

# *ваши проблемы - наши проблемы*

*использование новейших информационных технологий на предприятиях  
малого и среднего бизнеса*

*Окончание.*

*Начало в № 8/2002*

*Раз уж мы в прошлый раз заговорили об аналитических особенностях программы Client Manager, то необходимо отметить еще об одном автоматизируемом бизнес-процессе – **анализе и прогнозе хода продаж**. На основе реального документооборота формируются отчеты по различным показателям: по предложениям, по запросам, по продажам и т.д. Каждый из отчетов может быть сформирован в различных направлениях: по сотрудникам, по сегментам рынка, по типам товаров, по периодам времени. Отчеты представляются в табличном и графическом виде, в форматах MS Word и MS Excel. Это помогает выделять наиболее привлекательные группы клиентов, прогнозировать и оптимизировать ассортимент товаров и ценовую политику, устанавливать нормы контактов с клиентами и контролировать их результаты.*

**В** условиях глобализации даже малые фирмы быстро выходят на всероссийский и международный уровни. Вот и наша компания ООО «Малый бизнес» разбогатев на розничной торговле, решила для собственных нужд привозить товар из заграницы, это позволит ей существенно увеличить валовую прибыль. Для проведения внешнеторговых операций необходимо нанимать высококвалифицированного юриста. Цель – составле-

**Богомолов В.**  
*генеральный директор ООО «Дельфин ВМФ»*

ние грамотного внешне-  
торгового контракта. **процесс подготовки контракта**  
Имея в своем распоря- **занимает всего несколько**  
жении Client Manager, **минут**  
вам нет надобности со-  
держать штат юристов,

так как эта уникальная функция – *составление*  
*внешнеторговых контрактов* также автома-  
тизирована.

Программа мультивалютна, мультязыкова и  
позволяет подготавливать и составлять юриди-  
чески грамотные внешнеторговые контракты  
на трех языках (русский, немецкий, англий-  
ский), используя различные условия поставок  
(от EXW до DDP), оплаты (аккредитив, частич-  
ная, полная оплата), сроков и места доставки.  
Процесс подготовки контракта занимает всего  
несколько минут.

Рассмотрим еще один внешнеторговый бизнес  
процесс – *расчет себестоимости поставки*  
*товара*.

ООО «Малый бизнес» организует поставку то-  
вара из-за границы. Сначала происходит рас-  
сылка запросов своим контрагентам за грани-  
цей, они в свою очередь присылают предло-  
жения. Эти предложения регистрируются в  
Client Manager, на основе которых создается  
*конкурентный лист*. Компания выбирает оп-  
тимальное предложение из поступивших и  
высылает заказ. В ответ на заказ контрагент  
выставляет Invoice на товар. Информация по  
этому Invoice регистрируется в программе  
Client Manager. В зависимости от условий по-  
ставки возникают дополнительные расходы  
по погрузке товара и доставке до границы. На  
границе необходимо представить тот же са-  
мый Invoice на русском языке, в котором  
включены дополнительные расходы. Это свя-  
зано с тем, что программа Client Manager сама  
фиксирует и распределяет эти дополнитель-  
ные расходы на каждую позицию товара на  
входе в Таможню (если это транспортные  
расходы, то они распределяются по алгори-  
ту Таможни пропорционально весу брутто).  
На выходе из Таможни появляется документ, в  
котором таможенные пошлины, НДС упла-

ченный на таможне, и таможенные формальности *равномерно распределяются на каждую позицию товара*. Далее товар движется на склад ООО «Малый бизнес» или сразу направляется клиентам компании, и здесь также возникают дополнительные расходы (погрузка, страховка, комиссионные и т.д.). У двери клиента или на складе компании можно посмотреть *реальную себестоимость единицы товара*, сколько это стоит.

Всю выше описанную процедуру ООО «Малый бизнес» может произвести до заключения сделки, спрогнозировав себестоимость товара в зависимости от выбранных условий поставки, а также посмотрев предполагаемый доход. Эта операция по прогнозированию сделки и расчету прибыли займет у Вас несколько минут.

В этой статье я описал только несколько бизнес-процессов, которые можно автоматизировать с помощью программы Client Manager: автоматизация коммерческого документооборота, анализ и прогноз хода продаж, составление внешнеторговых контрактов и расчет себестоимости поставки товара. Автоматизация этих бизнес-процессов реально экономит время сотрудников и формирует деловой настрой в организации.

В следующий раз я планирую описать не упомянутые в этой статье виды автоматизации бизнес-процессов: управление ассортиментом товара, учет взаиморасчетов, дифференцированный маркетинг, ведение досье по клиентам, совершение коммерческих сделок, а также о планах на будущее по доработке программы (e-mail рассылка, удаленный доступ, интеграция с автоматическим Web магазином).

В заключение я хочу подчеркнуть, что каждая компания имеет потенциал роста. И когда-нибудь ООО «Малый Бизнес» обязательно станет ЗАО

***CRM – это не просто  
программные решения,  
это изменение мышления  
и поведения организации  
с ориентацией на клиента***

«Средний Бизнес» и в этом ему может существенно помочь Client Manager. Возможно, некоторые функции сейчас и не востребованы, но со временем, с увеличением количества клиентов, используемых документов и большего ассортимента товаров – это может стать конкурентным преимуществом в борьбе за рынок.

С точки зрения бизнеса *управление взаимоотношениями с клиентами* – новая стратегия, появившаяся совершенно недавно, которая позволяет предприятиям идентифицировать, привлекать и сохранять клиентов, помогает им оптимизировать прибыльность и повысить удовлетворенность своих клиентов. CRM – это не просто программные решения, это изменение мышления и поведения организации с ориентацией на клиента. На конкурентном рынке ориентация на клиента становится символом успеха.

CRM система Client Manager позволяет отдельно взятому предприятию снизить транзакционные издержки связанные с заключением сделок, адаптацией отношений между партнерами к происходящим изменениям, обработкой информации, анализом бизнес деятельности.

С точки зрения общества. Новые информационные технологии меняют представление о рынке, модернизируя его базовые процессы – маркетинг, процедуры согласования, цены и прочие.

Программа высоко оценена преподавателями Всероссийской Академии Внешней Торговли и Высшей Коммерческой Школы, а также реальными предпринимателями, работающими в различных отраслях бизнеса.

pn