιση είναι ευκολότερη

[28] [29].

			
Price Level	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$
Ease of Use	● ● ● ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Mobility	● ● ○ ○	● ● ● ●	● ● ½ ○
Ease of Implementation	● ● ½ ○	● ● ● ½	● ● ½ ○
Innovation	● ½ ○ ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Out-of-the-Box Reporting	● ● ● ○	● ● ● ○	● ● ○ ○
Meets Enterprise Requirements	● ● ● ○	● ● ○ ○	● ○ ○ ○

Εικόνα 21: Sugar CRM ή το Vtiger

3.2 Ορισμένα πλεονεκτήματα του Sugar CRM για σύγκριση με το Dynamics CRM



Εικόνα 22: Πλεονεκτήματα Sugar CRM

Τα πλεονεκτήματα του Sugar CRM αναλύθηκαν προηγουμένως. Για να μπορούμε να συγκρίνουμε με το Microsoft Dynamics θα αναφέρουμε ορισμένα όπως η υποστήριξη φορητότητας συσκευής, η υποστήριξη User Interface και κοινωνικής τεχνολογίας, η υποστήριξη τεχνολογιών όπως HTML5 , REST , JavaScript και PHP κ.α

3.2.1 Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων του Microsoft Dynamics



Εικόνα 23: Πλεονεκτήματα Microsoft Dynamics

- Αποτελεί μια νέα διαδικασία - centric UI η οποία έχει ως σκοπό να ενισχύσει την εμπειρία του χρήστη.
- Αποτελείται από αυξημένες επενδύσεις E & A και επιπλέον έχει την ικανότητα να εφαρμόζεται και σε άλλα προϊόντα της Microsoft , λόγω χάρη το SharePoint , το Lync , το Yammer και το Skype.
- Υποστηρίζει ένα κοινό μοντέλο δεδομένων στο Microsoft Dynamics CRM σε χώρους που προσφέρουν.

3.3 Διαφορές του Microsoft Dynamics με το Sugar CRM






Εικόνα24: MS Dynamics - Sugar CRM

Το MS Dynamics:

- Υποστηρίζει Windows mobile .
- Παρόλο που επικεντρώθηκε στην υποστήριξη του Internet Explorer επιπρόσθετα υποστηρίζει και το iPhone , το iPad και το Android μέσω του native client έχει την ικανότητα να υποστηρίζει αποτελεσματικά το IE , το Chrome και το Firefox.
- Χαρακτηρίζεται από περιορισμένη κοινωνική CRM εστίαση (Yammer) .
- Έχει την ιδιότητα να ενσωματώνεται με κοινή παροχές κοινωνικών υπηρεσιών όπως το Facebook , το LinkedIn και το Twitter.
- Χαρακτηρίζεται για «μπερδεμένη» τιμολόγηση ασφαλώς ανάλογα με την επιλογή εγκατάστασης .
- Αποτελείται από «μεγάλη μήτρα» cross-platform η οποία χρησιμοποιεί κοινά πρότυπα REST , PHP , πολλαπλές DB και λειτουργικά
Δυνατή " πλατφόρμα ώθησης " - Outlook , SharePoint , κλπ.

Το Sugar CRM :

- Υποστηρίζει δυνατότητες για υψηλής νοημοσύνης πελάτες σε κάθε οθόνη.
- Αποτελεί μια μοντέρνα, κομψή και ευέλικτη τεχνολογία.
- Δεν χαρακτηρίζεται από «κρυφά» έξοδα.
- Αποτελεί μια ανοικτή κοινότητα.[30].

			
Price Level	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$
Ease of Use	● ● ● ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Mobility	● ● ○ ○	● ● ● ●	● ○ ○ ○
Ease of Implementation	● ● ● ½ ○	● ● ● ● ½	● ½ ○ ○
Innovation	● ½ ○ ○	● ● ● ●	● ● ½ ○
Out-of-the-Box Reporting	● ● ● ○	● ● ● ○	● ● ○ ○
Meets Enterprise Requirements	● ● ● ○	● ● ○ ○	● ● ● ○

Εικόνα26: Sugar CRM VS MS Dynamics

3.4 Σύγκριση και η αξιολόγηση Zoho με το Microsoft Dynamics

Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το Zoho CRM χαρακτηρίζεται ως ένα αρκετά αποδοτικό online σύστημα CRM. Το Zoho CRM χρησιμοποιείται κατά κόρων σε επιχειρηματικές εφαρμογές, οι οποίες καλύπτουν τομείς όπως η διαχείριση έργων, η συνεργασία έγγραφων, η τιμολόγηση κ.α.




Επιπλέον το εν λόγω λογισμικό είναι σχεδιασμένο για εταιρίες με απλές απαιτήσεις σε ενδιάμεσους. Αξίζει να αναφέρουμε ότι το Zoho μοιάζει πολύ με μια παλαιότερη έκδοση του Sales force και επιπλέον χαρακτηρίζεται από πολυγλωσσική υποστήριξη. Συμπερασματικά λοιπόν προκύπτει ότι το Zoho CRM έχει στόχο τους στην αγορά να είναι προμηθευτής χαμηλού κόστους για την αυτοματοποίηση και αναφέρεται κυρίως σε μικρές επιχειρήσεις.

Στο Microsoft Dynamics, από την άλλη πλευρά, οι χρήστες περιορίζονται σε τεχνολογίες της Microsoft όπως προαναφέραμε σε προηγούμενο υποκεφάλαιο (βλ. Internet Explorer SQL, MS Outlook, Sharepoint Services, Exchange, Lync, το Windows Mobile κλπ.)

Μελλοντικοί στόχοι του Microsoft Dynamics CRM είναι η προσέλκυση περισσότερων χρηστών κινητής τηλεφωνίας η οποία θα επεκτείνει την υποστήριξη πλατφόρμας για φορητές συσκευές. Τα παραπάνω επιτεύγματα θα επιφέρουν σημαντικές προόδους που θα αυξήσουν τον αριθμό των πελατών.

Από έρευνες προκύπτει ότι το Microsoft Dynamics CRM Online έχει κάνει σημαντικά βήματα, κάτι που αποδεικνύεται από την αύξηση του αριθμού των νέων πελατών κατά σε 10 φορές περισσότερους. Το Microsoft Dynamics CRM Online διατίθεται σε σχετικά χαμηλές τιμές και πιο συγκεκριμένα σε \$ 44 ανά χρήστη ανά μήνα.

Το Zoho προσφέρει μια λύση χαμηλού κόστους. Και πιο συγκεκριμένα η Professional Edition διατίθεται σε \$ 12 (ανά χρήστη ανά μήνα,) και η Enterprise Edition σε \$ 25 (ανά χρήστη ανά μήνα).

			
Price Level	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$
Ease of Use	● ● ● ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Mobility	● ● ○ ○	● ● ● ●	● ○ ○ ○
Ease of Implementation	● ● ● ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Innovation	● ● ○ ○	● ● ● ●	● ● ● ○
Out-of-the-Box Reporting	● ● ○ ○	● ● ● ○	● ● ○ ○
Meets Enterprise Requirements	● ● ○ ○	● ● ○ ○	● ● ● ○

Εικόνα25:Zoho CRM vs Microsoft CRM

Στο παραπάνω λογισμικό υπάρχει μια ευρεία σουίτα λειτουργίας της εφαρμογής των επιχειρήσεων, αλλά μειονεκτεί όσον αφορά το βάθος που απαιτείται για τις μεγάλες, σύνθετες εγκαταστάσεις. Το προαναφερθέν αποτελεί ελκυστική λύση για τις μικρές επιχειρήσεις οι οποίες είναι πρόθυμες να συμβιβαστούν με πλήρη λειτουργικότητα.

Από την άλλη πλευρά, η ενσωμάτωση του Microsoft CRM με τεχνολογικά στοιχεία στοίβας της Microsoft, όπως:

- το Microsoft Share Point για τη συνεργασία και τη διαχείριση περιεχομένου.
- Microsoft Lync για Presence και Instant Messaging.
- το Microsoft Visual Studio για το μεγάλο βαθμό παραμετροποίησης.

επιτρέπει στους πελάτες να αξιοποιούν τις επενδύσεις τους σε τεχνολογίες Microsoft. Το Microsoft Dynamics CRM παρέχει εύκολη πρόσβαση για τους πελάτες του Microsoft Outlook. Ο στόχος της Microsoft είναι να αυξήσει την κινητή πλατφόρμα και την υποστήριξη του προγράμματος περιήγησης για το Microsoft Dynamics CRM καθώς και να βελτιώσει την προσβασιμότητα και τη χρηστικότητα για τους χρήστες του Microsoft Dynamics CRM σε πλατφόρμες εκτός των Windows.

Το Microsoft Dynamics 2Q12 διαθέτει υπηρεσία ενημέρωσης (Update), η οποία είναι μια επέκταση του Microsoft SharePoint Server 2010 και περιέχει δυνατότητες αναφοράς, ειδική απεικόνιση και παρουσίαση των δεδομένων. Επιπλέον διακρίνεται για τη

λειτουργικότητα με άλλα προϊόντα της Microsoft, (βλ. το Share Point, Lync και Windows Azure). Ολοκληρώνοντας την αναφορά μας θα πρέπει να επισημάνουμε ότι οι πελάτες με πιο σύνθετες απαιτήσεις μπορούν τώρα να αξιοποιήσουν την εγκατάσταση ενός μοντέλου υβριδικής παράδοσης, ξεκινώντας με το λογισμικό ως υπηρεσία (SaaS).

3.4.1 Οι αδυναμίες που παρουσιάζουν τα συστήματα Microsoft Dynamics και το Zoho

Στο παραπάνω μέρος είδαμε τα πλεονεκτήματα και τις μελλοντικές βλέψεις των MS Dynamics και CRM Zoho καλό θα ήταν να ασχοληθούμε και να εντοπίσουμε και τις αδυναμίες τους. Όσον αφορά το Zoho υπάρχει έλλειψη ολοκληρωμένων ISV συνεργατών ώστε να καλυφθεί το λειτουργικό κενό. Οι πελάτες αναφέρουν ότι Zoho χρειάζεται να δαπανήσει περισσότερο χρόνο για τη διασφάλιση της ποιότητας πριν από την αποδέσμευση νέων εκδόσεων.

Από την άλλη πλευρά το MS CRM στηρίζεται σε λύσεις παροχών για να παράσχει μια ολοκληρωμένη λύση (π.χ., η αποζημίωση κίνητρο, τη διαμόρφωση των πωλήσεων και διαχείρισης των τιμών). Οι χρήστες πρέπει να κάνουν τη δική τους εξακρίβωση για τους παροχών. Ακόμη σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι η Microsoft διακρίνεται για το όραμα της, αλλά θα έπρεπε να ενδιαφερθεί περισσότερο για την διαδικασία της πώλησης ώστε να βοηθήσει τους οργανισμούς πώλησης.

Ολοκληρώνοντας τις αδυναμίες του MS CRM θα πρέπει να αναφέρουμε ότι οι πελάτες πρέπει να χρησιμοποιούν λύσεις συνεργατών για τον Microsoft Exchange Server στο Microsoft Dynamics CRM ώστε να επιτύχουν συγχρονισμό με τον διακομιστή για να χειριστεί εργασίες, συναντήσεις ημερολογίου και των επαφών.

Παρόλο που η Microsoft αναφέρει ότι παρέχει κάθετα πρότυπα της βιομηχανίας έχει δηλώσει δεν σχεδιάζει να προσθέσει λειτουργικότητα στον πυρήνα του προϊόντος.[31].

3.5 Σύγκριση και η αξιολόγηση του Sugar CRM με το Zoho



Εικόνα28: Sugar CRM vs. Zoho

Σε αυτό το άρθρο, θα συγκρίνουμε τα πολυάριθμα χαρακτηριστικά του Sugar CRM και του Zoho CRM .Στόχος μας είναι να ενημερώσουμε τόσο για τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα των δύο συστημάτων καθώς και να βοηθήσουμε να γίνουν κατανοητές οι επιλογές τους .

Το Sugar CRM όπως προαναφέραμε αποτελεί το κορυφαίο λογισμικό ανοικτού κώδικα στον κόσμο CRM εφαρμογών και παρέχει μια πλήρη προσφορά των δυνατοτήτων CRM για τις επιχειρήσεις με τις βασικές και ενδιάμεσες απαιτήσεις. Εν αντίθεση με το Zoho , το Sugar CRM έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί στην επιχείρηση ή σε εγκαταστάσεις. Χαρακτηρίζεται από το πλήθος των ανθρώπων που το χρησιμοποιούν και πιο συγκεκριμένα έχει περισσότερους από 150 εργαζόμενους, και υποστηρίζει πάνω από 7.000 πελάτες και 500.000 χρήστες σε όλο τον κόσμο. Επιπλέον θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το Sugar CRM έχει αντιληφθεί μια σημαντική αύξηση πελατών λόγω της βελτίωσης της εκτέλεσης των πωλήσεων. Το 2011 το Sugar CRM είχε τη μεγαλύτερη νίκη στην ιστορία της εταιρείας (IBM 75.000 χρήστες).Το προαναφερθέν λογισμικό συνεχίζει την «κληρονομιά» ανοικτού κώδικα για την ανάπτυξη του προϊόντος και είναι μια επιλογή της αξίας που σχετίζεται με την ανταγωνιστική τιμή του. Η δωρεάν παροχή του λογισμικού (free download), αποτελεί μια βιώσιμη εναλλακτική λύση για την επίτευξη των βασικών λειτουργιών αλλά επιβαρύνει οικονομικά τις κεφαλαιουχικές δαπάνες. Χαρακτηρίζεται ως ένα ευέλικτο περιβάλλον PHP.

Από την άλλη πλευρά το Zoho CRM έχει επικεντρωθεί στο χαμηλό κόστος για την διαχείριση πελατειακών σχέσεων. Το Zoho προσφέρει ένα πλήρες σετ CRM συστήματος, το οποίο είναι σχεδιασμένο για εταιρίες με απλές απαιτήσεις σε ενδιάμεσους. Η Zoho Corporation είναι ιδιωτική εταιρεία και εδρεύει στην Καλιφόρνια και υποστηρίζει πάνω από 50.000 εταιρείες και 5 εκατομμύρια χρήστες των διαφόρων επιχειρηματικών εφαρμογών της. Προσφέρει μια λύση χαμηλού κόστους όπως αναφέραμε και παραπάνω η Professional Edition είναι \$ 12 (ανά χρήστη ανά μήνα), και η Enterprise Edition είναι \$ 25 (ανά χρήστη ανά μήνα).

Τόσο Zoho και Sugar CRM συγκαταλέγονται μεταξύ των 10 κορυφαίων συστημάτων CRM για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Εν ολίγης, το Sugar CRM προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση CRM, συμπεριλαμβανομένης της εμπορίας, της διαχείρισης έργων και κινητών για \$ 35/month.Από την άλλη πλευρά το Zoho προσφέρει μια χαμηλότερη τιμή όπως προαναφέραμε για ένα πολύ μικρότερο σύνολο χαρακτηριστικών γνωρισμάτων. Αν ψάχνετε για ένα απλό εργαλείο πωλήσεων τότε το Zoho μπορεί ακριβώς να είναι ο τρόπος να πάει. Εάν χρειάζεστε μια πλήρη CRM και δεν θέλετε να δαπανήσετε περισσότερα

χρήματα για τη μετάβαση σε ένα πλήρης CRM κάποια στιγμή μέσα στα επόμενα 5 χρόνια, τότε το Sugar CRM είναι πιθανώς ο τρόπος να πάει.

Τα χαρακτηριστικά ενός Sugar CRM είναι κοινά σε όλες τις επαγγελματικές και εταιρικές εκδόσεις. Πιο συγκεκριμένα η εταιρική έκδοση περιλαμβάνει όλα τα χαρακτηριστικά στην έκδοση Professional και προσθέτει τις ακόλουθες λειτουργίες :

- (α) offline πρόσβαση στην κινητή τηλεφωνία
- (β) την αυξημένη διάθεση αποθήκευσης
- (γ) αύξηση του αριθμού των κλήσεων προς το γραφείο υποστήριξης Sugar CRM.

Ενώ η έκδοση Enterprise περιλαμβάνει τις ακόλουθες λειτουργίες:

- (α) offline πελάτη για τους υπολογιστές
- (β) την υποβολή εκθέσεων πρόσβασης σε πλήρεις SQL πίνακες
- (γ) την αυξημένη αποθήκευση
- (δ) περισσότερες κλήσεις στο γραφείο υποστήριξης Sugar CRM.

Τα χαρακτηριστικών ενός CRM Zoho είναι κοινά σε όλες τις εκδόσεις



Εικόνα 26: Zoho

Η δωρεάν έκδοση περιορίζεται από:

- (α) τον μέγιστο αριθμό των χρηστών (τρεις)

(β) την κατανομή αποθήκευσης.

Αποκλείει τα εξής χαρακτηριστικά / ενότητες:

(α) τα προϊόντα

(β) η διαχείριση ασφάλειας,

(γ) τη ροή εργασιών

(δ) συγχώνευσης αλληλογραφίας.

Η έκδοση Professional περιορίζεται από την κατανομή αποθήκευσης και άλλα εργαλεία που είναι διαθέσιμα μόνο στην έκδοση Enterprise, όπως :

(α) deduplication

(β) καρτέλες web

(γ) ομάδες.

Η διεπαφή χρήστη

Όσον αφορά τη διεπαφή με το χρήστη η έκδοση 6.0 του Sugar CRM είναι πλήρως βελτιωμένη. Οι νέες οθόνες χαρακτηρίζονται από ένα συνδυασμό καρτελών και πλοήγησης.

Στο περιβάλλον έχουμε , νέες εγγραφές ή δραστηριότητες που δημιουργήθηκαν από την κορυφή της σελίδας. Οι καρτέλες στο πάνω μέρος είναι η κύρια μέθοδος πλοήγησης και οι περισσότεροι τύποι ρεκόρ παρουσιάζεται ως ενιαία και συνεχή σελίδα η οποία μπορεί να απαιτήσει κύλιση σε παρακάτω σημείο, εάν ένα αρχείο είναι πολύ λεπτομερές. Επιπλέον το Sugar CRM παρέχει πρόσβαση για κοινές εργασίες και τις πρόσφατες εγγραφές ανά οντότητα. Οι ειδοποιήσεις είναι ορατές στην πάνω αριστερή γωνία του σκληρού, και μια μεγάλη ποικιλία από θέματα που είναι διαθέσιμα από το κουτί.

Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι ο σχεδιασμός της οθόνης Zoho είναι παρόμοιος με παλαιότερη έκδοση του Sales force. Στο προαναφερθέν λογισμικό οι καρτέλες περιορίζονται στην πλοήγηση μεταξύ των πρωτογενών τύπων ρεκόρ, λόγω χάρη τους λογαριασμούς, τις ευκαιρίες, επαφών, κλπ. Οι περισσότεροι τύποι ρεκόρ παρουσιάζονται ως μια ενιαία συνεχής σελίδα.

Διαχείριση επαφών και λογαριασμών

Το Sugar CRM υποστηρίζει τόσο B2C όσο και B2B επαφές και εταιρείες επιχειρηματικών σεναρίων. Ενσωματώνει, επίσης, ένα μοναδικό περιεχόμενο επαφής και ένα εργαλείο δικτύωσης. Το εν λόγω εργαλείο είναι διαθέσιμο τόσο σε δωρεάν όσο και σε επί πληρωμή εκδόσεις. Σημαντικό θα ήταν να αναφέρουμε ότι στις επαφές μπορούν να προστεθούν το ιστορικό, οι δραστηριότητες, τα έγγραφα, οι ευκαιρίες, οι και άμεσες αναφορές. Η ενσωμάτωση του Google maps για λεπτομέρειες των διευθύνσεων είναι διαθέσιμη ως ένα πλαίσιο το οποίο μπορεί να ρυθμιστεί γρήγορα.

Zoho CRM υποστηρίζει τόσο B2C όσο και B2B επιχειρηματικά μοντέλα. Παρέχει επίσης βασικές πληροφορίες επαφής, όπως το Skype ID. Επιτρέπει στους χρήστες να ξεκινήσει μια διάσκεψη Web απευθείας μέσω της καρτέλας επαφών. Οι ακόλουθες καρτέλες είναι διαθέσιμες και μπορούν να προστεθούν σε επαφές και λογαριασμούς: συνημμένα, τις ευκαιρίες, τις επαφές, τα προϊόντα, τα αποσπάσματα, τις δραστηριότητες, τις σημειώσεις, τις περιπτώσεις, αναφορές, εντολές πωλήσεων, εντολές αγοράς, τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τα τιμολόγια. Το προαναφερθέν λογισμικό διακρίνεται διότι υποστηρίζει σχέσεις γονέα / παιδιού για θυγατρικές εταιρείες ή τμήματα. Οι επαφές μπορούν ακόμη και να εκχωρηθούν αυτόματα μέσω της ροής εργασίας. Η ενσωμάτωση του Google maps είναι επίσης διαθέσιμη για λεπτομέρειες των διευθύνσεων.

Διευθύνων Δραστηριότητες

Το Sugar CRM προσφέρει ευέλικτες δυνατότητες για την εργασία και τη διαχείριση εκδηλώσεων. Αυτό περιλαμβάνει ένα ευέλικτο Ημερολόγιο με προβολή ημέρας / εβδομάδας / μήνα. Επίσης υποστηρίζει κοινόχρηστα ημερολόγια για πολλούς χρήστες οι οποίοι εργάζονται μαζί σαν ομάδα. Ακόμη προσφέρει ενσωμάτωση του Microsoft Outlook μέσω ενός πολύ ευέλικτο plugin. Οι προσκεκλημένοι, συμπεριλαμβανομένων των εξωτερικών προσκεκλημένοι μπορούν να προστεθούν σε δραστηριότητες και οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να προσκαλούν άλλους χρήστες ως συμμετέχοντες δραστηριότητα. Πρόσφατα, προστεθεί υποστήριξη για επαναλαμβανόμενες δραστηριότητες.

Το Zoho CRM παρέχει βασικές δυνατότητες για το έργο και τη διαχείριση της εκδήλωσης:

(α) τη δημιουργία / επεξεργασία μιας εργασίας ή ενός συμβάντος

(β) υποστήριξη επαναλαμβανόμενων γεγονότων

(γ) προσκεκλημένους, συμπεριλαμβανομένων των εξωτερικών προσκεκλημένοι μπορούν να προστεθούν

(δ) εισερχόμενων / εξερχόμενων κλήσεων που μπορούν να καταγραφούν

(ε) ένα χαρακτηριστικό χρονόμετρο που παρέχεται για να καταγράφει την ποσότητα του χρόνου που δαπανάται για τις μεμονωμένες κλήσεις.

Έντυπα Marketing

Το Sugar CRM σχετίζεται με τη δημιουργία ηλεκτρονικής φόρμας. Η εφαρμογή μπορεί εύκολα να δημιουργήσει αυτόματα κώδικα HTML ο οποίος έχει τη δυνατότητα να ενσωματώνεται σε οποιαδήποτε ιστοσελίδα του πελάτη. Η εφαρμογή μπορεί να ρυθμιστεί μέσω της ροής εργασίας ώστε οι χρήστες να μπορούν να στείλουν ένα αυτοματοποιημένο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αρκεί μόνο να υποβάλουν τα στοιχεία τους στη φόρμα που υπάρχει στο διαδίκτυο.

Στο Zoho CRM, οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν έως και 25 ηλεκτρονικές φόρμες. Μπορούν να επιλέξουν τους τομείς που επιθυμούν στο διαδίκτυο. Έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί κώδικα που μπορεί στη συνέχεια να ενσωματωθεί σε οποιαδήποτε ιστοσελίδα του πελάτη. Αυτό μπορεί να ρυθμιστεί ώστε να στείλει την προοπτική ενός αυτοματοποιημένου ηλεκτρονικού ταχυδρομείου όταν καταχωρούν τα στοιχεία τους.

Αυτοματοποίηση

Στο Sugar CRM η αυτοματοποίηση χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει ειδοποιήσεις και ενημερώσεις για τα αρχεία. Σε αντίθεση με κάποιες ανταγωνιστικές λύσεις, τη ροή εργασίας στο προαναφερθέν λογισμικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει νέες εγγραφές και όχι μόνο για την ενημέρωση υπαρχουσών εγγραφών. Οι ροές εργασίας δημιουργούνται από τη χρήση ωθήσεων και δράσεων. Αυτό επιτρέπει σε πολλαπλές δράσεις ροών εργασίας να διαμορφωθούν ως μια ακολουθία ροών εργασίας. Οι ειδοποιήσεις μπορούν να σταλούν ως μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή το σύστημα ειδοποιήσεων. Μια λειτουργία δοκιμής παρέχεται, προκειμένου να δοκιμαστούν ροές εργασίας πριν τρέξει στο περιβάλλον παραγωγής.

Στο Zoho CRM η αυτοματοποίηση είναι περιορισμένη σε ενέργεια. Η ροή εργασίας χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει μια νέα ειδοποίηση, εργασία ή το πεδίο ενημέρωσης με βάση τη δημιουργία / ενημέρωση μιας εγγραφής ή ενός πεδίου. Ωστόσο, η αυτοματοποίηση δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει ένα νέο ρεκόρ.

Ενσωμάτωση με Εξωτερικά Συστήματα




Για ενσωμάτωση με εξωτερικά συστήματα στο Sugar CRM έχουμε αναφερθεί σε προηγούμενο υποκεφάλαιο τώρα θα αναφερθούμε στο Zoho CRM. Στο Zoho CRM, η εφαρμογή του Microsoft απαιτεί επιπλέον κόστος. Η ενσωμάτωση αυτή υλοποιείται μέσω ενός plug-in που συγχρονίζει τις επαφές και τις δραστηριότητες. Εκτός όμως από το Microsoft Outlook το Zoho CRM ενσωματώνεται και με άλλα συστήματα λόγω χάρη το Microsoft Office, το Google Docs και το Zoho Docs όσων αφορά τα συνημμένα και τις συγχώνευσης αλληλογραφίας. Η συσχέτιση του Zoho CRM με το Quickbooks παρέχεται επίσης ως επιπλέον υπηρεσία κόστους. Καλό θα ήταν να αναφέρουμε ότι το προαναφερθέν περιορίζεται στα βασικά στοιχεία για τις εισαγωγές από Quickbooks :

- Επαφές
- Εισαγωγικά
- Προϊόντα
- Προμηθευτές
- Παραγγελίες πωλήσεων
- Τιμολόγια.

Επίσης, έχουμε :

- Τον αμφίδρομο συγχρονισμό των επαφών και των τμημάτων της εταιρείας.
- Την ικανότητα χαρτογράφησης πεδίων μεταξύ των δύο εφαρμογών για συγχρονισμό.

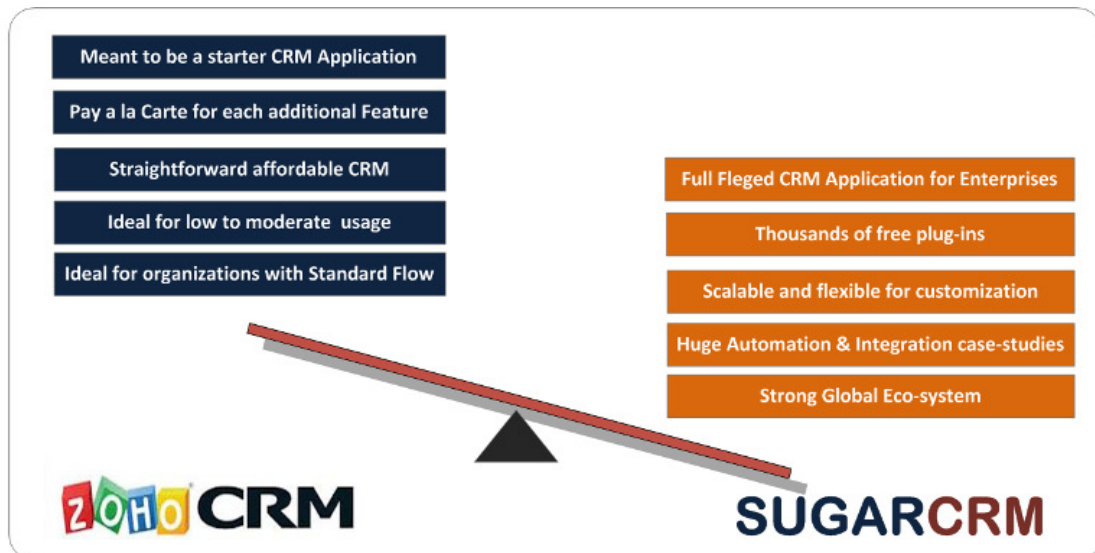
Επιπλέον το εν λόγω λογισμικό ανοικτού κώδικα προσφέρει μια σειρά plug-ins. Δεν θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι το Zoho Plug-in για το Microsoft Outlook, Microsoft Office κοστίζει 3 δολάρια ανά χρήστη ανά μήνα.

			
Price Level	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$	\$ \$ \$ \$
Ease of Use	● ● ● ○	● ● ● ●	● ● ● ○
Mobility	● ● ○ ○	● ● ● ●	● ● ○ ○
Ease of Implementation	● ● ● ½ ○	● ● ● ● ½	● ● ● ½ ○
Innovation	● ½ ○ ○	● ● ● ●	● ½ ○ ○
Out-of-the-Box Reporting	● ● ○ ○	● ● ● ○	● ● ○ ○
Meets Enterprise Requirements	● ● ○ ○	● ● ○ ○	● ● ● ○

Εικόνα 27: Σύγκριση Zoho - Sugar CRM

Όπως έχουμε αναφέρει και παραπάνω το Sugar CRM εστιάζεται κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και κυρίως στη διαδικασία επέκτασης των άμεσων πωλήσεων και των εταιρικών σχέσεων για την υποστήριξη μεγαλύτερων εφαρμογές SFA. Το προαναφερθέν βρίσκεται στο στάδιο της αναδιάταξης της άμεση οργάνωσης των πωλήσεων με σκοπό να βελτιώσει τις πωλήσεις σε μεγαλύτερες. Το Sugar CRM χτίζει ένα ισχυρό οικοσύστημα των παραδοσιακών εταιρών ISV και προσπαθεί να επιτύχει ένα λειτουργικό χώρο προϊόντων. Επιπροσθέτως αποτελεί μια αναδυόμενη αγορά των ΕΔΕ που ονομάζεται SugarExchange.com και προσφέρει το Sugarforge.com, δηλαδή μια κοινότητα.

Το Zoho δεν σχετίζεται με άμεσες πωλήσεις, αλλά στηρίζεται σε ένα μοντέλο έλξης και διαφήμισης για τους πελάτες με στόχο να ανακαλύψουν τα προϊόντα του παραπάνω λογισμικού. Μειονεκτεί στο ότι υπάρχει έλλειψη ολοκληρωμένων ISV συνεργατών για να γεμίσουν λειτουργικό κενό. Οι πελάτες οι οποίοι είναι και οι μεγαλύτεροι κριτές των λογισμικών αναφέρουν ότι το Zoho χρειάζεται να δαπανήσει περισσότερο χρόνο για τη διασφάλιση της ποιότητας πριν αποδεσμεύσει νέες εκδόσεις.[32].



Εικόνα 28: Σύγκριση Zoho – Sugar CRM

3.6 Η διατύπωση του Lauren Carlson για τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα (Microsoft Dynamics , Netsuite, Oracle, Sugar)

Σύμφωνα με ένα άρθρο ενός σημαντικού αναλυτή, του Lauren Carlson στο Sales force. Com είναι ο κορυφαίος πάροχος CRM στον κόσμο σήμερα. Αυτό προκύπτει από διάφορες έρευνες σύγκρισης CRM στις οποίες έχει προβεί. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι το Sales force πρέπει να έχει πάρει αυτή την αναγνώριση, λόγω της ιδιότητάς του ως ένα από τα πρώτα προϊόντα SaaS με βάση το CRM που κυκλοφόρησαν στην αγορά.

Ωστόσο, η κυρίαρχη τάση στην αγορά σήμερα δεν είναι να πατρωνάει τα προϊόντα που έχουν υστερήσει ή έχουν μονοπωλήσει τη βιομηχανία εδώ και αρκετό καιρό. Καλό θα ήταν να αναφέρουμε ότι οι CRM χρήστες ψάχνουν εναλλακτικές λύσεις CRM που θα τους προσφέρουν βέλτιστη λύση για την επιχείρησή τους και αποτελεσματική για τις επιχειρηματικές διαδικασίες τους.

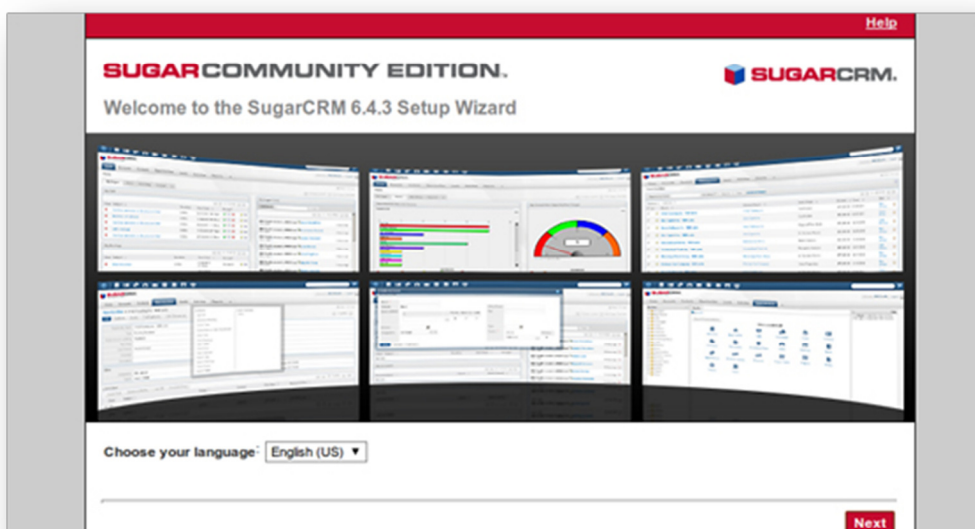
Ο Lauren Carlson στην έρευνα του αναφέρει ότι μετά το πρώτο εναλλακτικό σύστημα που έρχεται στο μυαλό όταν οι χρήστες προσπαθούν να συγκρίνουν τα προγράμματα CRM είναι το Microsoft Dynamics CRM. Είναι βολικό στο επίπεδο ολοκλήρωσης, λόγω του γεγονότος ότι συγχρονίζεται εύκολα με όλες τις άλλες εφαρμογές της Microsoft. Αυτό σημαίνει ότι μια εταιρεία δεν ξοδεύει τα χρήματα των δαπανών στην εκπαίδευση του προσωπικού της. Η επόμενη εναλλακτική λύση CRM θα είναι το NetSuite του One World CRM, που είναι γνωστό για την εξαιρετική επίδοση του στον τομέα της λογιστικής και ERP. Είναι, επίσης,

ένα πρόγραμμα, όπου οι χρήστες μπορούν να αναμένουν μια σταθερή και πλήρη ενσωμάτωση, λόγω των εργαλείων που είναι χρήσιμα για τις πωλήσεις και την αυτοματοποίηση των υπηρεσιών. Την τρίτη εναλλακτική λύση αποτελεί το πακέτο CRM της Oracle με την τελευταία έκδοση του, CRM On-Demand 18. Είναι πολύ σημαντικό, λόγω του γεγονότος ότι διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από το λογισμικό CRM Sales force, λόγω της αρχιτεκτονικής, μια τεράστια μετατόπιση από τις συνήθεις προσδοκίες των πελατών Sales force. Αυτή η ρύθμιση είναι πολύ σημαντική κατά την άποψη εκείνων που ήθελαν το απόρρητο των δεδομένων και την αποκλειστική κυριότητα του χρησιμοποιούμενου λογισμικού και hardware. Η τέταρτη επιλογή CRM είναι του Sage Sales Logix, το οποίο είναι γνωστό για τις σταθερές βάσεις του στις παγκόσμιες επιχειρηματικές διαδικασίες των επιχειρήσεων. Η τελευταία εναλλακτική λύση είναι το Sugar CRM, το οποίο είναι αναμφισβήτητα η πιο δημοφιλής και γρήγορα αυξανόμενη λύση CRM στον κόσμο σήμερα. Αυτή η κατάσταση οφείλεται στην εξαιρετική ικανότητά του να προσαρμόζεται στις επιχειρηματικές διαδικασίες του πελάτη και όχι τη συνήθη τάση των επιχειρήσεων για την προσαρμογή των διαδικασιών του με τη λύση CRM, ένα κοινό πρόβλημα Sales force. Το Sugar CRM είναι επίσης φιλικό προς το χρήστη και εύκολο να αφομοιωθεί στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, που ήταν γεμάτες με λίγα αλλά εξαιρετικά απαραίτητα εργαλεία για την ενίσχυση των ποσοστών παραγωγικότητας της εταιρείας.[33] [34].

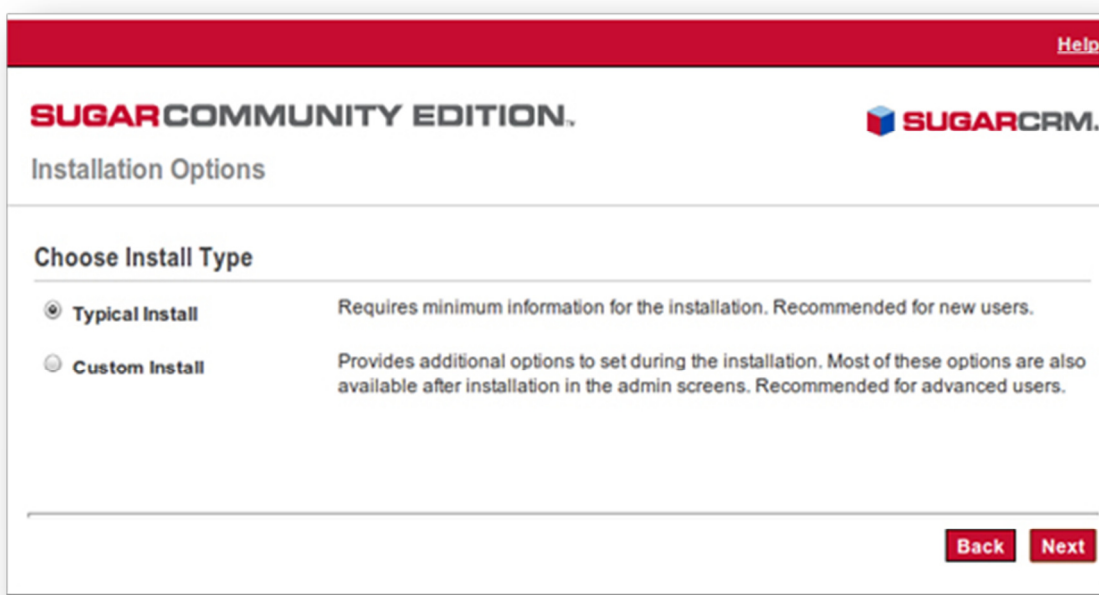
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Εγκατάσταση και παρουσίαση του Sugar CRM

Για να ξεκινήσουμε την εγκατάσταση στο Sugar CRM αρχικά πρέπει να δημιουργήσουμε μια βάση δεδομένων MySQL. Στη συνέχεια επισκεπτόμαστε την σελίδα <http://www.sugarcrm.com/download> και κατεβάζουμε την νεότερη έκδοση του. Μας εμφανίζεται μια σελίδα όπου υπάρχει ένας σύνδεσμος για να ξεκινήσει η εγκατάσταση. Σε επόμενο βήμα μας εμφανίζεται η παρακάτω εικόνα και επιλέγουμε Next :



Εικόνα 32: Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM



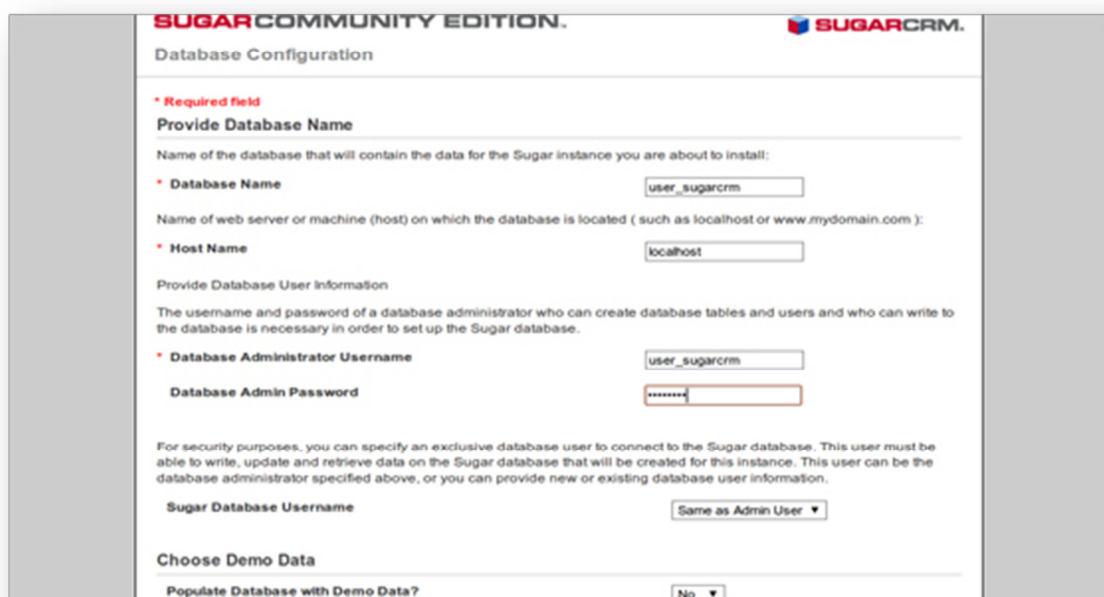
Εικόνα 33: Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM

Επιλέγουμε τον τύπο της βάσης δεδομένων MySQL.



The screenshot shows the 'Database Type' configuration step in the Sugar CRM installation wizard. The page title is 'SUGAR COMMUNITY EDITION' and 'SUGARCRM'. The main heading is 'Database Type'. Below it, the instruction reads: 'Specify Database Type' and 'What type of database will be used for the Sugar instance you are about to install?'. There is a radio button selected next to 'MySQL (mysqli extension)'. At the bottom right, there are 'Back' and 'Next' buttons.

Εικόνα 34 : Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM



The screenshot shows the 'Database Configuration' step in the Sugar CRM installation wizard. The page title is 'SUGAR COMMUNITY EDITION' and 'SUGARCRM'. The main heading is 'Database Configuration'. Below it, there is a section for 'Provide Database Name' with a text input field containing 'user_sugarcrm'. The next section is 'Host Name' with a text input field containing 'localhost'. The following section is 'Provide Database User Information' with a text input field for 'Database Administrator Username' containing 'user_sugarcrm' and a password input field for 'Database Admin Password' containing '*****'. There is also a dropdown menu for 'Sugar Database Username' set to 'Same as Admin User'. The final section is 'Choose Demo Data' with a dropdown menu for 'Populate Database with Demo Data?' set to 'No'.

Εικόνα 35 : Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM

Όπου Host Name βάζουμε localhost και δίνουμε όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης.

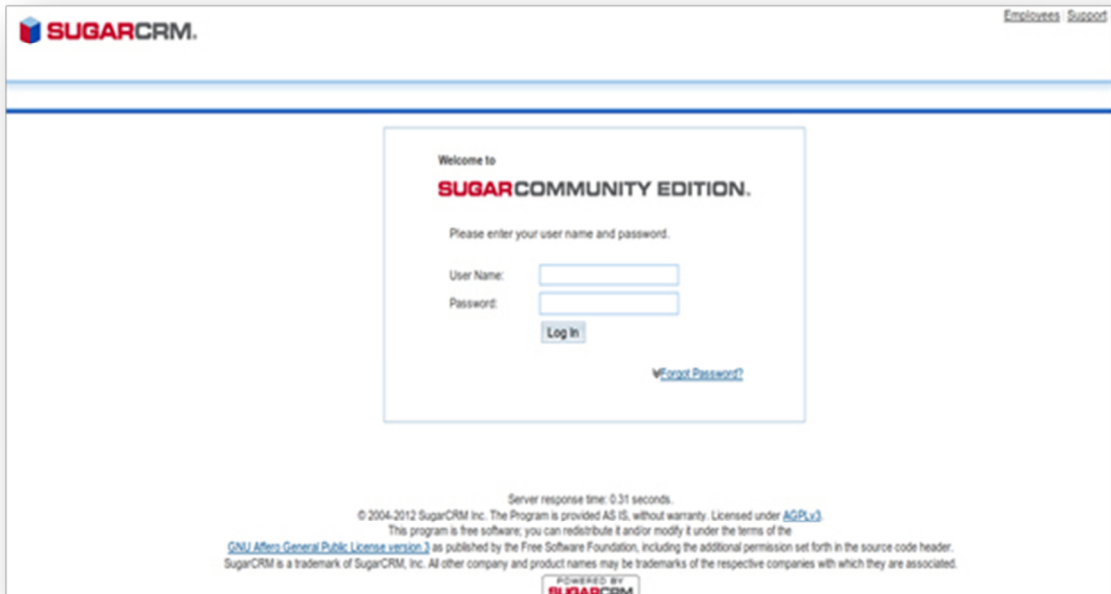
The screenshot shows the 'Site Configuration' page for Sugar CRM Community Edition. The page title is 'Identify Administration User'. Below the title, there is a note: 'After installation, you will need to use the Sugar admin user (default username = admin) to log in to the Sugar instance. Enter a password for this administrator user. This password can be changed after the initial login. You may also enter another admin username to use besides the default value provided.' There are three input fields: 'Sugar Application Admin Name' with the value 'admin', 'Sugar Admin User Password', and 'Re-enter Sugar Admin User Password'. At the bottom right, there are 'Back' and 'Next' buttons.

Εικόνα 36 : Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM

Σε επόμενο βήμα επιλέγουμε Next και Install για να ολοκληρωθεί η εγκατάσταση.[35].

The screenshot shows a configuration summary page. It lists several modules and their status: ZIP Handling Module (OK), IMAP Module (OK), cURL Module (OK), Upload File Size (OK), and Sprite Support (OK). Below this, it shows the 'Location of your PHP configuration file (php.ini): /usr/local/php52/lib/php.ini'. A note about setting up Crontab is provided: 'To Setup Crontab Note: In order to run Sugar Schedulers, add the following line to the crontab file: * * * * * cd /home/sgtest/public_html/SugarCRM; php -f cron.php > /dev/null 2>&1'. At the bottom right, there are buttons for 'Print Summary', 'Show Passwords', 'Back', and 'Install'.

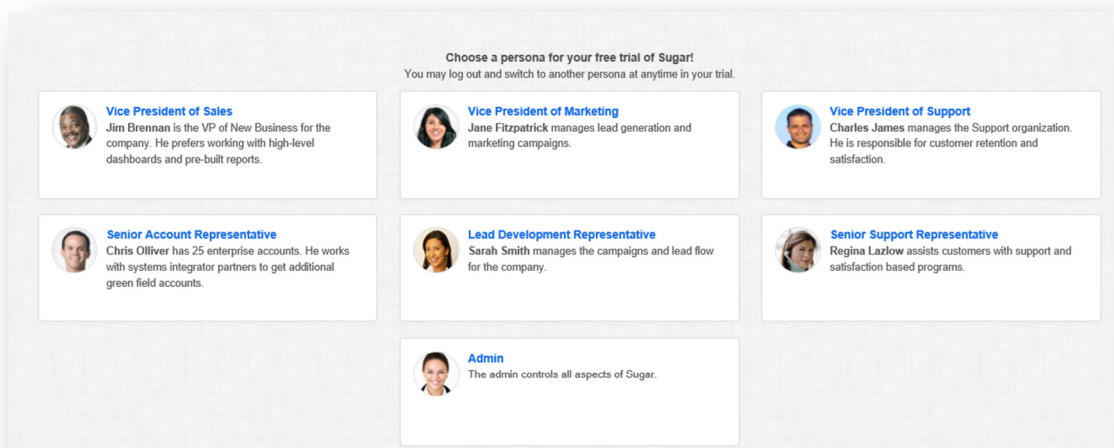
Εικόνα 37: Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM



Εικόνα 38 : Βήματα εγκατάστασης του Sugar CRM

4.2 Οι δυνατότητες του Sugar CRM

Ανοίγοντας το Sugar CRM θα πρέπει να επιλέξουμε μια από τις παρακάτω προσωπικότητες. Το εν λόγω πρόγραμμα μας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε ένα δικό μας προφίλ με προσωπικά στοιχεία της επιλογής μας.



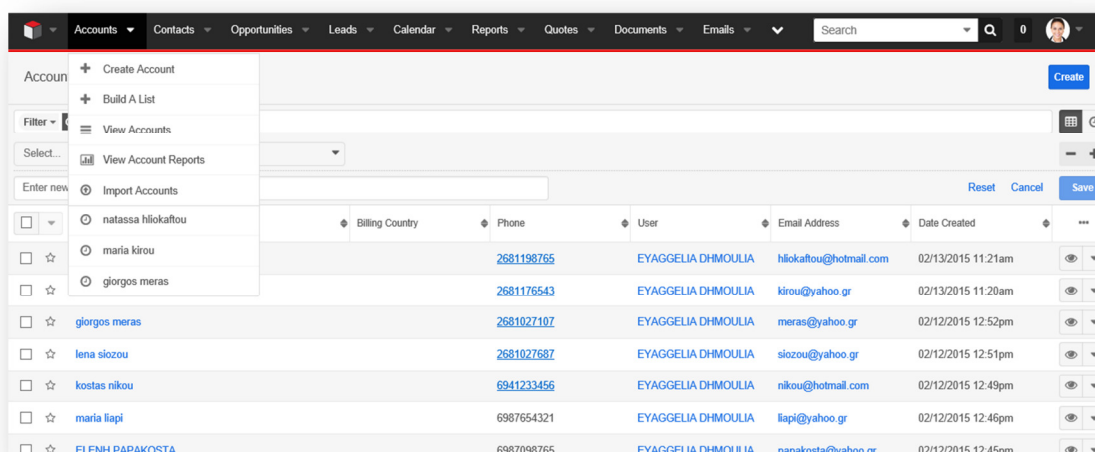
Εικόνα 39 : Επιλογή προσωπικότητας στο Sugar CRM

Ακολουθεί μια συνοπτική περιγραφή των βασικών Μενιτου Sugar CRM με σκοπό να κατανοήσουμε τον τρόπο λειτουργίας του καθώς και τις δυνατότητες που παρέχει στους χρήστες του:

Στο Menu Accounts – Μενού Λογαριασμοί έχουμε τη δυνατότητα να επιλέξουμε :

- Create Account
- Build A List
- View Account
- View Account Reports
- Import Accounts.

Ουσιαστικά μπορούμε να δημιουργήσουμε νέους λογαριασμούς (προφίλ χρήστη) να παρακολουθήσουμε τους ήδη υπάρχοντες λογαριασμούς καθώς και τις αναφορές τους, να δημιουργήσουμε μια λίστα και να διακρίνουμε τους σημαντικότερους πελάτες.

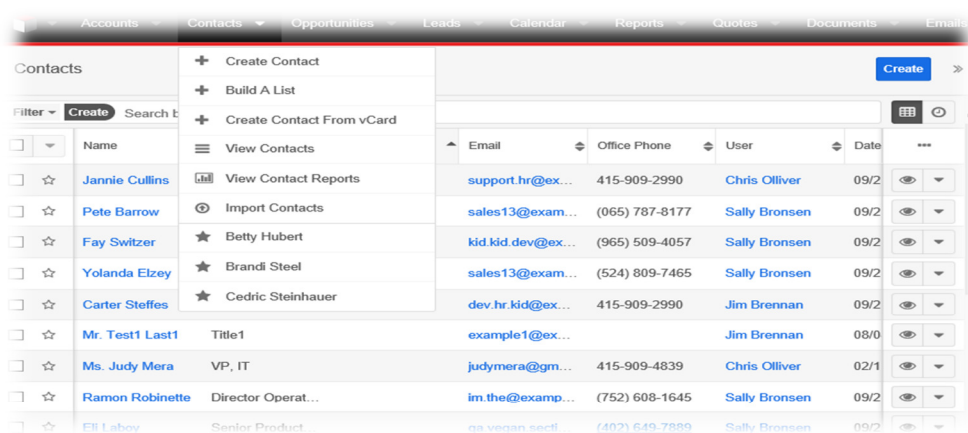


Εικόνα 40 : Menu Accounts

Στη συνέχεια στο Menu Contacts – Μενού Επαφές έχουμε την δυνατότητα να:

- Create Contacts
- Build A List
- Create Contacts from vCard
- View Contacts
- View Contacts Reports
- Import Contacts.

Δηλαδή να δημιουργήσουμε επαφές και λίστες, να παρατηρήσουμε επαφές και τις αναφορές τους και να ξεχωρίσουμε τις σημαντικές επαφές. Επιπλέον, Το μενού επαφές αναφέρεται κατά κύριο λόγο σε πελάτες. Ουσιαστικά σε λογαριασμούς που σχετίζονται άμεσα με τις πωλήσεις. Για να δημιουργήσουμε μια καινούρια επαφή απαιτείται η συμπλήρωση ορισμένων πεδίων. Όχι απαραίτητα όλων αλλά βασικά πεδία όπως το επώνυμο είναι υποχρεωτικά. Ένας άλλος τρόπος να δημιουργήσουμε μια επαφή είναι από το μενού Create Contact from vCard. Η διαφορά σε αυτό τον τρόπο είναι ότι δημιουργούμε μια νέα επαφή με την χρήση της vCard, δηλαδή με το φόρτωμα του κατάλληλου αρχείου (εικόνα).

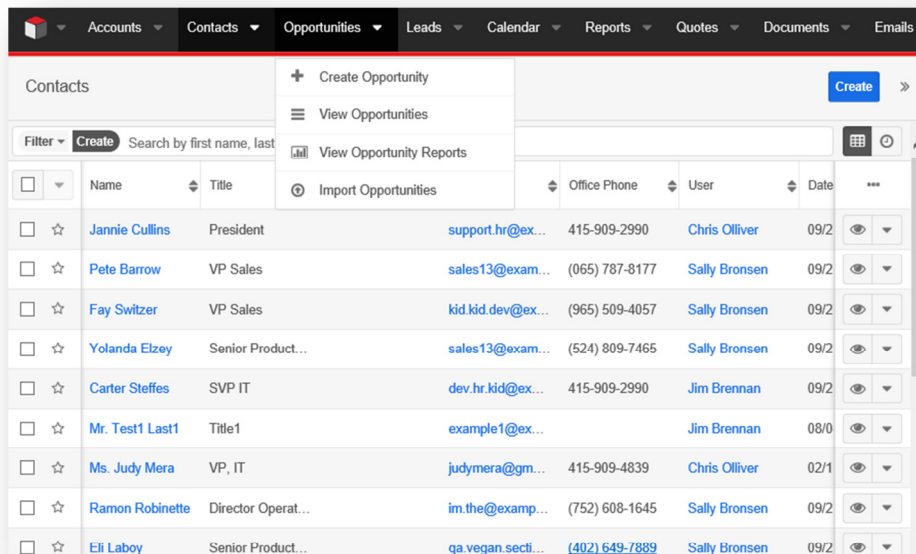


Εικόνα 41 : Menu Contacts

Στο παρακάτω Menu Opportunity – Μενού Ευκαιρία μας δίνεται η δυνατότητα να :

- Create Opportunity
- View Opportunities
- View Opportunity Reports
- Import Opportunity

Η ευκαιρία σχετίζεται με την παρακολούθηση μεμονωμένων πωλήσεων από την αρχή έως και το τέλος. Κάθε εγγραφή συνδέεται με μια μελλοντική πώληση και περιλαμβάνει σημαντικές πληροφορίες που σχετίζονται άμεσα με την παραπάνω πώληση. Λόγου χάρη επαφές.

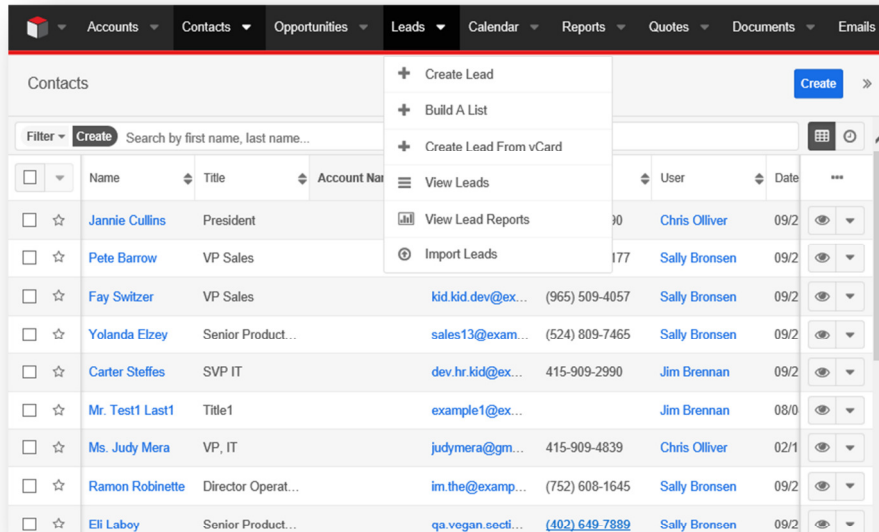


Εικόνα 42 : Menu Opportunities

Στο Menu Leads - Μενού Οδηγοί μπορούμε να:

- Create Lead
- Build A List
- Create Lead from vCard
- View Leads
- View Leads Reports
- Import Leads.

Το παραπάνω μενού σχετίζεται με τις προοπτικές που μπορεί να έχει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι να δημιουργηθεί ένας οδηγός. Μετά την εγγραφή υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας πληροφοριών.

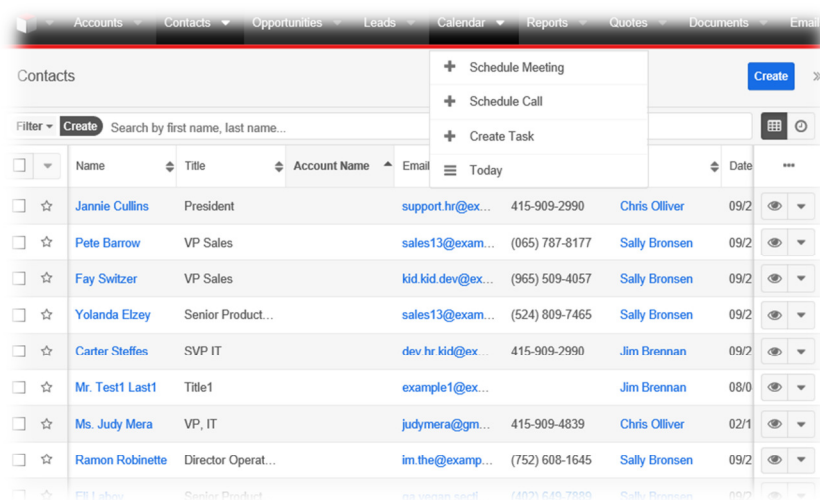


Εικόνα 43 : Menu Leads

Στο Menu Calendar – Μενού Ημερολόγιο μπορούμε να:

- Schedule Meeting
- Schedule Call
- Create Task
- Today

Το παραπάνω μενού βοηθάει στο να προγραμματιστούν οι δραστηριότητες (συνάντηση, τηλέφωνο). Ουσιαστικά δημιουργούμε μια νέα εργασία.



Εικόνα 44 : Menu Calendar

Accounts						Reports	
Name	City	Billing Country	Phone	User			
JBC Bank	San Francisco	USA	415-909-2990	Chris Olliver			
AtoZ Co Ltd	Los Angeles	USA	(392) 575-2336	Sally Brons			
Cloud View Sy...	Ohio	USA	(254) 701-9769	Chris Olliver			
RR. Talker Co	Santa Fe	USA	(949) 400-8060	Jim Brennan	vegan.the.suga...	09/2	
Q.R.&E. Corp	Sunnyvale	USA	(199) 869-5335	Sally Bronsen	sugar.hr.kid@e...	09/2	
Max Holdings Ltd	Santa Monica	USA	(334) 883-5642	Max Jensen	the26@exampl...	09/2	
RR. Talker Co	Alabama	USA	(808) 034-9708	Max Jensen	kid.sugar@exa...	09/2	
Calib Systems...	Cupertino	USA	(296) 710-6259	Sarah Smith	vegan.the@ex...	09/2	
SBC Funds Ltd.	Los Angeles	USA	(666) 113-9461	Sarah Smith	support.vegan...	09/2	

Εικόνα 45 : Menu Reports

Σε αυτό το Menu Reports – Μενού Εκθέσεις μπορούμε να:

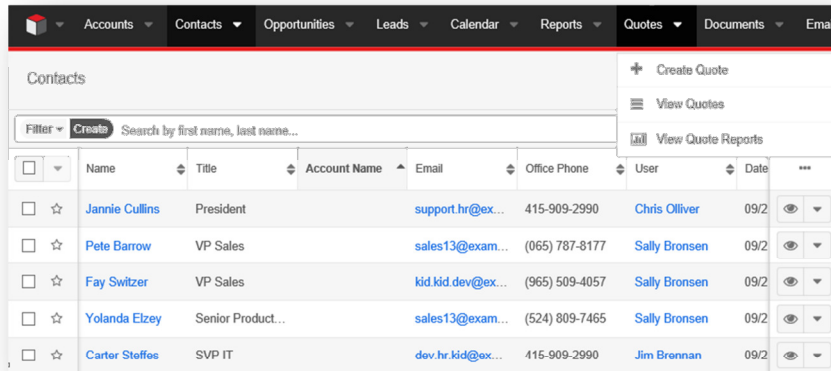
- Create Report
- My Favourite Reports
- View Reports
- Manage Advanced Reports
- Opportunities Expected to Close By Amount
- All Opportunities By Amount By Sales Report
- Tasks By Team By User

Οι αναφορές αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα μενού σύμφωνα με το οποίο επιτρέπεται στους χρήστες να δημιουργήσουν, να παράγουν και να διαχειριστούν αναφορές που συνδέονται με λογαριασμούς, επαφές, κλήσεις κ.α.

Στο Menu Quote – Μενού Απόσπασμα μπορούμε να:

- Create Quote
- View Quotes
- View Quotes Reports

Σε αυτό το μενού υπάρχουν τα κατάλληλα αποσπάσματα σχετικά με την ποσότητα καθώς και την τιμή μονάδος του προϊόντος ή της υπηρεσίας που η επιχείρηση θα πουλήσει στους πελάτες της. Υπάρχει η απευθείας αγορά προϊόντος από τον κατάλογο αλλά και η χειροκίνητη αγορά.

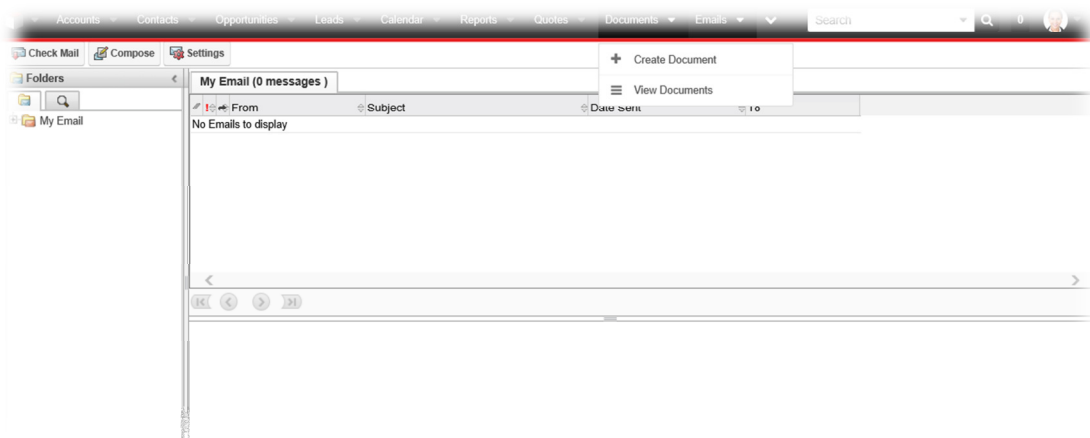


Εικόνα 46 : Menu Quote

Στο Menu Document – Μενού Έγγραφα μπορούμε να:

- Create Document
- View Documents

Σε αυτό το μενού παρέχεται στους χρήστες η δυνατότητα να έχουν πρόσβαση και να ενημερώνονται σχετικά με τα αρχεία της επιχείρησης.

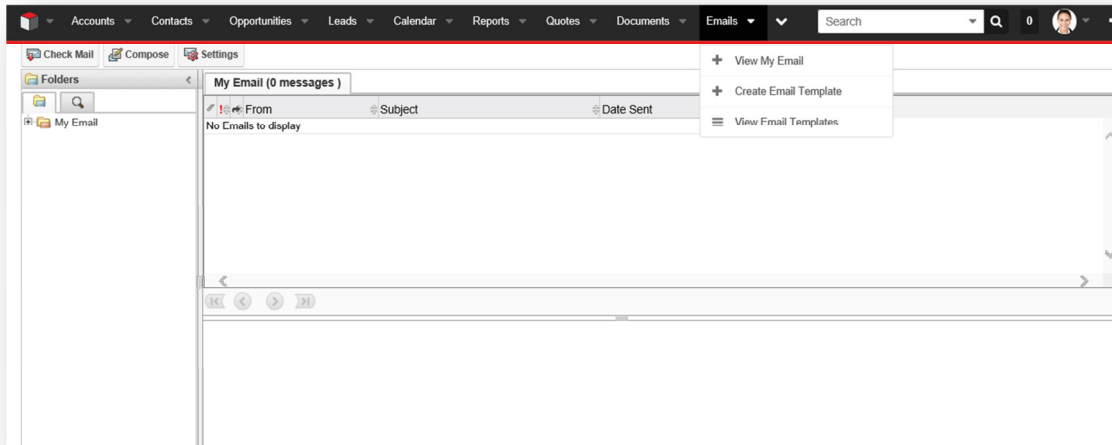


Εικόνα 47 : Menu Document

Στο Menu Emails – Μενού Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου έχουμε τη δυνατότητα να:

- View My Email
- Create Email Template
- View Email Templates.

Σε αυτό το μενού παρέχεται η δυνατότητα στους χρήστες τόσο να στέλνουν όσο και να λαμβάνουν ηλεκτρονικά μηνύματα με την χρήση της προσωπικής τους διεύθυνσης ή και inbox. Επιπλέον μπορούν να αποθηκεύσουν στο sugar crm τα ηλεκτρονικά τους μηνύματα.



Εικόνα 48 : Menu Emails

Το μενού καμπάνιες χρησιμοποιείται για τη δημιουργία και τη διαχείριση εκστρατείας διαφήμισης για την επιχείρηση με χρήση ή και χωρίς τη χρήση ηλ. Ταχυδρομείου. Τα αποτελέσματα της κάθε καμπάνιας καταγράφονται με σκοπό να μετρηθεί η επιτυχία της.

Search Campaigns

Campaign	Status	Type	End Date	User	Date Created
High Touch Marketing Campaign	Active	Email	08/15/2015	jane	05/17/2015 03:01am
New Product Radio Broadcast Series	Active	Radio	03/31/2014	jane	09/25/2013 12:16pm
Direct Mail Campaign	Active	Mail	12/31/2013	jane	09/25/2013 12:09pm
Monthly Customer Newsletter	Active	Newsletter	11/30/2013	jane	09/24/2013 02:59pm
All Hands Telesales Campaign	Active	Telesales	12/31/2013	jane	09/24/2013 02:45pm

Εικόνα 49 : Menu Campaigns

Αναφερόμαστε σε μια συνάντηση ή σε ένα συνέδριο που πραγματοποιείται ανάμεσα στα άτομα της επιχείρησης και στους πελάτες και μπορούμε να δούμε τις λεπτομέρειες ανά πάσα στιγμή.

Search Meetings

Close	Subject	Contact	Related to	Start Date	Assigned User	Date Created
	Test1 Meeting		Mr. Test1 Last1	08/08/2014 12:15pm	jim	08/08/2014 12:15pm
	Large Opportunity		CV Original	09/28/2013 10:40pm		09/27/2013 10:40pm
	Initial discussion	Solomon Eilerman	HFCD Funds Ltd.	03/23/2013 03:15am	sally	09/20/2013 03:10pm
	Demo	Melinda Lyles	Southern Realty	06/03/2014 10:00am	chris	09/20/2013 03:10pm
	Discuss pricing	Randi Filer	T-Squared Techs	09/17/2014 11:45am	jim	09/20/2013 03:10pm
	Follow-up on proposal	Zelda Conlin	Davenport Investing	10/21/2013 08:00am	jim	09/20/2013 03:10pm
	Review needs	Angel Heide	Insight Marketing Inc	12/28/2013 01:30am	sarah	09/20/2013 03:10pm
	Initial discussion	June Donovan	Smith & Sons	10/26/2013 12:15am	will	09/20/2013 03:10pm
	Discuss pricing	Ashley Steffey	Nimble Technologies Inc	09/09/2013 09:30am	will	09/20/2013 03:10pm

Εικόνα 50 : Menu Meeting

Σε αυτό το μενού γίνεται η παρακολούθηση καθώς και η διαχείριση του προϊόντος / υπηρεσίας με τα παράπονα ή τα προβλήματα που αναφέρθηκαν από τους πελάτες για την επιχείρηση.

Filter	Create	Search by subject, number...							Grid	Refresh
Num.	Subject	Account Name	Priority	Status	Assigned to	Date Created	...			
51	Need to purch...	T-Squared Techs	Medium	New	Philip Gonsalves	09/21/2013				
52	Warning mess...	T-Squared Techs	Low	New	Philip Gonsalves	09/21/2013				
53	System not res...	T-Squared Techs	High	Assigned	Philip Gonsalves	09/21/2013				
105	System not res...	AtoZ Co Ltd	High	Duplicate	Philip Gonsalves	09/21/2013				
158	Need to purch...	Underwater Mi...	High	Duplicate	Philip Gonsalves	09/21/2013				
159	Warning mess...	Underwater Mi...	Low	New	Philip Gonsalves	09/21/2013				
160	System not res...	Underwater Mi...	Medium	Assigned	Philip Gonsalves	09/21/2013				
161	Need to purch...	Gifted Holding...	Medium	Assigned	Philip Gonsalves	09/21/2013				
162	Need to purch...	Gifted Holding...	Low	Rejected	Philip Gonsalves	09/21/2013				
163	Warning mess...	Gifted Holding...	Low	Pending Input	Philip Gonsalves	09/21/2013				
164	Warning mess...	Gifted Holding...	Low	Assigned	Philip Gonsalves	09/21/2013				

Εικόνα 51 : Menu Case

Σε αυτό το μενού μπορούμε να κρατήσουμε σημειώσεις για οποιοδήποτε θέμα αφορά τις πωλήσεις ή τις υπηρεσίες της επιχείρησης. Υπάρχει η δυνατότητα χρήσης γενικού κειμένου αλλά και συνημμένου. Τις σημειώσεις μπορούμε να τις επεξεργαστούμε οποιαδήποτε στιγμή και να δούμε τις λεπτομέρειες τους.

Notes [Create](#) >>

<input type="checkbox"/>	Subject	Contact	Related To	Attachment	Created By	...
<input type="checkbox"/>	☆ Test Note 1	Andre Sizemore	A.G. Parr PLC		Jim Brennan	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Follow-up Proposal.d...		Follow up on proposal	Follow-up Proposal.d...	Chris Oliver	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Call Information	Ms. Judy Mera	JBC Bank		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ List of influencers	Ms. Judy Mera	Judy Mera	List of influencers on t...	Sarah Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Call Information		AtoZ Co Ltd		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Call Information		SBC Financials Inc.		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Attended CRM Excel...		Q.R.&E. Corp		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ More Account Informa...		X-Sell Holdings		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Call Information		Calib Systems Inc.		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ More Account Informa...		Tri-State Medical Corp		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ Call Information		Union Bank		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	☆ More Account Informa...		Draft Diversified Ener...		Jen Smith	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Εικόνα 52 : Menu Notes

Σε αυτό το μενού παρέχεται η δυνατότητα στους χρήστες να συνδυάσουν δεδομένα της εν λόγω εφαρμογής με την χρήση ενός μηνύματος ηλ. Ταχυδρομείου ως προς τους πελάτες της επιχείρησης. Με αυτό τον τρόπο απλοποιείται η διαδικασία της αποστολής επιστολών ή η αποστολή πληροφοριών σχετικές με το μάρκετινγκ.

System Settings

[Save](#) [Restore](#) [Cancel](#)

User Interface	
Listview items per page: <small>(i)</small>	<input type="text" value="20"/>
Display server response times:	<input checked="" type="checkbox"/>
System Name:	<input type="text" value="SugarCRM"/>
Current Logo: <small>(i)</small>	
Select Logo: <small>(i)</small>	<input type="text" value="Επιλογή αρχείου"/> Δεν επιλέχθηκε κανένα αρχείο.
Display actions within menus: <small>(i)</small>	<input checked="" type="checkbox"/>
Subpanel items per page: <small>(i)</small>	<input type="text" value="5"/>
Display module icon as favicon: <small>(i)</small>	<input type="checkbox"/>
Show Full Names: <small>(i)</small>	<input checked="" type="checkbox"/>
Display Downloads Tab: <small>(i)</small>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prevent user customizable subpanel layout: <small>(i)</small>	<input type="checkbox"/>
Proxy Settings	
Use proxy server? <small>(i)</small>	<input type="checkbox"/>
SkypeOut®	
Enable SkypeOut® integration <small>(i)</small>	<input checked="" type="checkbox"/>
Tweet® to case	
Enable Tweet® to case integration <small>(i)</small>	<input type="checkbox"/>

Εικόνα 53 : Mail Merge

Υπάρχει η δυνατότητα εισαγωγής καθώς και εξαγωγής πληροφοριών από μια βάση δεδομένων που συγκεντρώνει πληροφορίες που σχετίζονται με τις πωλήσεις και τις υπηρεσίες που προσφέρει η κάθε επιχείρηση.[37] [38].

Accounts [Create](#) >

Filter [Create](#) Search by name...

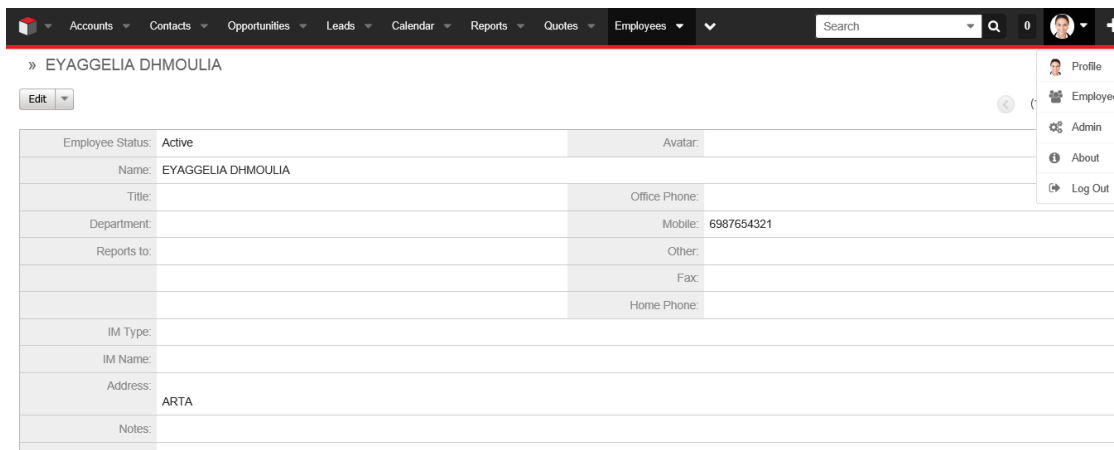
<input type="checkbox"/>	Name	City	Billing Country	Phone	User	Email Address	Date Created	...
<input type="checkbox"/>	Email	Los Angeles	USA	(392) 575-2336	Sally Bronsen	the.info@exam...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Mass Update	Ohio	USA	(254) 701-9769	Chris Olliver	cloudview100...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Add To Target List	Santa Fe	USA	(949) 400-8060	Jim Brennan	vegan.the.sug...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Merge	Sunnyvale	USA	(199) 869-5335	Sally Bronsen	sugar.hr.kid@...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Delete	Santa Monica	USA	(334) 883-5642	Max Jensen	the26@examp...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Export	Alabama	USA	(808) 034-9708	Max Jensen	kid.sugar@exa...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆	Calib Systems ...	Cupertino	USA	(296) 710-6259	Sarah Smith	vegan.the@ex...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆	SBC Funds Ltd.	Los Angeles	USA	(666) 113-9461	Sarah Smith	support.vegan...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆	Rubble Group ...	San Francisco	USA	(702) 021-1788	Sally Bronsen	support.qa@e...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆	Calm Sailing Inc	Cupertino	USA	(404) 076-1757	Jim Brennan	phone.section...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ☆	HFCD Funds Ltd.	Ohio	USA	(340) 224-2922	Sally Bronsen	dev.sugar.pho...	09/21/2013	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Εικόνα 54 : Import - Export

5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Δημιουργία εμπορικού καταστήματος με τη χρήση του προγράμματος Sugar CRM

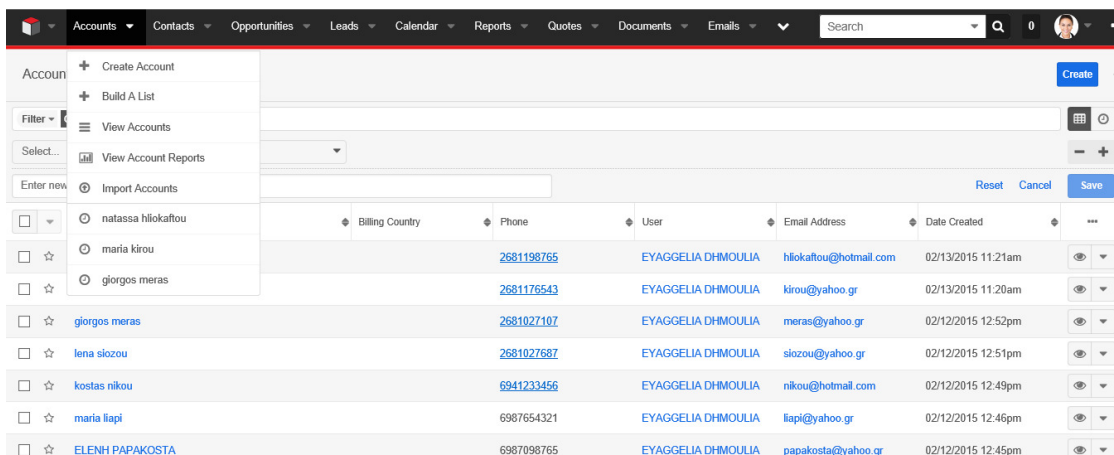
Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας μας καλούμαστε να εξηγήσουμε κάποια πράγματα πάνω στο πρόγραμμα. Δημιουργήσαμε ένα κατάστημα παπουτσιών που βρίσκεται στο κέντρο της Άρτας. Το κατάστημα απασχολεί τρεις υπαλλήλους με υπεύθυνο πωλήσεων το χρήστη Ευαγγελία Δημουλιά. Γι' αυτό το λόγο δημιουργήσαμε ένα προφίλ μέσα στο πρόγραμμα μας με το ίδιο όνομα όπως φαίνεται παρακάτω.



Employee Status:	Active	Avatar:	
Name:	EYAGGELIA DHMOULIA		
Title:		Office Phone:	
Department:		Mobile:	6987654321
Reports to:		Other:	
		Fax:	
		Home Phone:	
IM Type:			
IM Name:			
Address:	ARTA		
Notes:			

Εικόνα 55 : Δημιουργία προφίλ

Σε επόμενο βήμα δημιουργήσαμε λογαριασμούς τακτικών πελατών που αγοράζουν από το κατάστημα μας. Ακολουθήσαμε τα βήματα Create Account - Create- πληκτρολογήσαμε τα προσωπικά στοιχεία και πατήσαμε save. Παρακάτω φαίνονται μερικοί λογαριασμοί πελατών.



	Billing Country	Phone	User	Email Address	Date Created	
<input type="checkbox"/>			EYAGGELIA DHMOULIA	hlokaftou@hotmail.com	02/13/2015 11:21am	
<input type="checkbox"/>		2681176543	EYAGGELIA DHMOULIA	kirou@yahoo.gr	02/13/2015 11:20am	
<input type="checkbox"/>		2681027107	EYAGGELIA DHMOULIA	meras@yahoo.gr	02/12/2015 12:52pm	
<input type="checkbox"/>		2681027687	EYAGGELIA DHMOULIA	siozou@yahoo.gr	02/12/2015 12:51pm	
<input type="checkbox"/>		6941233456	EYAGGELIA DHMOULIA	nikou@hotmail.com	02/12/2015 12:49pm	
<input type="checkbox"/>		6987654321	EYAGGELIA DHMOULIA	liapi@yahoo.gr	02/12/2015 12:46pm	
<input type="checkbox"/>		6987098765	EYAGGELIA DHMOULIA	papakosta@yahoo.gr	02/12/2015 12:45pm	

Εικόνα 56 : Δημιουργία λογαριασμών πελατών

<input type="checkbox"/>	☆	giannis nikou	2681022223	EVAGGELIA DHMOULIA	nikou21@yahoo.gr	03/24/2015 7:52am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	george dimos	2654387654	EVAGGELIA DHMOULIA	dimos@yahoo.gr	03/24/2015 7:23am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	nikos nikolaou	2651987234	EVAGGELIA DHMOULIA	nikolaou@yahoo.gr	03/24/2015 7:40am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eleni sizou	2651067543	EVAGGELIA DHMOULIA	sizou@yahoo.gr	03/24/2015 6:54am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	xenia pappa	2681077777	EVAGGELIA DHMOULIA	xenia@yahoo.gr	03/24/2015 7:26am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	sakis sakas	6988776543	EVAGGELIA DHMOULIA	sakas@gmail.com	03/24/2015 7:44am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	sakis arsemiou	69773456	EVAGGELIA DHMOULIA	srsemiou@gmail.com	03/24/2015 6:57am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	zoi manou	2657890876	EVAGGELIA DHMOULIA	manou@gmail.com	03/24/2015 7:29am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	kostas papas	2681098765	EVAGGELIA DHMOULIA		03/24/2015 6:42am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	giorgos dimopoulos	6955667432	EVAGGELIA DHMOULIA	dimopoulos@yahoo.gr	03/24/2015 7:47am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	george mhisiou	2681098763	EVAGGELIA DHMOULIA	mhisiou@yahoo.gr	03/24/2015 7:02am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eth antoniou	2681099999	EVAGGELIA DHMOULIA	antoniou@yahoo.gr	03/24/2015 7:32am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eua antoniou	2681098765	EVAGGELIA DHMOULIA		03/24/2015 6:49am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eth girou	2671098765	EVAGGELIA DHMOULIA	girou@yahoo.gr	03/24/2015 7:50am		▼

Εικόνα 57 : Δημιουργία λογαριασμών πελατών

<input type="checkbox"/>	☆	sakis sakas	6988776543	EVAGGELIA DHMOULIA	sakas@gmail.com	03/24/2015 7:44am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	sakis arsemiou	69773456	EVAGGELIA DHMOULIA	srsemiou@gmail.com	03/24/2015 6:57am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	zoi manou	2657890876	EVAGGELIA DHMOULIA	manou@gmail.com	03/24/2015 7:29am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	kostas papas	2681098765	EVAGGELIA DHMOULIA		03/24/2015 6:42am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	giorgos dimopoulos	6955667432	EVAGGELIA DHMOULIA	dimopoulos@yahoo.gr	03/24/2015 7:47am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	george mhisiou	2681098763	EVAGGELIA DHMOULIA	mhisiou@yahoo.gr	03/24/2015 7:02am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eth antoniou	2681099999	EVAGGELIA DHMOULIA	antoniou@yahoo.gr	03/24/2015 7:32am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eua antoniou	2681098765	EVAGGELIA DHMOULIA		03/24/2015 6:49am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	eth girou	2671098765	EVAGGELIA DHMOULIA	girou@yahoo.gr	03/24/2015 7:50am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	glukeria kirou		EVAGGELIA DHMOULIA	glukeria20@gmail.com	03/24/2015 7:22am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	glukeria papa	2651088776	EVAGGELIA DHMOULIA	papa4@yahoo.gr	03/24/2015 7:37am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	natassa kitsiou	2681087654	EVAGGELIA DHMOULIA	nat@yahoo.gr	03/24/2015 6:53am		▼
<input type="checkbox"/>	☆	sakis slamatou	2681099999	EVAGGELIA DHMOULIA	sakis@yahoo.gr	03/24/2015 7:53am		▼

[More accounts...](#)

SUGAR CRM
 Mobile
 Shortcuts
 Tour
 Feedback
 Help
 Support

Εικόνα 58 : Δημιουργία λογαριασμών πελατών

Στη συνέχεια δημιουργήσαμε επαφές ακολουθώντας τα βήματα contacts – create contacts και μας εμφάνισε την παρακάτω καρτέλα όπου συμπληρώσαμε τα πεδία και πατήσαμε save.

Salutation: Select...
 First Name:
 Last Name: Required
 Title:
 Mobile:
 Department:
 Do Not Call:
 Account Name: Select account...
 Email: Add email +
[Show more...](#)

Εικόνα 59 : Δημιουργία επαφών

Μια επιχείρηση για να είναι επιτυχημένη οφείλει να οργανώνει συναντήσεις μεταξύ των εργαζομένων της με σκοπό να συζητά τα πιθανά προβλήματα και να ψάχνει λύσεις για να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της. Οι συναντήσεις αυτές είναι γνωστές ως meetings.

Η εικονική μας επιχείρηση έχει οργανώσει δυο συναντήσεις η μια είχε ως θέμα τον προγραμματισμό των κερδών της επιχείρησης και είχε ημερομηνία 2/10/15 και διάρκεια 15 λεπτά. Ο τόπος διεξαγωγής ήταν στο κατάστημα.

Create

Save Cancel Save & Send Invites Close and Create New

Overview

Subject: * PROGRAMMATISMOS KERDON
 Meeting Type: Sugar
 Start Date: * 02/10/2015 12:30 pm
 End Date: * 02/10/2015 12:45 pm
 Duration: 15 minutes
 Reminders: Popup Email all invitees
 Description: PROGRAMMATISMOS MEGISTOPOIHSHS KERDON

Status: Planned
 Related to: Account
 Location: KATASTHIMA

Εικόνα 60 : Δημιουργία συνάντησης

Η επόμενη συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στο κατάστημα είχε διάρκεια 15 λεπτά και είχε ως θέμα συζήτησης τον οικονομικό έλεγχο.

Create

[Save](#) [Cancel](#) [Save & Send Invites](#) [Close and Create New](#)

Overview

Subject: * Status:

Meeting Type:

Start Date: * :

End Date: * :

Duration:

Reminders: Popup Email all invitees

Description:

Related to:

Location:

Εικόνα 61 : Δημιουργία συνάντησης

Οι συναντήσεις των υπαλλήλων της επιχείρησης καθώς και τα θέματα που συζητήθηκαν καταγράφονται στο Sugar CRM και ανά πάσα στιγμή μπορούμε να ανατρέξουμε στο πρόγραμμα και να αναζητήσουμε όποια δεδομένα μας ενδιαφέρουν, όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Search Meetings

Subject My Items My Favorites Open Items Search Clear [Advanced Search](#)

Delete (1 - 20 of 21+)

Close	Subject	Contact	Related to	Start Date	Assigned User	Date Created
<input type="checkbox"/>	PROGRAMMATISMOS KERDON			02/10/2015 12:30pm	jim	02/14/2015 12:30pm
<input type="checkbox"/>	ELEGXOS OIKONOMIKON			02/14/2015 12:30pm	jim	02/14/2015 12:28pm
<input type="checkbox"/>	Test1 Meeting	Mr. Test1 Last1		08/08/2014 12:15pm	jim	08/08/2014 12:15pm

Εικόνα 62 : Έλεγχος συναντήσεων

Η επιχείρηση κρατά καθημερινά ηλεκτρονικό ημερολόγιο που την ενημερώνει για οτιδήποτε έχει προγραμματιστεί όπως μπορούμε να δούμε στην επόμενη εικόνα:

Calendar

Day Week Month Year Shared

[Previous Day](#) Saturday February 14 2015 [Next Day](#)

09:00am	
10:00am	
11:00am	
12:00pm	
01:00pm	ELEGXOS OIKONOMIKON

Εικόνα 63 : Έλεγχος ημερολογίου

Η επιχείρηση μας έχει συγκεντρωμένα στις επαφές της τα email των πελατών. Σε περιόδους εκπτώσεων και προσφορών ενημερώνει με email τους πελάτες της. Αρκεί να συμπληρωθούν τα παρακάτω πεδία :

Create

Save Cancel * Indicates required field

Name: * Type:

Teams: * Primary

Assigned to:

Description:

Insert Variable: Account: Name: \$account_name

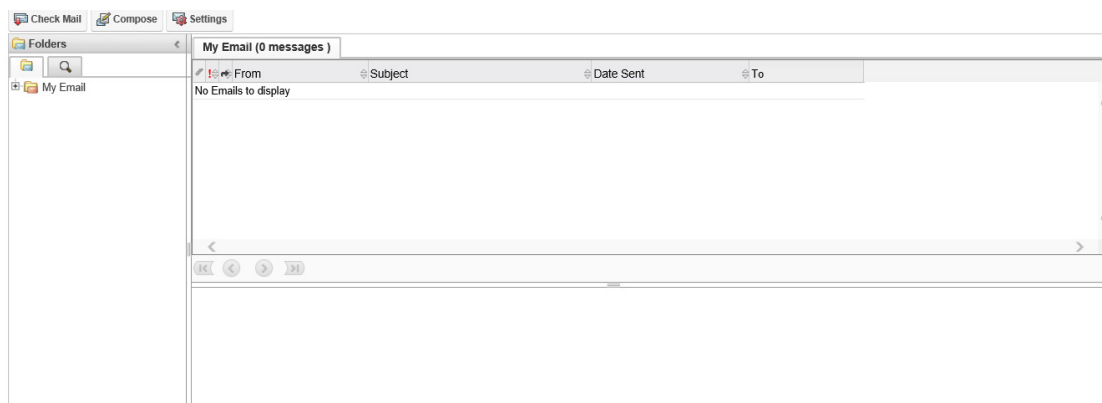
Subject:

Send Text Only

Body:

Εικόνα 64 : Δημιουργία email

Επιπλέον το πρόγραμμα παρέχει τη δυνατότητα ελέγχου των emails όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:



Εικόνα 65 : Έλεγχος email

Η επιχείρησή μας, όπως και κάθε άλλη επιχείρηση παρέχει ευκαιρίες στους εργαζομένους της. Οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν τον μισθό τους, να πάρουν προαγωγή κ.α. Στην ακόλουθή εικόνα φαίνεται μια ευκαιρία με τίτλο μεγιστοποίηση μισθού. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να σημειωθεί και το όνομα του εργαζομένου που αφορά η κάθε ευκαιρία και στο τέλος να πατήσουμε το save.

Op Opportunity Name

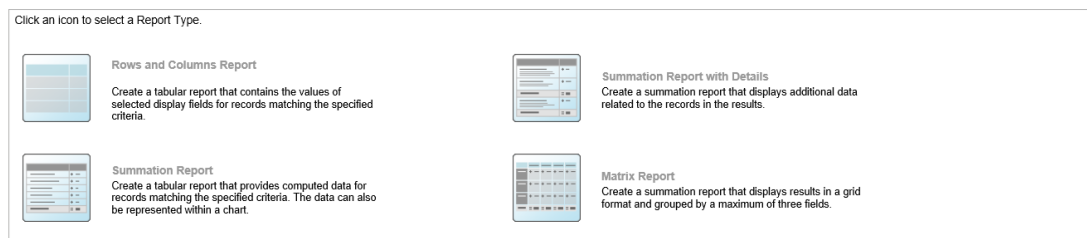
Account Name	Expected Close Date
Required <input type="text"/>	
Status	Likely
New	No data
Best	Worst
No data	No data

Εικόνα 66 : Δημιουργία ευκαιρίας

Θα κλείσουμε την εργασία μας με τη δημιουργία αναφορών. Αρκεί να ακολουθήσουμε τα βήματα Reports- Create reports- και έπειτα θα εμφανιστεί η παρακάτω εικόνα:

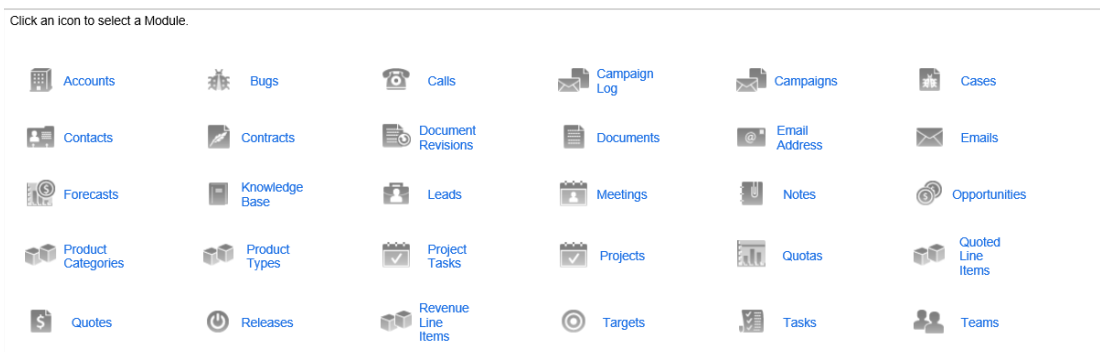
Θα επιλέξουμε το είδος της αναφοράς που επιθυμούμε λόγω χάρη Rows and Columns Report

Report Wizard



Εικόνα 67 : Είδος αναφοράς

Και στη συνέχεια θα μας εμφανιστεί η παρακάτω εικόνα όπου θα πρέπει να επιλέξουμε με τι θα σχετίζεται η αναφορά μας. Για παράδειγμα θα μπορούσε να αναφέρεται στις ευκαιρίες ανέλιξης των εργαζομένων, στους λογαριασμούς των τακτικών πελατών κ.α.



Εικόνα 68 : Είδος αναφοράς

6. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Ιστορική αναδρομή της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence)



Εικόνα 69: Επιχειρηματική ευφυΐα

Ο πατέρας της επιχειρηματικής ευφυΐας είναι ο Richard Millar Devens, ο οποίος το 1865 έγραψε την Εγκυκλοπαίδεια της εμπορικής και επιχειρηματικής. Πιο συγκεκριμένα το έργο του αυτό δημιουργήθηκε στην προσπάθεια του να ερμηνεύσει την ενέργεια ενός τραπεζίτη, του Sir Henry Furnese. Η επόμενη χρονολογικά προσπάθεια έγινε το 1985 όπου ο ερευνητής Hans Peter Luhn χρησιμοποίησε τον συγκεκριμένο όρο σε ένα άρθρο του. Η Επιχειρηματική ευφυΐα όπως είναι κατανοητό σήμερα λέγεται ότι έχει εξελιχθεί από τα συστήματα υποστήριξης αποφάσεων (DSS) που ξεκίνησαν στη δεκαετία του 1960 και αναπτύχθηκαν από τα μέσα της δεκαετίας του 1980. Μπορούμε να προσθέσουμε ότι το DSS προέρχεται από τον υπολογιστή με τη βοήθεια μοντέλων που δημιουργήθηκε για να βοηθήσει τόσο στη λήψη των αποφάσεων όσο και στο σχεδιασμό. Στη συνέχεια το 1988, μια κοινοπραξία πολλών χωρών διοργάνωσε μια διεθνή συνάντηση με σκοπό την Ανάλυση Δεδομένων η οποία διεξήχθη στη Ρώμη. Η παραπάνω ενέργεια είχε ως βασικό της μέλημα την ελαχιστοποίηση των πολλαπλών διαστάσεων με την ανίχνευση των προτύπων στα δεδομένα. Έπειτα το 1989 ο Howard Dresner έβαλε και αυτός το δικό του λιθαράκι στον όρο της επιχειρηματικής ευφυΐας. Πιο συγκεκριμένα έκανε μια πρόταση σύμφωνα με την οποία η ορολογία αυτή να χρησιμοποιείται για να περιγράψει τόσο τις έννοιες όσο και τις μεθόδους για τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων των επιχειρήσεων με τη χρήση συστημάτων υποστήριξης. [36].

6.2 Ορισμός επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence)

Ο όρος επιχειρηματική ευφυΐα γνωστός και ως Business Intelligence (BI) αναφέρεται σε ένα σύνολο τεχνικών καθώς και εργαλείων που στόχος τους είναι να εξυπηρετήσουν κατά κύριο λόγο τους επιχειρηματικούς σκοπούς. Για το λόγο αυτό ως βασικό μέλημα του BI είναι η μετατροπή των αρχικών δεδομένων σε πληροφορίες που θα φανούν χρήσιμες στην επιχείρηση. Βασική του ασχολία είναι ο χειρισμός μιας πληθώρας δεδομένων ακατέργαστων τα οποία θα βοηθήσουν στην δημιουργία καθώς και ανάπτυξη στρατηγικών ευκαιριών. Ουσιαστικά πασχίζει να ερμηνεύσει τα δεδομένα ώστε να τα χρησιμοποιήσει στο βέλτιστο βαθμό. Ασφαλώς θα πρέπει να επισημάνουμε σε αυτό το σημείο ότι σημαντικό ρόλο τόσο στον εντοπισμό όσο και στην αποτελεσματικότητα κατέχει η γνώση. Η γνώση είναι αυτή που θα επιφέρει σταθερότητα στις αγορές.

Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε ότι οι τεχνολογίες επιχειρηματικής ευφυΐας παρέχουν απόψεις για προβλέψεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Οι κοινές λειτουργίες των τεχνολογιών επιχειρηματικής ευφυΐας είναι:

- Η ηλεκτρονική αναλυτική επεξεργασία
- Τα analytics
- Η εξόρυξη δεδομένων
- Η διαχείριση των επιδόσεων των επιχειρήσεων
- Η συγκριτική αξιολόγηση των προγνωστικών analytics

Η Επιχειρηματική ευφυΐα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να υποστηρίξει ένα ευρύ φάσμα των επιχειρηματικών αποφάσεων που κυμαίνονται ανάμεσα σε λειτουργικό και σε στρατηγικό. Μπορούμε να αναφέρουμε ότι όσον αφορά τις βασικές λειτουργικές αποφάσεις περιλαμβάνουν την τοποθέτηση των προϊόντων ή την τιμολόγηση ενώ στις στρατηγική επιχειρηματικές αποφάσεις ανήκουν οι προτεραιότητες, οι στόχοι και άλλα. Αξίζει να αναφέρουμε ότι η αποτελεσματικότητα της βελτιστοποιείται όταν συνδυάζουμε εξωτερικά με εσωτερικά δεδομένα. Ουσιαστικά δεδομένα που υπάρχουν στην επιχείρηση και δεδομένα της αγοράς. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα η οποία, στην πραγματικότητα, δημιουργεί μια «νοημοσύνη» που δεν μπορεί να προέρχεται από οποιοδήποτε μοναδικό σύνολο δεδομένων. [36].

6.3 Τα απαραίτητα στοιχεία της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence)

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθούμε στα στοιχεία από τα οποία αποτελείται η Επιχειρηματική ευφυΐα. Πιο συγκεκριμένα σε ένα σύνολο εξαρτημάτων τα οποία αυξάνονται με ταχύτατο ρυθμό. Μερικά εκ των οποίων φαίνονται παρακάτω:

- Η ομαδοποίηση
- Ο επιμερισμός
- Η τυποποίηση
- Η υποβολής εκθέσεων
- Η διασύνδεση μεθόδων με αδόμητα δεδομένα και πηγές
- Η ενοποίηση
- Η κατάρτιση του προϋπολογισμού
- Η στατιστική συμπερασματολογία
- Η πιθανολογική προσομοίωση
- Οι βασικοί δείκτες απόδοσης
- Η βελτιστοποίηση
- Ο έλεγχος έκδοσης και διαχείρισης της διαδικασίας [36].

6.4 Η συγκριτική αξιολόγηση της επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence), με τη ανταγωνιστική νοημοσύνη



Εικόνα 70: Επιχειρηματική ευφυΐα

Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα συγκρίνουμε την επιχειρηματική ευφυΐα με την ανταγωνιστική νοημοσύνη. Η σύγκριση των δύο παραπάνω δεδομένων αποτελεί αρκετά δύσκολο έργο διότι πολλές φορές όρος επιχειρηματική ευφυΐα αποτελεί ένα συνώνυμο για την ανταγωνιστική νοημοσύνη μιας και οι δύο σχετίζονται άμεσα με την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων. Από την μια πλευρά η επιχειρηματική ευφυΐα με σκοπό να αναλύσει τα εσωτερικά δεδομένα καταφεύγει στη χρήση τεχνολογιών, διαδικασιών και εφαρμογών ενώ από την άλλη η ανταγωνιστική νοημοσύνη συγκεντρώνει, αναλύει και διαδίδει πληροφορίες εστιάζοντας στους ανταγωνιστές της εταιρείας. Ολοκληρώνοντας την

αναφορά μας στο εν λόγω κεφάλαιο θα προσθέσουμε ότι η επιχειρηματική ευφυΐα μπορεί να περιλαμβάνει την ανταγωνιστική κατασκοπεία.

6.5 Σύγκριση επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence), με τη επιχειρηματική ανάλυση (Business Analytics)

Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα συγκινούμε δυο πανομοιότυπους ορισμούς. Την Επιχειρηματική ευφυΐα και την επιχειρηματική ανάλυση. Πολλές φορές οι παραπάνω ορολογίες χρησιμοποιούνται εναλλακτικά. Αλλά θα πρέπει να ξεκαθαρίσουμε το που χρησιμοποιείται και σε τι αναφέρεται ο κάθε όρος. Αναλυτικότερα ο όρος επιχειρηματική ευφυΐα αναφέρεται στη συλλογή δεδομένων των επιχειρήσεων όπου μπορούμε να συλλέξουμε πληροφορίες κυρίως μέσω ερωτήσεων, υποβολή εκθέσεων, καθώς και μέσω online διαδικασιών ενώ ο όρος Business Analytics, συνηθίζεται να χρησιμοποιείται για χρήση στατιστικών και ποσοτικών εργαλείων που έχουν ρόλο επεξηγηματικό.

6.6 Σύγκριση επιχειρηματικής ευφυΐας (Business Intelligence) με τα συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM)

Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα συγκρίνουμε τα συστήματα επιχειρηματικής ευφυΐας με τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων. Τα τελευταία χρόνια πολλές φορές συγχέονται οι δύο όροι για το λόγο ότι πολλές επιχειρήσεις αντί να αναπτύσσουν εφαρμογές CRM χρησιμοποιούν συστήματα που βασίζονται σε συλλογή και ανάλυση πελατειακών στοιχείων. Παρατηρείται ότι σε πολλά συνέδρια έχει επικρατήσει να αναφέρουν ως συστατικά ενός CRM την λήψη αποφάσεων και την δημιουργία βάσεων δεδομένων . Σε αυτό το σημείο θα επισημάνουμε ότι παρόλο που οι ομοιότητες ανάμεσα στα δυο ορολογίες είναι πολλές υπάρχουν και σημαντικές διαφορές. Η σπουδαιότερη διαφορά ανάμεσα τους είναι ότι το CRM ολοκληρώνει την πληροφορία με τις επιχειρησιακές δραστηριότητες. Είναι γνωστό ότι τα CRM κατά κύριο λόγο χρησιμοποιούν τα δεδομένα και διαμορφώνουν τις επιχειρησιακές δραστηριότητες με απώτερο σκοπό ο χαρακτήρας τους να έχει πελατοκεντρική διάσταση.[36].

7. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 Συμπεράσματα

Στο πρώτο κεφάλαιο κάναμε μια ιστορική αναφορά στα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM), την δομή τους καθώς και τις διαδικασίες τους. Κατανοήσαμε τι είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων. Γνωρίσαμε τα πλεονεκτήματα τους μερικά εκ των οποίων είναι ο συγχρονισμός στοιχείων CRM και πελάτη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η δυνατότητα διαχείρισης δυνητικών εταιριών/στελεχών και η δυνατότητα συσχετισμού πολλαπλών επαφών με επιχειρήσεις. Στη συνέχεια κατανοήσαμε πόσο χρήσιμα είναι τα εν λόγω συστήματα στην ελληνική αγορά. Τα κατηγοριοποιήσαμε και τα συγκρίναμε με τα ERP συστήματα.

Στο επόμενο εστίασαμε την προσοχή μας στα συστήματα ανοικτού κώδικα (βλ. Sugar CRM, Vtiger, MS Dynamics, Zurmo, Zoho, Cream). Κατανοήσαμε τα βασικότερα συστήματα, τη χρήση, τις εφαρμογές τους και των τρόπο λειτουργίας τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο μελετήσαμε εις βάθος τα συστήματα ανοικτού κώδικα. Αρχικά συγκρίναμε τα SugarCRM-Vtiger και μελετήσαμε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τους. Στη συνέχεια συμπεράναμε τελικά πιο εκ των δύο είναι καλύτερο. Σε επόμενο υποκεφάλαιο συγκρίναμε τα MS Dynamics – Sugar CRM και στη συνέχεια τα Zoho CRM και Microsoft CRM. Ολοκληρώνουμε αυτό το κεφάλαιο με την αναφορά στο αναλυτή Lauren Carlson ο οποίος έγραψε ένα άρθρο στο οποίο συγκρίνει και αξιολογεί μερικά συστήματα.

Έπειτα προσπαθήσαμε να εξηγήσουμε σε κάποιον που βλέπει για πρώτη φορά το Sugar CRM πόσο εύκολη είναι η εγκατάσταση του. Στη συνέχεια περιγράψαμε τα σημαντικότερα μενού του παραπάνω λογισμικού και τις δυνατότητες τους. Για παράδειγμα τα μενού λογαριασμών, ευκαιριών, επαφών και άλλα.

Συνεχίσαμε την εργασία μας με την παρουσίαση μιας εικονικής επιχείρησης που εδρεύει στην πόλη της Άρτας για να κατανοήσουμε το Sugar CRM.

Ολοκληρώσαμε την εργασία μας με την αναφορά μας στο Business intelligent δηλαδή την επιχειρηματική ευφυΐα.

Βιβλιογραφία

- [1] epixeirein.gr/2008/04/04/crm-epixeirisi/
- [2] lbtour.files.wordpress.com/2012/01/crm-erp.pdf
- [3] [el.wikiversity.org/.../Customer Relationship Management Systems \(CRM\)](http://el.wikiversity.org/.../Customer_Relationship_Management_Systems_(CRM))
- [4] users.teiath.gr/giovanis/files_crm/simeioseis_crm.doc
- [5] http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1_%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7%CF%82_%CE%A0%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8E%CE%BD_%CE%A3%CF%87%CE%AD%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD
- [6] <http://www.comparebusinessproducts.com/briefs/top-10-open-source-crm-solutions>
- [7] <http://www.ips.gr/crm.el.aspx>
- [8] <http://www.sugarcrm.com/products/sales>
- [9] <http://www.qualisys.gr/SUGARCRM-diaxeirisi-pelaton-pelatologiou-kai-pelateiakon-sxeseon.html?gclid=CLK4icOgmr0CFS7MtAodITAA3w>
- [10] <http://www.sugarcrm.com/solutions/education>
- [11] <http://en.wikipedia.org/wiki/SplendidCRM>
- [12] <http://en.wikipedia.org/wiki/Concursive>
- [13] <http://www.zurmo.org/>
- [14] <http://www.opencrx.org/>
- [15] <http://open-source-crm.blogspot.gr/2008/01/hipergate-crm.html>
- [16] <http://en.wikipedia.org/wiki/Compiere>
- [17] <http://open-source-crm.blogspot.gr/2008/01/vtiger-crm.html>
- [18] <http://sourceforge.net/projects/centrerview/>

- [19] http://www.xrm.com/xrm/xrm_defined.aspx
- [20] http://en.wikipedia.org/wiki/Siebel_Systems
- [21] <http://sourceforge.net/projects/cream-crm/>
- [22] <http://sourceforge.net/projects/cream-crm/>.
- [23] <http://el.wingwit.com/Software/database-software/115807.html#.U4MxDk1Zq1s>
- [24] <http://it.toolbox.com/blogs/insidecrm/the-top-10-opensource-crm-solutions-53507>
- [25] <http://www.global-tech.gr/dynamics-crm>
- [26] <http://www.microsoft.com/business/smb/el-gr/dynamics/default.mspix>
- [27] <http://blog.ethosinteract.com/2009/09/22/sugarcrm-vs-vtiger/>
- [28] http://www.siteground.com/sugarcrm_vtiger.htm
- [29] http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_CRM_systems
- [30] <http://www.slideshare.net/Loadedtech/sugar-crm-vs-microsoft>
- [31] <http://www.accentgold.com/blog/zoho-crm-vs-microsoft-crm-comparison-and-review/>
- [32] <http://www.accentgold.com/blog/sugarcrm-vs-zoho-crm-review-and-comparison/>
- [33] <http://www.accentgold.com/blog/salesforce-vs-microsoft-vs-saleslogix-vs-sugarcrm-vs-netsuite-vs-oracle/>
- [34] www.fayebsg.com/.../Sugar65_vs_zoho.pdf
- [35] <https://www.siteground.com/tutorials/sugarcrm/sugarcrm-installation.htm>
- [36] http://en.wikipedia.org/wiki/Business_intelligence
- [37] http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1_%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7%CF%82_%CE%A0%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8E%CE%BD_%CE%A3%CF%87%CE%AD%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD
- [38] <https://www.siteground.com/tutorials/sugarcrm/sugarcrm-contacts-account-docs.htm>

[39]https://support.sugarcrm.com/02_Documentation/01_Sugar_Editions/02_Sugar_Enterprise/Sugar_Enterprise_6.5/Application_Guide/