PRILOG IV DOKUMENTACIJE ZA NADMETANJE

TEHNIČKE SPECIFIKACIJE / OPIS POSLOVA

Broj nabave: 05/2017/IKT

Naziv nabave: **Nabava, implementacija i integracija CRM sustava za upravljanje**

**prodajnim procesima i procesima postprodajne podrške kupcima**

NAPOMENA:

Ponuditelj nudi predmet nabave putem tablice Tehničkih specifikacija. Ponuditelj je dužan ispuniti svaku stavku u stupcu.

**Ponuđeni predmet nabave je pravilan i prihvatljiv ako ispunjava sve navedene uvjete i svojstva.**

Ponuditelj mora ponuditi sve stavke Tehničke specifikacije. **Nije prihvatljivo precrtavanje ili korigiranje stavke** u Tehničkim specifikacijama. Ponuditelj obavezno popunjava stupac «Ponuđene karakteristike» definirajući detaljno tehničke specifikacije ponuđene robe (napomena: ponuditelj popunjava tehničke specifikacije upisujući točne karakteristike ponuđene robe, izbjegavajući pri tome popunjavanje stupca samo riječima kao što su npr. „zadovoljava“ , „DA“, „jednakovrijedno traženom“ ili „odgovara traženom“).

Stupac « Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju » ponuditelj može popuniti ukoliko smatra potrebnim. Stupac « Ocjena DA/NE » ponuditelj ne popunjava s obzirom na to da je stupac predviđen za ocjene Naručitelja.

Zahtjevi definirani Tehničkim specifikacijama predstavljaju minimalne tehničke karakteristike koje ponuđena roba mora zadovoljavati, ukoliko nije drugačije navedeno, te se iste **ne smiju mijenjati od strane ponuditelja.**

1. Predmet nabave:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Roba / Usluga** | **Jedinica mjere** | **Količina** |
| Nabava, implementacija i integracija CRM sustava za upravljanje prodajnim procesima i procesima postprodajne podrške kupcima sa odgovarajućim pravima pristupa za korisnike modula CRM sustava sukladno tehničkoj specifikaciji | Usluga | 1 |

1. Funkcionalnosti predmeta nabave:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Šifrarnici** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 1 | Šifrarnici | Svi šifrarnici održavat će se u Opera ERP sustavu i CRM sustav mora biti u mogućnosti preuzeti podatke iz ERP sustava samo za čitanje principom (engl. *read only*). Jedina iznimka od ovog pravila su šifrarnici partnera (kupaca i dobavljača) i osoba te svi vezani šifrarnici. Nove zapise u šifrarnicima mora biti moguće kreirati u novom CRM sustavu te se oni moraju sinkronizirati s ERP sustavom. CRM sustav mora moći pročitati sve podatke o postojećim partnerima i osobama, u CRM sustavu treba biti moguće dodavati podatke o novim partnerima i osobama, novo dodane podatke u CRM sustavu treba biti moguće sinkronizirati s ERP sustavom.  U ERP sustavu svi podaci koji su vezan uz partnere za koje se izdaju otpremnice i financijski dokumenti moraju uvijek biti ažurni. Prilikom izmjene podataka o partneru, CRM sustav će cjelokupnu karticu partnera snimiti u ERP.  CRM sustav mora omogućavati unos svih atributa šifrarnika partnera i osoba koje koristi ERP sustav.  Sinkronizacija podataka u šifrarnicima mora osigurati ažurnost podataka u oba sustava kako bi kreirani dokumenti bili jednoznačno određeni.  Prava za popunjavanje atributa šifrarnika čije elemente je moguće dodavati u CRM sustavu mora biti moguće definirati zasebno.  Brojevi telefona koji se unose u šifrarnike moraju se unositi u standardnom međunarodnom formatu poradi lakšeg povezivanja sa sustavom za telefoniju.  Šifrarnik artikala održava se u ERP sustavu i sinkronizacija s CRM sustavom je samo za čitanje principom (engl. „*read only*“), odnosno CRM sustav može samo čitati iz ERP sustava. Šifrarnik artikala u CRM sustavu mora biti ažuriran čim se dogodi promjena u ERP sustavu.  Primjeri šifrarnika za ERP:   * Artikli * Država * Mjesta * Županije (regije), a vezano uz države * Tipovi artikala (grupe) * Transporti   Primjeri šifrarnika za CRM:   * Partneri * Osobe * Djelatnosti partnera |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Opći dio** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 2.1 | Opći dio | CRM sustav omogućavat će cjelovit (360 stupnjeva) pogled na kupca i s njim povezane aktivnosti. |  |  |  |
| 2.2 | Opći dio | CRM sustav će biti povezan s postojećim ERP sustavom. |  |  |  |
| 2.3 | Opći dio | CRM sustav implementirat će poslovne procese unutar odjela Prodaja, Marketing i Podrška kupcima. |  |  |  |
| 2.4 | Opći dio | CRM sustav centralizirat će prodajne, marketinške i post prodajne procese, dokumentaciju i komunikaciju s kupcima i distributerima. |  |  |  |
| 2.5 | Opći dio | Dokumente i komunikaciju s kupcima će u CRM sustavu biti moguće kreirati na 5 jezika (EN, DE, HR, SRB, SI). Pri kreiranju dokumenata sustav će voditi računa o poreznom tretmanu kupca (PDV) ovisno o lokaciji kupca i voditelju prodaje, odnosno podružnici koja koristi CRM. |  |  |  |
| 2.6 | Opći dio | Novi CRM sustav će u potpunosti zamijeniti postojeće CRM rješenje i postojeće rješenje za upite (engl. ticketing). |  |  |  |
| 2.7 | Opći dio | CRM sustav bit će integriran sa sustavom za telefoniju i komunikaciju elektroničkom poštom, a pogotovo klijentom elektroničke pošte Microsoft Outlook iz Office 365 paketa programskih rješenja. Komunikacija koja se obavlja putem Outlook klijenta moći će se jednostavno snimati u CRM rješenju, uz minimalnu i jednostavnu intervenciju korisnika. |  |  |  |
| 2.8 | Opći dio | U CRM sustav biti će ugrađeni moduli za distributere i krajnje korisnike. |  |  |  |
| 2.9 | Opći dio | CRM sustav će imati inačicu prilagođenu uporabi na računalima i prijenosnim uređajima (npr. tablet). |  |  |  |
| 2.10 | Opći dio | CRM sustav omogućit će grupiranje svih relevantnih dokumenata i elektroničke komunikacije po prilikama/predmetima. |  |  |  |
| 2.11 | Opći dio | Prilike/predmeti će omogućavati klasifikaciju prilike po atributima kao što su status predmeta, izvor prilike, vjerojatnost ostvarenje prilike, planirani datum dobivanja narudžbe, željeni datum isporuke, procijenjena financijska vrijednost prilike, razlog odbijanja prilike i slično. |  |  |  |
| 2.12 | Opći dio | Uz svaki predmet/priliku bit će moguće priložiti dokumente koji nisu kreirani u CRM sustavu. Npr. ako je izvor prilike javna nabava prilici će biti moguće priložiti dokument javne nabave, dokumente koji su prikupljeni u procesu pripreme prijave za javnu nabavu, odluku o odabiru ponuđača, ugovor i slične dokumente. Ukoliko prilika zahtijeva ugradnju opreme na vozila, prilici će biti moguće priložiti dokumente koji specificiraju karakteristike vozila, izračun opterećenja, slike vozila i slično. |  |  |  |
| 2.13 | Opći dio | Sustav će imati svoju bazu znanja – npr. za rješavanje tehničkih problema kupaca. Bazu znanja će biti moguće konstantno nadopunjavati. |  |  |  |
| 2.14 | Opći dio | CRM sustav podržavat će slijedeće tipove podataka: šifrarnici, cjenici, ponude, narudžbe, potvrde narudžbi, otpremnice, fakture, odobrenja, terećenja, bazu uređaja, servisne radne naloge. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Jednostavnost i brzina korištenja** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 3.1 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će omogućiti dodavanje stavki na dokumentima:   * pisanjem šifre artikla – samo dovršetak (engl. autocomplete) – padajući izbornik (engl. dropdown meni), * pisanjem naziva artikla – samo dovršetak (engl. autocomplete) – padajući izbornik (engl. dropdown meni) * odabirom iz posebnog prozora kada se dodaju opcije uređaja iz cjenika   dodavanjem ad-hoc stavke ili ad-hoc opcije uređaja (stavke ili opcije koje ne postoje u cjenicima) uz mogućnost ručnog definiranja pripadajućih podataka (naziv, cijena, količine, rabati) direktno unutar dokumenta |  |  |  |
| 3.2 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će omogućiti dodavanje glavnog uređaja, nakon čega će u posebnom prozoru biti ponuđene sve opcije vezane za taj uređaj gdje će se moći jednim klikom opcija dodati u stavke dokumenta. |  |  |  |
| 3.3 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će na CRM dokumentu ponuda i narudžba kupca jasno razdvojiti opcije uređaja od specijalnih opcija, nerazvijanih opcija (sukladno informacijama iz šifrarnika artikala) i ad-hoc opcija i stavki. (pr. druga boja, vizualno odvojene sekcije za standardne i specijalne opcije). |  |  |  |
| 3.4 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će omogućiti paralelan rad na više dokumenata, primjerice na dvije ponude paralelno. |  |  |  |
| 3.5 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će omogućiti kreiranje novog dokumenta iz postojećeg te kopiranje dijela dokumenta u novi dokument. |  |  |  |
| 3.6 | Jednostavnost i brzina korištenja | Sustav će omogućiti definiranje obavijesti korisnicima sustava, putem nadzornih ploča odnosno alarma, elektroničke pošte i SMS-a po dokumentu, predmetu, ili kupcu. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Korisnici sustava** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 4.1 | Korisnici | Korisnici CRM sustava su voditelji prodaje, voditelj prodajne logistike, djelatnici službe podrške kupcima i djelatnici marketinga u matičnoj kompaniji (RASCO d.o.o) te djelatnici koji imaju ekvivalentne pozicije (iste zadaće i odgovornosti) u RASCO-ovim povezanim poduzećima (podružnicama) u raznim zemljama svijeta. Sustav mora imati mogućnost proširenja u slučaju otvaranja novih podružnica u drugim državama. |  |  |  |
| 4.2 | Korisnici | Korisnici CRM sustava koji će povremeno sudjelovati u određenim fazama procesa su direktor i voditelj razvoja, direktor i voditelj proizvodnje, voditelj nadogradnji, administrator – IT podrška, Uprava. Za ovdje navedene korisnike sustav mora imati posebna prava pristupa koje imaju umanjena prava i značajno manju cijenu nego puna prava pristupa sustava. Prava pristupa se moraju jednostavno dodavati.  Ponuda mora uključivati sva prava pristupa sustavu i ažuriranja sustava kroz period od minimalno 2 godine i više za slijedeći broj korisnika:   * Modul prodaja: 15 korisnika * Modul podrška kupcima: 6 korisnika * Modul serviseri: 7 korisnika * Modul marketing: 3 korisnika * Modul menadžment: 5 korisnika * Modul admin: 1 korisnik |  |  |  |
| 4.3 | Korisnici | U slučaju odlaska voditelja prodaje, podrške kupcima, marketinga sustav treba imati mogućnost deaktiviranja korisnika. |  |  |  |
| 4.4 | Korisnici | U slučaju odlaska voditelj prodaje, podrške kupcima, marketinga sustav treba imati mogućnost definiranja nasljednika koji će naslijediti prava pristupa dokumentima. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Integracija i migracija** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 5.1 | Integracija s ERP-om | CRM sustav bit će moguće sinkronizirati u oba smjera s ERP sustavom. Vrsta sinkronizacije (jednosmjerna ili dvosmjerna) ovisi o tipu podataka koji se sinkroniziraju i navedena je zasebno za svaki tip podataka.  Promjene postojećeg ERP sustava će biti ograničene na implementaciju mehanizama sinkronizacije podataka s CRM sustavom. Definirani dokumenti i procesi unutar ERP sustava se neće mijenjati. |  |  |  |
| 5.2 | Migracija podataka iz postojećih sustava | Postojeće otvoreni zapisi (predmeti) unutar starog CRM sustava bit će preneseni u novi CRM sustav. |  |  |  |
| 5.3 | Pohrana dokumenata | CRM sustav omogućavat će centraliziranu pohranu i upravljanje svim dokumentima (elektronička pošta, ponuda, narudžbi, potvrda narudžbi, otpremnica, faktura i slično) vezanih uz pojedini CRM predmet.  Pohrana dokumenata bit će implementirana tako da dokumentima mogu pristupiti samo autorizirane osobe.  Repozitoriju dokumenata mora biti moguće pristupiti i van CRM sustava, uz odgovarajuća prava pristupa.  Repozitorij dokumenata mora biti kvalitetno strukturiran i organiziran, kako bi se osigurao jednostavan pristup dokumentima van sustav. |  |  |  |
| 5.4 | Integracija s drugim sustavima | CRM sustav omogućavat će povezivanje s eksternim sustavom (ComponentsEngine) za upravljanje katalozima i rezervnim dijelovima kroz SSO putem poveznice. Eksterni sustav može se otvarati u novom prozoru.  Upute i procedura kako omogućiti pristup vanjskim korisnicima u SPS sustav mogu se dobiti na zahtjev.  CRM sustav služit će kao podloga za izgradnju modula za distributere i modula za krajnje kupce.  Bilo kakve međuintegracije između sustava trebaju biti orijentirane prema tehnologijama u oblaku (engl. cloud) (npr. korištenje servisa na Azure-u). Dijelovi sustava koji su orijentirani prema vanjskim korisnicima (modul za distributere i krajnje korisnike) moraju biti bazirani na tehnologijama u oblaku (engl. cloud), te ne smiju biti implementirani na zasebnom serveru (bilo virtualnom ili fizičkom), već kao dio aplikativne platforme (npr. Azure Web Apps).  Sustav će omogućiti integraciju s nekim od SMS servisa. (npr. InfoBip ili neki drugi servis koji je potencijalno podržan od strane proizvođača CRM sustava bez dodatne implementacije). |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Funkcionalni zahtjevi - Prodaja** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 6.1 | Centralizacija prodajnog procesa | Sustav treba omogućiti centralizaciju prodajnog procesa i spriječiti dupliranje procesa zbog više međusobno nepovezanih sustava.  Sustav treba omogućiti postojanje centraliziranog mjesta za dokumentaciju vezanu uz kupce i distributere.  Sustav treba omogućiti zaposlenicima matične kompanije RASCO i zaposlenicima podružnica da ga koriste na isti način i uz iste koristi za korisnike i kompanije. Sustav mora uzeti u obzir razlike između država pri izdavanju dokumenata ponuda i potvrda narudžbe, budući da različite zemlje osim jezika imaju i različite poreze (specifično, porez na dodanu vrijednost).  CRM sustav podržava jedinstveni prodajni proces. Kako bi omogućili i RASCO-ovim podružnicama korištenje sustava u punoj mjeri, sustav će omogućiti da dokument narudžba kupca sadrži oznaku tipa – integrirani tip i neintegrirani tip narudžbe kupca. Korisnik sustava prilikom stvaranja dokumenta narudžba kupca mora odabrati jedan od dva tipa. Standardno je prilikom stvaranja dokumenta odabran integrirani tip dokumenta.  Kod integrirane narudžbe kupca, kupac koji je naveden unutar dokumenta narudžba kupca je ujedno i kupac u svim dokumentima koji nastaju kasnije (potvrda narudžbe, otpremnica, izlazni račun). Integrirani dokument narudžba kupca koristi se kako je opisano u integraciji s ERP sustavom.  Neintegrirani dokument narudžba kupca je apsolutno isti kao i integrirani (osim po oznaci tipa integriranosti), a koristi se na način da njegovim kreiranjem ne započinje proces u ERP-u. Nakon što je navedeni dokument kreiran, prodajna logistika dobiva obavijest o kreiranju navedenog dokumenta. Zadatak je prodajne logistike da ručno unutar predmetne prilike kreira dodatni dokument narudžba kupca, ovog puta integrirani, unutar kojeg je kao kupac navedena podružnica, krajnji kupac je krajnji kupac podružnice iz same prilike, stavke su iste kao i na neintegriranoj narudžbi kupac, osim cijena i rabat, koji su ručno prilagođeni internim pravilima između RASCO-a i podružnice. Kreiranje ovog dokumenta svi kasniji dokumenti (potvrda narudžbe, otpremnica, izlazni računi) se kreiraju koristeći podatke iz ovog dokumenta, odnosno koristi se proces koji započinje integriranom narudžbom kupca. |  |  |  |
| 6.2 | 360° pogled - Centralizirana slika korisnika | Potrebno je omogućiti konsolidaciju svih podataka o kupcu kao i personalizirani pogled na korisnika 360°.  Sustav treba omogućiti pristup i prikaz podataka o kupcu kao što su:   * Aktivnosti * Upiti (engl. ticket) * Prodajne prilike * Ponude * Narudžbe * Fakture * Naplata * Uređaji * Servisni nalozi * Kampanje * Istraživanje mišljenja potrošača (engl. VoC Survey) |  |  |  |
| 6.3 | Upravljanje podacima u CRM-u | Sustav treba objediniti trenutne baze korisnika koje se vode u nekoliko sustava:   * Opera CRM * Opera ERP |  |  |  |
| 6.4 | Upravljanje potencijalnim kupcima (engl. Lead) | CRM sustav treba posjedovati mjesto za pohranu potencijalnih kupaca (engl. Lead), kontakt informacija za nove kupce (engl. Lead) te mjesto za vezanu komunikaciju (telefonski pozivi, elektronička pošta, sastanci, bilješke, itd.). |  |  |  |
| 6.4.1 | Prikupljanje potencijalnih kupaca (engl. Lead) | Sustav treba omogućiti / podržati jasno definirane kanale za prikupljanje potencijalnih kupaca (engl. Lead). Mogući kanali bi trebali biti:   * Modul za distributere * Elektronička pošta * Telefonski pozivi * Marketinške kampanje * Obavijesti o javnoj nabavi |  |  |  |
| 6.4.2 | Dodjeljivanje kupaca | Svaki voditelj prodaje treba biti zadužen za jedno ili više područja.  Sustav treba omogućiti dodjeljivanje potencijalnih kupaca prema voditeljima zaduženima za odgovarajuća područja. |  |  |  |
| 6.4.3 | Postupak kvalifikacije potencijalnog kupca (engl. Lead) | Sustav treba omogućiti postupak kvalifikacije potencijalnog kupca (engl. Lead):   * Poslovni subjekt (engl. Account) * Kontakt (engl. Contact) * Prodajnu priliku (engl. Opportunity) |  |  |  |
| 6.4.4 | Diskvalifikacija potencijalnog kupca (engl. Lead) | Sustav treba omogućiti diskvalifikaciju potencijalnog kupca (engl. Lead) te mogućnost unosa razloga diskvalifikacije. |  |  |  |
| 6.5 | Upravljanje prodajnim prilikama | CRM sustav će omogućiti bilježenje izvora upita/prilike, kao i sve relevantne podatke vezane uz priliku.  Pri kreiranju prilike sustav će omogućiti jednostavno (engl. one click) i intuitivno dodavanje novog kupca i svih ostalih relevantnih podataka potrebnih za uspješnu sinkronizaciju pripadajućih šifrarnika s ERP sustavom.  Rad na prodajnim prilikama unutar sustava treba podržavati slijedeće korake:   * Praćenje aktivnosti vezanih za prodajnu priliku * Praćenje statusa prodajne prilike * Dodjeljivanje i dijeljenje prodajnih prilika * Praćenje prodajnih prilika kroz prodajni proces   Sustav treba omogućiti da se prodajne prilike mogu kreirati ručno ili pretvaranjem potencijalnog kupca (engl. Lead) ili aktivnosti u prodajnu priliku.  Prilikom kreiranja prodajne prilike potrebno je omogućiti dvije opcije definiranja vrijednosti prodajne prilike:   1. Sistemski kalkulirane - Procijenjena vrijednost je automatski kalkulirana prema odabranoj valuti, cjeniku i proizvodima 2. Korisnički definirane (prodajne) – Procijenjena vrijednost je ručno unesena te ne zahtjeva odabir valute, cjenika i proizvoda i ne mora bit jednaka kalkulativnoj   U fazi obrade upita, ukoliko je potrebno provjeriti mogućnost ugradnje opreme na noseće vozilo, CRM sustav će implementirati jednostavan proces upućivanja upita o mogućnosti ugradnje specificirane opreme na noseće vozilo odjelu Nadogradnji. Cjelokupna komunikacija s odjelom nadogradnji bit će pridružena upitu/prilici i moći će se jednostavno naknadno pregledavati i analizirati (vidi 2.10). Dokumente nastale tijekom ovog podprocesa bit će moguće pohranit u repozitorij podataka povezan s upitom/prilikom (vidi 2.12).  Ukoliko se tijekom obrade upita/prilike pojavi potreba za definiranjem nestandardnih/specijalnih opcija i/ili proizvoda, CRM sustav će omogućiti jednostavno upućivanje zahtjeva za razmatranje implementacije i određivanje cijene specijalne opcije i/ili proizvoda. Cjelokupna komunikacija vezana uz ovaj podproces bit će pridružena upitu/prilici i moći će se jednostavno naknadno pregledavati i analizirati (vidi 2.10). Dokumente nastale tijekom ovog podprocesa bit će moguće pohranit u repozitorij podataka povezan s upitom/prilikom (vidi 2.12). |  |  |  |
| 6.5.1 | Interakcije vezane za prodajne prilike | Proces rada na prodajnoj prilici može uključivati više vrsta interakcije s kupcem. Sustav treba omogućiti pridjeljivanje tih interakcija te povezivanje različitih vrsta aktivnosti s prodajnom prilikom odnosno kupcem.  Sustav treba omogućiti dostupnost sve interakcije koja se dogodile prilikom kontakta s kupcem (360 pogled na kupca):   * Telefonski pozivi * Elektronička pošta * Sastanci |  |  |  |
| 6.5.2 | Status prodajne prilike | Svaka prodajna prilika treba imati status i segmentaciju po istom (prioritetno, manje prioritetno i neprioritetno) koji je moguće mijenjati ovisno o stadiju u kojem se nalazi, vremenski okvir u kojem se planira realizacija te vlasnika koji je vezan uz nju. Uobičajeno je to prodajni predstavnik koji radi na prilici ili to može biti tim. |  |  |  |
| 6.5.3 | Zatvaranje prodajnih prilika | Prodajne prilike mogu biti zatvorene na dva načina:   * Zatvorena kao “Dobivena” * Zatvorena kao “Izgubljena” s unosom razloga zatvaranja |  |  |  |
| 6.6 | Upravljanje ponudama | Sustav treba omogućiti mijenjanje ponuda više puta kako prodajni proces napreduje, te podržavati specificirane i nespecificirane opcije pojedinih proizvoda tijekom tog procesa.  Ponuda je dokument koji se kreira u CRM sustavu i ne sinkronizira se s ERP sustavom. Unutar jednog CRM predmeta (prilike) moguće je kreirati više ponuda. Moguće je da je više ponuda aktivno u istom trenutku. Neke ponude mogu biti alternativne jedna drugoj.  Na temelju aktivnih ponuda CRM sustav generira izvještaj o trenutno aktivnim prilikama te njihovoj vrijednosti (vidjeti poglavlje Izvještavanje). U slučaju da se unutar prilike nalazi više aktivnih ponuda, za izvještavanje se koristi isključivo vrijednost unesena u definiciji prodajne prilike. Ako se unutar prilike nalazi samo jedna aktivna ponuda, za izvještavanje se može koristiti iznos same ponude.  Ako se prilika označi kao neuspješna, sve ponude unutar prilike se automatski prebacuju u neaktivne.  Ako se iz ponude kreira dokument narudžba kupca, ponuda temeljem koje je kreirana narudžba kupca označava se kao finalna ponuda. |  |  |  |
| 6.6.1 | Kreiranje ponuda | CRM sustav mora omogućiti kreiranje ponuda za uređaje, rezervne dijelove i usluge, odnosno ponude moraju imati mogućnost definicije tipa ponude između tri navedene vrste. Ponude se mogu pridružiti minimalno prodajnoj prilici ili upitu (engl. ticket*)* unutar sustava.  Proces kreiranja ponuda mora biti jednostavan, brz i intuitivan. Posebnu pažnju treba obratiti na proces definiranja RASCO uređaja i njihovih opcija. Odabir opcija uređaja mora biti pregledan i brz. Dodavanje stavki mora biti napravljeno tako da se može napraviti izrazito brzo.  CRM sustav mora omogućavati jednostavno kopiranje ponude u novu ponudu kako bi se ubrzao proces izrade alternativne ponude.  CRM sustav mora imati mogućnost rada na više ponuda paralelno, te kopiranja stavki iz jedne ponude u drugu. Sustav mora omogućiti jednostavno izbacivanje stavki (zajedno sa svim opcijama ako je stavka uređaj). Također, sustav mora omogućiti lako izbacivanje opcija iz stavke uređaja.  CRM sustav treba imati mogućnosti kopiranja više ponuda u jednu narudžbu kupca.  Svaka ponuda mora sadržavati minimalno sljedeće elemente:   * Podatke o kupcu * Podatke o krajnjem kupcu (u osnovi, odabir podružnice istog partnera ili sasvim drugog partnera za isporuku) * Datum izdavanja * Datum valjanosti * Željeni rok isporuke za cijelu ponudu (onaj rok isporuke kojeg kupac preferira, ako postoji) * Rok isporuke za cijelu ponudu (vrijedi za sve stavke kod kojih nije definiran specifičan rok isporuke) * Stavke ponude s nazivom, cijenom, korekcijama i rabatima. Stavke ponude mogu imati napomene, te mogu imati rok isporuke i željeni rok isporuke koji mogu biti drugačiji od roka za cijelu ponudu * Informacije o vozilu na koje se oprema ugrađuje (ako je relevantno) * Informaciju o tome tko organizira transport (kupac ili RASCO) * Uvjete plaćanja (rok plaćanja ili rokove plaćanja u ratama) * Informacije o tome da li ponuda sadrži transport do kupca * Paritet isporuke * Kontakt osobu * Napomene   CRM sustav će omogućavati jednostavno (engl. one click) upućivanje zahtjeva za određivanje roka isporuke opreme na ponudi. Rezultat ovog procesa je rok važenja ponude i rok isporuke. Ovaj proces nije obavezan (primjerice, informativna ponuda ili rok isporuke definiran direktno od voditelja prodaje / podrške). Nakon izdavanja zahtjeva za definiranjem roka isporuke, sustav šalje obavijest na internu listu elektroničke pošte (engl. *mailling)* proizvodnje, s zahtjevom za unos podataka o roku isporuke, te direktnim linkom na dokument ponude za koju se traži rok isporuke. Korisnik iz odjela proizvodnje ima mogućnost unosa rokova isporuke direktno u ponudu. Nakon završetka unosa, sustav će obavijestiti nadležnog voditelja prodaje / podrške da su definirani rokovi. Sustav će voditi računa o statusu dokumenta ponuda ovisno o statusu definicije roka isporuke.  Cjelokupna komunikacija vezana uz ovaj podproces bit će pridružena upitu/prilici i moći će se jednostavno naknadno pregledavati i analizirati (vidi 2.10). Dokumente nastale tijekom ovog podprocesa bit će moguće pohranit u repozitorij podataka povezan s upitom/prilikom (vidi 2.12).  Rok isporuke mora biti moguće definirati po stavkama ponude ili za cijelu ponudu. Ako je rok definiran za cijelu ponudu, onda se primjenjuje za sve one stavke kod kojih nije definiran specifičan rok isporuke po stavci. Isto vrijedi i za željeni rok isporuke.  Sustav mora omogućiti ponavljanje istih stavki unutar iste ponude.  Željeni rok isporuke koriste se samo u analitičke svrhe i ne ispisuje se na ispisima dokumenata koji se šalju kupcu.  Nakon što je dokument ponude kreiran, CRM sustav mora omogućavati jednostavno slanje ponude kupcu putem e-faxa ili e-pošte. Ukoliko je potrebno, ponuda se mora moći jednostavno ažurirati, ili se na jednostavan način mora moći napraviti nova ponuda na temelju postojeće i ista pridružiti aktivnom predmetu/prilici.  Zbog različitog poreznog tretmana u različitim zemljama, sustav mora omogućiti izračun poreza sukladno odabiru korisnika sustava. Korisnik je dužan u ponudi naznačiti unutar koje zemlje se ponuda radi (HR, SI, BH, SR, međunarodna ponuda). Sustav ne može koristiti zemlju kupca kao orijentir za porezni tretman ponude. Primjerice, ako korisnik odabere da se ponuda radi unutar Hrvatske, porezni tretman ponude (izračun PDV-a) će biti napravljen temeljem stope koja se koristi u Hrvatskoj, itd. |  |  |  |
| 6.6.2 | Kreiranje ponuda - Katalog proizvoda | Prilikom kreiranja ponuda u sustavu, treba omogućiti korištenje standardnog kataloga proizvoda s pridruženim cijenama. Proizvodi mogu biti rezervni dijelovi, uređaji i usluge.  Radi specifične potrebe za dodavanjem proizvoda koji nisu definirani katalogom treba omogućiti direktno dodavanje stavke u ponudu koji nisu definirani katalogom proizvoda. Ovakav slobodan unos šifre, artikla, cijene, te pripadajućih rabata mora biti omogućen i za stavke ponude i za opcije opreme koje pripadaju određenoj stavci. |  |  |  |
| 6.6.3 | Dodatne opcije kod ponuda uređaja | Stavke ponude sastoje se od artikala iz šifrarnika i njihovih opcija ukoliko iste postoje. Cijene artikala/opcija čitaju se iz šifrarnika/cjenika i nije ih moguće ručno ažurirati u ponudi. Ponuda može sadržavati specijalni artikl/opciju artikla koja označava nedefinirani artikl/opciju. Za te specijalne stavke moguće je definirati cijenu na dokumentu ponude. Moguće je ručno definiranje stavke ili opcije stavke, u kojem slučaju je moguće i dopušteno ručno definirati šifru, naziv, cijenu, rabate, itd bez korištenja cjenika.  Šifru uređaja čini 8-znamenkasti broj. Šifru opcije koja je vezana za uređaj čini 8-znamenkasti broj s dodatkom od jednog slova i 3 broja.  Primjer:  = 12345678 (vršna stavka koja čini zbroj svih + stavki)  + 12345678-OU (osnovni uređaj)  + 12345678-X100 (opcija 1)  + 12345678-X101 (opcija 2)  Ako je stavka ponude uređaj s opcijama, cijena stavke se definira kao zbroj cijena opcija uređaja (+ stavki).  Na ponudi s više navedenih proizvoda, sustav treba omogućiti jednostavno produljenja garancije, izvan standardne garancije, samo za određenu stavku. Dodatna garancija je u opcija unutar stavke, koja povećava vrijednost stavke na bruto razini za određen postotak koji se definira direktno unutar ponude. Ako stavka ima ovu opciju cijena stavke će automatski biti uvećana za definirani postotak koji se odnosi na produženje garancije u odnosu na standardne uvjete garancije.  Cijene stavki definirane cjenikom nije moguće mijenjati ručno, no moguće je korigirati cijenu korištenjem specijalnog polja „korekcija cijena“ na razini svake stavke ponude. Korekcijom cijene moguće je samo povećati cijenu stavke u odnosu na cijenu definiranu cjenikom. Povećanje se radi unosom postotka koji ne može biti negativan. Za iznos postotka se povećava cijena iz cjenika (po formuli cijena \* (1 + postotak / 100), te se tako povećana cijena koristi unutar ponude za izračun neto cijene korištenjem rabata. |  |  |  |
| 6.6.4 | Rabati na ponudama | Uz svaku stavku ponude i svaku opciju stavke moguće je definirati rabat. Rabat se sastoji od dva dijela. Osnovnog rabata koji se povlači direktno iz šifrarnika kupca i specijalnog rabata. Ukupan rabat je zbroj osnovnog i specijalnog rabata. Oba rabata moguće je modificirati za svaku stavku direktno na dokumentu ponude. |  |  |  |
| 6.6.5 | Kreiranje ponuda u drugim valutama | Osim u kunama, sustav treba omogućiti kreiranje ponuda i u drugim stranim valutama.  Ovisno o odabiru valute za ponudu, sustav treba imati mogućnost konvertiranja svih iznosa u domaću valutu, sukladno pridruženoj tečajnoj listi. Konvertiranje valute koristi se primarno za izvještavanje.  Također nakon što je za pojedinu ponudu ili narudžbu odabrana strana valuta, sustav sukladno pridruženoj tečajnoj listi, treba konvertirati sve iznose u domaću valutu.  Obzirom da je tečaj podložan dnevnim promjenama, sustav treba omogućiti sljedeće kriterije kojima određuje kada će primijeniti zadnju važeću tečajnu listu (npr. sinkronizacija tečaj s HNB):   1. Kada je podatak kreiran 2. Kada je napravljena izmjena bilo kojeg novčanog polja 3. Kada se promjeni status zapisa. |  |  |  |
| 6.6.6 | Ispis ponuda | Mogućnosti ispisa ponude. CRM sustav mora omogućavati više različitih načina ispisa ponude. Stavke koje su u šifrarniku označene posebnom oznakom na pojedinim ispisima ponude potrebno je označiti drugom bojom (specijalne i nerazvijene opcije i uređaji). Cijene opcija stavke se ne ispisuju, već samo ukupna cijena stavke. Ispis ponude može biti u PDF-u, Wordu ili ispisan na pisač. Vidi poglavlje 8. za detalje ispis ponude.  Napomene. Svaka ponuda može imati napomene u obliku slobodnog ili predefiniranog teksta. Svaka stavka ponude može također imati napomenu koja se može slobodno unijeti.  Kreiranje PDF ispisa ponude mora biti napravljena na jednostavan način, direktno iz CRM dokumenta ponuda. |  |  |  |
| 6.6.7 | Zatvaranje i slanje ponuda | Nakon prihvata ili odbijanja ponude od strane kupca/korisnika, treba omogućiti zatvaranje prethodno kreirane prodajne prilike čime se završava cjelokupan proces.  Potrebno je omogućiti izvještaj koliko je prihvaćenih/odbačenih ponuda. |  |  |  |
| 6.7 | Upravljanje cjenicima | Cijene dobara i usluga definiraju se i održavaju u ERP sustavu, unutar podsustava za upravljanje cjenicima.  CRM sustav ima pristup samo za čitanje (engl. *read only*) definiranim cijenama u ERP sustavu  Cijena usluge ili dobra u dokumentima CRM sustava standardno mora biti izražena u HRK za tržište Hrvatske, RSD za tržište Srbije, KM za tržište BiH, EUR za sva ostala tržišta. CRM mora pružati mogućnost da se cijena za bilo koje tržište na dokumentima izrazi u EUR. |  |  |  |
| 6.8 | Narudžbe kupca i Potvrde narudžbi | Kada kupac prihvati ponudu kreira se narudžba.  Narudžba kupca je dokument koji se automatski kreira iz ponude koju je kupac prihvatio. Sadrži sve podatke koje sadrži i ponuda. Ispis narudžbe šalje se na potpis kupcu te se skenirana potpisana narudžba pohranjuje u CRM sustav kao potvrda da je kupac opremu/uslugu naručio. Ukoliko kupac ima svoj obrazac narudžbe, Narudžbu nije potrebno slati na potpis kupcu već se u sustav pohranjuje skenirana verzija narudžbe na obrascu kupca.  Kompletna korespondencija vezana uz narudžbu treba biti pohranjena u sustavu.  Narudžba kupca ima ista polja kao i ponuda, no za razliku od ponude, narudžba kupca se ne može zaključiti dok nisu unesena polja rokova isporuke i uvjeta plaćanja.  Narudžba se nakon zaključivanja prenosi u ERP sustav u ekvivalentni ERP dokument Narudžba kupca. Prijenos nije moguće napraviti ako unutar narudžbe postoje stavke ili opcije koje ne postoje unutar cjenika, odnosno koje su ručno dodane. Prijenos je moguće obaviti tek nakon što se iste kreiraju unutar šifrarnika artikala i cjenika.  Narudžba kupca je zadnji dokument koji voditelj prodaje kreira u prodajnom procesu u CRM sustavu.  CRM sustav će osim slanja narudžbe kupca elektroničkom poštom na internu listu elektroničke pošte omogućiti i slanje dokumenta u ERP sustav. ERP sustav će iz primljenog dokumenta automatski kreirati ERP dokument Narudžba kupca u ERP sustavu i omogućit će jednostavno kreiranje ERP dokumenta „Potvrda narudžbe“ iz primljenih podataka.  Svaka promjena CRM dokumenta Narudžba kupca izaziva prijenos kompletnog CRM dokumenta u ekvivalentni ERP dokument. ERP dokument Narudžba kupca ne može se mijenjati u ERP sustavu, već je on samo zrcalna verzija CRM dokumenta Narudžba kupca. Također, svaka promjena CRM dokumenta Narudžba kupca izazvat će slanje obavijesti o promjeni na relevantnu internu listu elektroničke pošte.  Nakon kreiranja dokumenta Potvrda narudžbe u ERP sustavu, navedeni dokument „Potvrda narudžbe“ sinkronizirat će se s CRM sustavom po principu samo za čitanje (*read only*), odnosno biti će prenesen u CRM sustav unutar prodajne prilike.  CRM dokument Potvrda narudžbe nosit će isti broj dokumenta kao i ekvivalenti dokument u ERP-u  ERP dokument Potvrda narudžbe moguće je mijenjati samo u ERP sustavu. Mora postojati jasna veza između prodajne prilike, narudžbe kupca i potvrde narudžbe. Moguće je da se iz jedne prodajne prilike generira više narudžbi kupaca, te iz jedne narudžbe kupaca više potvrdi narudžbe.  Dokument Potvrda narudžbe iz ERP sustava mora biti sinkroniziran s ekvivalentnim dokumentom u CRM sustavu unutar pripadajuće prodajne prilike. Svaka izmjena u ERP-u mora biti prenesena u CRM sustav. Također, prilikom svake promjene koja se prenosi u CRM sustav, CRM će poslati obavijest voditelju prodaje zaduženom za predmetnu priliku, te na listu elektroničke pošte prodajne logistike.  Po prihvaćanju ponude, ako kupac nema vlastiti obrazac za naručivanje, CRM sustav će omogućiti jednostavno (engl. one click) ispisivanje dokumenta narudžbe kupca. Narudžba će se na jednostavan način putem elektroničkog faxa ili elektroničke pošte moći poslati kupcu. Potpisan dokument narudžbe (u formatu koji je svojstven kupcu ili u formatu narudžbe koji je generiran CRM sustavom kao ispis CRM dokumenta Narudžba kupca) bit će moguće priložiti aktivnom predmetu, u obliku skeniranog PDF dokumenta.  Svi dokumenti kreirani u CRM sustavu moraju se moći jednostavno poslati kupcu ili distributeru, te zapis o slanju (primjerice, elektronička pošta) mora biti spremljen unutar prodajne prilike.  Više dokumenata narudžba kupca moguće je povezati s jednom potvrdom narudžbe. Isto tako, više potvrdi narudžbe je moguće povezati s jednom narudžbom kupca. |  |  |  |
| 6.9 | Predračun | Predračun je poseban predefinirani ispis ponude. |  |  |  |
| 6.10 | Otpremnica | Otpremnice se kreiraju u ERP sustavu i sinkroniziraju u CRM sustav po principu samo za čitanje (engl. *read only*).  Korisnici CRM sustava će u svakom trenutku moći pristupiti informaciji što je od stavaka definiranih na potvrdi narudžbe otpremljeno kupcu, po kojoj otpremnici i kada.  Kada na dokumentu Potvrda narudžba otvorena količina svih stavki s dokumenta postane 0, bilo zbog toga što je kompletna količina otpremljena, bilo zbog nivelacija dokumenta, proces unutar CRM sustava će biti zaključen, odnosno narudžba kupca će biti prebačena u status „Završeno“. |  |  |  |
| 6.11 | Financijski dokumenti | Financijski dokumenti (uplate, fakture, odobrenja, račun za predujam (izdaje se kad kupac plati robu avansno, a roba nije još isporučena), storno računa za predujam) se kreiraju u ERP sustavu i sinkroniziraju u CRM sustav po principu samo za čitanje (engl. *read only*) kako bi se osigurao 360 pogled na kupca (financijska perspektiva).  Korisnici CRM sustava će u svakom trenutku moći pristupiti podacima o otvorenim dospjelim i nedospjelim potraživanjima kupca i pripadajućim financijskim dokumentima.  Korisnici CRM sustava trebaju imati mogućnost uvida o dospjelim i nedospjelim potraživanjima samo za one kupce za koje su zaduženi. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Funkcionalni zahtjevi – Korisnička podrška** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 6.12 | Opći zahtjevi | CRM sustav će u potpunosti podržavati praćenje i izvršavanje svih procesa odjela podrške kupcima.  Suradnik u odjelu Podrške kupcima treba imati mogućnost ručnog kreiranje novog upita (engl. *ticket*).  Informacije će se prikupljati u sustav za upite (engl. *ticket*) preko jedne ili više predefiniranih adresa elektroničke pošte, telefonski poziva, ili ručnim unosom.  Svaki upit (engl. *ticket*) mora biti praćen radi kasnijeg izvještavanja.  Nakon završetka upit (engl. *ticket*) se arhivira, no kasnije referent treba biti u mogućnosti pretraživati arhivu upita bilo prema datumu prijave, načinu zaprimanja, korisniku koji ga je prijavio, adresi elektroničke pošte, statusu, predmetu, datumu stvaranja, opisu, suradniku u podršci kupcima i sl.  Sustav treba omogućiti voditeljima prodaje da za svoje kupce vide povijesti upita (engl. *ticket*).  Komunikacija se ne mora nužno odvijati preko prvotno prijavljenog kanala no mora biti zabilježena uz upit. (npr. prijava telefonom, kasnije odgovor elektroničkom poštom ili prijava faxom, odgovor elektroničkom poštom, naknadni telefonski pozivi).  Ukoliko se tijekom obrade upita pojavi potreba za definiranjem nestandardnih rezervnih dijelova, CRM sustav će omogućiti jednostavno upućivanje zahtjeva za razmatranje implementacije i određivanje cijene nestandardnih rezervnih dijelova. Proces definiranja nestandardnih dijelova bit će implementiran samo preko komunikacije elektroničkom poštom.  Cjelokupna komunikacija vezana uz ovaj podproces bit će pridružena upitu i moći će se jednostavno naknadno pregledavati i analizirati Dokumente nastale tijekom ovog podprocesa bit će moguće pohranit u repozitorij podataka povezan s upitom. |  |  |  |
| 6.13 | Ponude za rezervne dijelove i servisne usluge | Dokument ponuda za rezervne dijelove kao što je i prije spomenuto slijedi isti proces kao i dokument ponuda za uređaje opisanom u točki 6.6. Razlika u odnosu na dokument ponuda je u tipu ponude, što kasnije za sobom povlači i da su svi dokumenti nizvodno (narudžba kupca, potvrda narudžbe itd.) drugačijeg tipa. Proces se kasnije ponaša isto, samo su dokumenti drugog tipa (što znači da su u ERP-u odvojeni dokumenti, i imaju drugačije nazive).  Ponude za rezervne dijelove i / ili usluge je zaseban tip ponude unutar CRM sustava. Proces kreiranja ponuda mora biti jednostavan, brz i intuitivan.  CRM sustav mora omogućavati jednostavno kopiranje ponude u novu ponudu kako bi se ubrzao proces izrade alternativne ponude.  CRM sustav mora imati mogućnost rada na više ponuda paralelno. Sustav mora omogućiti jednostavno izbacivanje stavki iz ponude.  CRM sustav treba imati mogućnosti kopiranja više ponuda u jednu narudžbu kupca.  Elementi ponude. Svaka ponuda mora minimalno sadržavati:   * Podatke o kupcu * Podatke o krajnjem kupcu (u osnovi, odabir podružnice istog partnera kako bi se napomenula adresa isporuke drugačija od sjedišta partnera ili odabir sasvim drugog partnera za isporuku) * Datum izdavanja * Datum valjanosti * Obećani rok isporuke za cijelu ponudu (vrijedi za sve stavke kod kojih nije definiran specifičan rok isporuke unutar same stavke) * Željeni rok isporuke (vrijedi za sve stavke kod kojih nije specificiran željeni rok isporuke unutar same stavke) * Stavke ponude s nazivom, cijenom, korekcijama i rabatima. Stavke ponude mogu imati napomene, te mogu imati željeni rok isporuke i obećani rok isporuke koji je drugačiji od tih rokova na razini cijele ponude * Informaciju o tome tko organizira transport (kupac ili RASCO) * Uvjete plaćanja (rok plaćanja ili rokove plaćanja u ratama) i paritet * Kontakt osobu * Napomene   Željeni rok isporuke se ne ispisuje na dokumentima koji se šalju kupcu (ponuda, narudžba kupca). Ovaj rok se koristi samo za izvještavanje i analize sposobnosti ispunjenja želja kupaca za brzinom isporuke rezervnih dijelova i usluga. |  |  |  |
| 6.14 | Rok isporuke rezervnih dijelova | CRM sustav će omogućavati jednostavno (engl. one click) upućivanje zahtjeva za određivanje roka isporuke rezervnih dijelova na ponudi. Rezultat ovog procesa je rok važenja ponude i rok isporuke. No ovaj proces nije obavezan (primjerice, informativna ponuda ili rok isporuke definiran direktno od voditelja prodaje / podrške). Nakon izdavanja zahtjeva za definiranjem roka isporuke, sustav šalje obavijest na internu listu elektroničke pošte proizvodnje, s zahtjevom za unos podataka o roku isporuke, te direktnim linkom na dokument ponude za koju se traži rok isporuke. Korisnik iz odjela proizvodnje ima mogućnost unosa rokova isporuke direktno u ponudu. Nakon završetka unosa, sustav će obavijestiti nadležnog voditelja prodaje / podrške da su definirani rokovi.  Cjelokupna komunikacija vezana uz ovaj podproces bit će pridružena upitu/prilici i moći će se jednostavno naknadno pregledavati i analizirati (vidi 2.10). Dokumente nastale tijekom ovog podprocesa bit će moguće pohranit u repozitorij podataka povezan s upitom/prilikom (vidi 2.12).  Rok isporuke mora biti moguće definirati po stavkama ponude ili za cijelu ponudu. Ako je rok definiran za cijelu ponudu, onda se primjenjuje za sve one stavke kod kojih nije definiran specifičan rok isporuke po stavci. Isto vrijedi i za željeni rok isporuke. |  |  |  |
| 6.15 | Rezervni dijelovi – upravljanje dokumentima | Nakon što je dokument ponude kreiran, CRM sustav mora omogućavati jednostavno slanje ponude kupcu putem elektroničke pošte ili elektroničkog fax-a (email to fax). Ukoliko je potrebno, ponuda se mora moći jednostavno ažurirati, ili se na jednostavan način mora moći napraviti nova ponuda na temelju postojeće i ista pridružiti aktivnom predmetu.  Nakon prihvaćanja ponude od strane kupca, proces koji slijedi je identičan procesu za uređaje, uzevši u obzir da ponuda za rezervne dijelove ili usluge ima drugačiji tip od ponude za uređaje. Tip prodaje (uređaj, dijelovi, usluge) se kasnije koristi u CRM dokumentu Narudžba kupca, te se informacija o tipu prenosi i u ERP dokument Narudžba kupca.  Kupac koji primi ponudu za rezervne dijelove ili usluge može ponudu direktno prihvatiti potpisom i vraćanjem u RASCO. Za razliku od procesa prodaje uređaja, dokument ponude za rezervne dijelove u sebi sadrži obrazac prihvaćanja ponude koji omogućava kupcu da svojim potpisom našu ponudu pretvori u svoju narudžbu, ako ne raspolaže svojim obrascem za naručivanje. Potpisan dokument narudžbe (u formatu koji je svojstven kupcu ili u formatu narudžbe koji je generiran CRM sustavom) bit će moguće priložiti aktivnom predmetu (vidi 2.12). Po primitku potpisane narudžbe CRM sustav će omogućiti jednostavno (engl. one click) kreiranje dokumenta narudžba kupca. Sustav će implementirati jednostavan proces slanja dokumenta svim zainteresiranim stranama.  Upravljanje CRM i ERP procesima nakon kreiranja dokumenta narudžba kupca opisano je prethodno. Sustav mora osigurati da ERP razlikuje tipove narudžbe kupca (rezervni dijelovi, uređaji, usluge). |  |  |  |
| 6.16 | Proces prikupljanja povratnih informacija u procesima podrške kupcima | Ankete o zadovoljstvu se temelje na tipu interakcije između kupca i voditelja servisne podrške   * Rezervni dijelovi * Tehnička podrška * Terenski servis   Anketa za zadovoljstvo isporukom rezervnih dijelova će uvijek biti zasebna anketa koja se provodi nakon uspješnog završetka prodajne prilike za rezervne dijelove, odnosno nakon isporuke rezervnih dijelova.  Ovisno o tome da li je upit (engl. *ticket*) sadržavao terenski servis ili ne, sustav će osigurati da korisnik primi jednu od dvije ankete   * Anketa samo za tehničku podršku * Anketa za tehničku podršku i terenski servis   Moguće je da se ista anketa šalje na više adresa, odnosno kontakata definiranih u upitu (engl. *ticket)*. |  |  |  |
| 6.17 | Zaprimanje upita | Zaprimanje (kreiranje) upita će biti moguće iz sljedećih izvora­:   * Elektronička pošta * Telefonski poziv * Modul za distributere * Modul za krajnje korisnike * Ručno kreiranje upita (engl. ticket)   Upitima upravljaju i obrađuju ih voditelji podrške (VPOD). |  |  |  |
| 6.18 | Kreiranje upita | **Kreiranje upita iz elektroničke pošte**  Upit se automatski kreira iz primljene elektroničke pošte na određene adrese.  Ovisno o adresi elektroničke pošte putem koje je primljen, upit se kreira u jednom od redova čekanja   * HR – za svu elektroničku poštu primljenu na servis@rasco.hr * SR – za svu elektroničku poštu primljenu na servis@rasco.sr * SI – za svu elektroničku poštu primljenu na servis@rasco.si * BH – za svu elektroničku poštu primljenu na servis@rasco.bh * Int – za svu elektroničku poštu primljenu na servis@rasco.eu   Sustav će omogućiti raspoređivanje u redova čekanja prema prioritetu kupca, preferiranoj komunikaciji, već postojećoj korespondenciji.  Prilikom kreiranja upita u određenom redu čekanja, sustav automatski šalje obavijest svim voditeljima podrške koji su dodijeljeni određenom redu čekanja.  Sadržaj elektroničke pošte se prenosi u opis problema unutar upita.  Nakon kreiranja inicijatoru upita šalje se automatizirana elektronička pošta koja potvrđuje primitak elektroničke pošte od strane sustava.  Voditelj podrške zatim ručno preuzima upit iz reda čekanja, čime se status upita mijenja u status „U obradi“. Sustav automatski putem elektroničke pošte obavještava inicijatora da je njegov upit preuzet, navodeći ime i prezime voditelja podrške koji je zadužen za upit.  **Kreiranje ili izmjena upita iz telefonskog poziva**  Upit koji je zaprimljen putem telefonskog poziva bit će kreiran unutar sustava ručno.  Poruke pristigle drugim kanalima moguće je ručno unijeti u CRM. |  |  |  |
| 6.19 | Obrada upita | **Obrada upita**  Odmah prilikom dodjele upita (bilo kreiranog automatski iz elektroničke pošte ili kreiranog temeljem telefonskog poziva) voditelj podrške će izvršiti provjeru i korekciju kontakt podataka inicijatora, posebno provjera i korekcija   * Partnera * Kontakt osobe * Lokacije vezane uz upit (ako je potrebno) * Adrese elektroničke pošte ako je prvi kontakt putem telefona * broja mobilnog telefona * broja fiksnog telefona   Ako je kupac tražio isključivo isporuku rezervnih dijelova, voditelj podrške iz upita kreira prodajnu priliku, čime se upit zatvara i pretvara u priliku prodaje rezervnih dijelova i slijedi prethodno opisani prodajni proces   * Između upita i prodajne prilike mora postojati jasna veza * Uz ovaj tip prodajne prilike veže se SLA) (Ugovor o kvaliteti pružanja usluga) za isporuku rezervnih dijelova   Ako je zahtjev kupca za tehničkom podrškom, voditelj podrške će započeti rad na upitu   * Voditelj podrške pokušava sam riješiti problem koristeći znanje iz baze znanja (engl. knowledge base) * Ako ne uspije riješiti problem, voditelj podrške može eskalirati upit interno na resurse podrške unutar odjela podrške na način da dodijeli (engl. assign) upit (engl. *ticket)* na raspoloživi interni resurs (obično serviser).   + Osoba kojoj je upit dodijeljen nastavlja upravljati upitom. Ako nema rješenja, vraća (engl. assign) upit nazad voditelju podrške. * Ako interni resurs unutar odjela podrške nije uspio riješiti upit, voditelj podrške ima opciju eskalirati upit na resurse van odjela podrške.   + Osoba kojoj je dodijeljen upit pokušava riješiti upit. Bez obzira na uspjeh ili neuspjeh, upit se vraća (engl. assign) voditelju podrške * Ako u sklopu rješavanja upita pokaže se potreba za terenskim servisom, voditelj podrške će u sklopu upita kreirati servisni radni nalog   + Sustav će omogućiti kreiranje servisnog radnog naloga sa svim podacima kao i trenutno korišteni servisni radni nalog   + Sustav će omogućiti sinkronizaciju (detaljno opisano kasnije u ovom dokumentu) servisnog radnog naloga s ERP sustavom   Prilikom dodjele, osoba kojoj je dodijeljen upit dobiva obavijest putem SMS-a i elektroničke pošte. Unutar elektroničke pošte nalazi se direktna poveznica (engl. URL) na upit. Ovaj korak može se izbjeći ako za pristup CRM-u postoji mobilna aplikacija koja omogućava notifikacije direktno na mobilnom uređaju.  Uz bilo koji upit, suradnik u podršci kupcima prilikom rješavanja treba biti u mogućnosti priložiti neki dokument, fotografiju i slično. |  |  |  |
| 6.20 | Upravljanje upitom | Voditelj podrške može upit vratiti nazad u red čekanja iz kojeg je upit uzet. Sustav će se u tom slučaju ponašati kao da je upit kreiran iznova (obavijest voditeljima podrške koji su dodijeljeni tom redu čekanja) |  |  |  |
| 6.21 | Komunikacija unutar upita | Sustav će osigurati da se sva naknadna komunikacija vezana uz isti upit snima unutar istog upita i usmjerava na istog voditelja podrške. Naknadna elektronička pošta koja se nalazi unutar istog upita moraju se snimati unutar istog upita.  Sustav će omogućiti predefinirane (engl. template) odgovore koji se mogu prilagođavati automatski temeljem informacija o partneru ili kontaktu.  Prilikom odgovaranja na elektroničku poštu, sustav će omogućiti korisniku da odabere da li odgovor stiže sa zajedničke adrese elektroničke pošte (primjerice, servis@rasco.hr) ili s njegove osobne adrese elektroničke pošte. Sustav će omogućiti odgovaranje na upite iz jedne predifinirane adrese elektroničke pošte (npr. support@rasco.hr), ili adrese voditelja podrške koji je preuzeo upit*.*  Za komunikaciju koja slijedi unutar istog upita, bilo internu unutar kompanije ili eksternu s inicijatorom, sustav mora omogućiti praćenje i automatsko pohranjivanje elektroničke pošte unutar upita.  Sustav će omogućiti odgovaranje i komunikaciju elektroničkom pošto unutar upita s jedne od predefiniranih adresa elektroničke pošte (poput servis@rasco.hr ili ostalih) ili s adrese elektroničke pošte voditelja podrške koji je preuzeo upit. Sustav će omogućiti komunikaciju putem integriranog klijenta elektroničke pošte unutar sučelja sustava, te putem Microsoft Outlook klijenta najnovije generacije.  Sustav mora imati online klijent elektroničke pošte koji ima ugrađenu podršku za pravopisne provjere na, minimalno, hrvatskom, engleskom, njemačkom, srpskom i slovenskom jeziku.  Korisnik mora imati mogućnost dodavanja jedne ili više datoteka u elektroničku poštu.  Sva komunikacija elektroničkom poštom, bilo s privatne adrese voditelja podrške koji je preuzeo upit ili s zajedničke adrese elektroničke pošte mora sadržavati potpis voditelja podrške koji šalje odgovor kupcu nakon poruke.  Korisnik sustava može svaku poruku unutar upita proslijediti bilo kome unutar kompanije.  Pretraživanje komunikacije – korisnik CRM sustava ima mogućnost pretraživanja komunikacije unutar sustava prema sljedećim kriterijima   * Statusu elektroničke pošte i osoba koja je zadužena za elektroničku poštu (kako bi identificirao da li je elektronička pošta unutar upita, tko je zadužen za upit) * Predmet, datum stvaranja, pošiljatelj, primatelj, smjer (dolazni, odlazni) * Slobodno pretraživanje teksta sadržaja * Moguće je kombinirati više tipova pretraživanja   Sustav mora omogućiti pretpregled (engl. *preview*) elektroničke pošte direktno unutar sustava. |  |  |  |
| 6.22 | Zatvaranje upita | Provjera i popunjavanje podataka   * U slučaju da upit sadrži servisni radni nalog, voditelj podrške mora provjeriti adresu i tvorničke brojeve koji se nalaze na njoj, odnosno unijeti eventualne izmjene pozicije RASCO uređaja u bazu uređaja. Da li se uređaj nalazi na lokaciji za koju mi mislimo da se nalazi? Ako ne, onda je prema servisnom radnom nalogu potrebnu u bazi uređaja dodati novu lokaciju na kojoj se uređaj nalazi.   Nakon uspješnog završetka upita, postoje dva zadataka koja treba obaviti:   * Prikupljanje povratnih informacija kupca o zadovoljstvu uslugom * Generiranje zapisa u bazu znanja (engl. knowledge base) na temelju znanja prikupljenog unutar upita   Prikupljanje povratnih informacija je automatski proces unutar kojeg se od kontakta koji je inicirao upit traže informacije o zadovoljstvu uslugom temeljem predefinirane ankete   * Ako je upit iniciran putem elektroničke pošte, kontaktu se šalje anketa putem elektroničke pošte. Nakon tjedan dana ako nema odgovoru na anketu, korisniku se šalje podsjetnik. Ako nakon daljnjih tjedana dana nema odgovora na anketu, sustav napušta proces prikupljanja povratnih informacija. * Ako je upit iniciran putem telefona, a u sustavu postoji adresa elektroničke pošte unutar kontakt podataka inicijatora, anketa se šalje na adresu elektroničke pošte iz kontakta, te se proces nastavlja kao što je prethodno opisano. * Ako ne postoji adresa elektroničke pošte inicijatora, sustav zadaje zadatak jednoj od osoba iz grupe za anketiranje (koja se može definirati unutar sustava)   Generiranje zapisa u bazi znanja započinje zadatkom koji se nakon završetka upita dodjeljuje voditelju podrške koji je upravljao upitom   * Voditelj podrške ima dva tjedna da napravi novi članak unutar baze znanja temeljem informacija prikupljenih unutar upita * Sustav mora osigurati podsjetiti voditelja prodaje u trenutku završetka upita, tjedan dana i dva tjedna nakon završetka upita * Voditelj prodaje će imati mogućnost zatvaranja zadataka za kreiranje unosa u bazu znanja. Sustav će omogućiti povezivanje zadataka s upitom, zadatkom za kreiranje unosa i samim unosom za kasniju analizu.   S obzirom da je jedan od ključnih zadataka sustav mjerenje vremena potrebnog za rješavanje problema kupaca, prilikom završetka upita potrebno je osigurati da se unutar upita zapiše stvarno vrijeme završetka, koje nije nužno jednako trenutku kada je upit zatvoren unutar samog sustava. |  |  |  |
| 6.23 | Servisni radni nalog | Dokument koji unutar upita kreira voditelj podrške, temeljem kojeg se serviser upućuje na intervenciju terenskog servisa. Terenski servis ne mora biti nužno van kompanije, odnosno lokacija servisa može biti i sama kompanija. Ovaj pristup koristi se kada kupac dovozi opremu na servis u kompaniju.  CRM sustav mora omogućiti unos svih atributa koji se koriste u trenutnim servisnim radnim nalozima u ERP sustavu.  CRM dokument servisni radni nalog sinkronizirat će se s ekvivalentnim dokumentom u ERP sustavu. Dokument u ERP sustavu nije moguće mijenjati. Svaka promjena u CRM sustavu preslikava cijeli dokument u ERP sustav. Jednom obračunati dokumenti i zaključeni dokument se više ne može mijenjati bez intervencija administratora CRM sustava.  Servisni radni nalog (SRN) se koristi kao podloga za fakturiranje servisne intervencije kupcu ili kao podloga za obračun garancijskih troškova unutar kompanije.  Servisni radni nalog sadrži između ostalog:   * Podatke o naručitelju (popunjeno automatski iz upita ili ručno unutar SRN-a – informacije o partneru i osobi) * Lokacija terenskog servisa (može biti drugačija od lokacije partnera ili kontakt osobe) – koristi se lokacija / podružnica istog ili nekog sasvim drugog partnera. * Opći podaci – tko je nalog izdao, kada, opis kvara, podaci o broju povezanog upita u CRM-u * Podaci o uređaju koji je predmet servisa – tvornički broj, prema kojem se potežu svi ostali podaci iz ERP baze uređaja – naziv uređaja, datum kupnje, datum isteka jamstva, podaci o vozilu na koji je uređaj ugrađen, lokacija na kojoj se uređaj nalazi prema bazi kupca * Ugrađeni rezervni dijelovi (unosi se iz cjenika putem šifre artikla, no unosi se nakon servisne intervencije, kada su ove informacije poznate). * Obavljene servisne usluge / zadaci (unosi se iz cjenika ili ekvivalentnog popisa servisnih akcija, primjerice, rad servisera hidrauličara ili putovanje servisera) * Trajanje putovanje * Trajanje rada po svakoj pojedinoj usluzi / zadatku   Servisni radni nalog treba se moći poslati u pdf ili ispisati na pisaču. Servisni radni nalog nakon potpunog zaključenja mora se prenijeti u ERP sustav, gdje se informacije iz njega koriste za izdavanje računa kupcima.  Sustav će omogućiti vremensko raspoređivanje servisnih radnih naloga, koje će u obzir uzeti prethodnu lokaciju zaduženog servisera i potrebno vrijeme putovanja. Također, pri raspoređivanju sustav mora uzeti u obzir radno vrijeme, planirano odsustvo servisera i neradne dane. |  |  |  |
| 6.24 | Ugovor o kvaliteti pružanja usluga (engl. SLA) | SLA kalkulacije moraju uzeti u obzir radno vrijeme odjela podrške kupcima, koje mora biti jednostavno podesivo unutar sustava.  U SLA vremena se ne računa period u kojem se čeka odgovor kupca  Vrijeme do prvog odgovora nakon trenutka kreiranja upita – 120 minuta  Vrijeme od prvog odgovora do rješenja – 16 sati  Vrijeme provedeno u čekanju na interne resurse – 4 sata  Vrijeme provedeno u čekanje na vanjske resurse – 8 sati Isporuka rezervnih dijelova – prodajna prilika   * Vrijeme od izrade narudžbe kupca do isporuke dijelova   Sustav mora biti sposoban uzeti u obzir praznike za praćenje i izračun SLA.  Sustav mora biti u stanju pratiti ciljane SLA elemente u potpunosti automatizirano temeljem statusa u sustavu. |  |  |  |
| 6.25 | Automatizirane obavijesti | Sustav treba imati mogućnost slati automatizirane notifikacije elektroničkom poštom i SMS poruke, na jeziku kupca koji je definiran unutar kartice partnera. Ako jezik nije definiran, poruka mora biti poslana na hrvatskom i engleskom jeziku (unutar iste elektroničke pošte). Automatska notifikacija se šalje odmah kod zaprimanja elektroničke pošte iz koje se kreira novi upit ili ručnog dodavanja upita od strane voditelja podrške. U slučaju ručnog definiranja upita, automatska notifikacija se šalje primarnom kontaktu kupca kojeg definira voditelj podrške unutar upita.  Automatska potvrda kreiranja upita   * Prilikom kreiranja upita, bilo automatski iz pristigle elektroničke pošte, telefonskog poziva ili ručno, inicijator upita se obavještava automatiziranom porukom elektroničke pošte (ako u kontakt kartici inicijatora postoji adresa elektroničke pošte).   Obavijest inicijatoru o terenskom servisu   * Nakon što je definiran termin servisa, odnosno raspoređeni resursi potrebni za intervenciju terenskog servisa (serviser, vozilo), inicijator i serviser će primiti automatsku SMS obavijest i obavijest putem elektroničke pošte s detaljima servisa (ime servisera, datum servisa i očekivano vrijeme početka servisa)   Kršenje SLA   * Ako se u bilo kojem koraku upita ili prodajne prilike za prodaju rezervnih dijelova prekrši postavljeni SLA, voditelj podrške zadužen za upit ili priliku će dobiti obavijest elektroničkom poštom o tome. Također, obavijest će dobiti i predefinirana lista elektroničke pošte uprave (adrese će biti definirane naknadno).   Poziv na ispunjavanje ankete  Nakon završenog servisnog slučaja, inicijator će dobiti automatsku elektroničku poštu s molbom za popunjavanje ankete o zadovoljstvu uslugom. |  |  |  |
| 6.26 | Jezici komunikacije | Sva automatizirana komunikacija (automatizirane poruke, ankete) s inicijatorom mora se odvijati na preferiranom jeziku kupca koji je zapisan u kartici partnera. Ankete moraju imati podršku za prijevode bez potrebe za izradom zasebne ankete po svakom jeziku.  Ako unutar kartice nije zapisan preferirani jezik komunikacije, sustav će odrediti jezik temeljem države u kojoj se kupac nalazi:   * HR – hrvatski * SR – srpski * BH – hrvatski * SI – slovenski * DE, CH, AU – njemački   Ostale zemlje – engleski |  |  |  |
| 6.27 | Pretraživanje upita | Sustav treba omogućiti pretraživanje upita po slijedećim kriterijima:   * Voditelj podrške kupcima / referent podrška kupcima ima mogućnost pretrage upita kako bi došao do informacije gdje se upita nalazi (npr. da li je u obradi ili nije te kod koga je) * Voditelj podrške kupcima / referent podrška kupcima ima mogućnost pretraživanja upita po sljedećim poljima:   + Predmet   + Datum stvaranja   + Pošiljatelj   + Primatelj   + Smjer elektroničke pošte   + Opis   + Voditelj podrške kupcima / referent podrška kupcima koji je stvorio elektroničku poštu * Moguće je kombinirati više uvjeta pretraživanja i to tako da pretraživanje vrati rezultate ako su:   + Svi navedeni uvjeti zadovoljeni   + Barem jedan od navedenih uvjeta zadovoljen   Sustav treba omogućiti slijedeće kolone u prikazu pronađenih upita:   * + Predmet   + Datum stvaranja   + Pošiljatelj   + Primatelj   + Smjer elektroničke pošte   + Opis   + Naziv reda čekanja   + Voditelj podrške kupcima / referent podrška kupcima koji je preuzeo elektroničku poštu (engl. WorkingON)   + Status (engl. Open/Completed) |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Modul za distributere** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 7.1 | Jednostavnost i brzina korištenja | Osim uobičajenog načina rada, modul će podržavati i tzv. prezentacijski način rada u kojem se u katalogu proizvoda neće prikazivati cijene proizvoda. Sve ostalo iz modula za distributere će funkcionirati na zadani (engl. default) način. Modul će omogućiti prebacivanje iz prezentacijskog načina rada u uobičajeni / normalni i obrnuto bez napuštanja stranice na kojoj se korisnik nalazi (tj. pri promjeni načina rada učitava se ista stranica).  Novi korisnici će prilikom podnošenja registracijskog zahtjeva odabrati jezik u kojem žele koristiti modul.  Korisnici mogu naknadno samostalno promijeniti izabrani jezik. Zadnje postavljeni jezik ostaje zapamćen i nakon odjave iz modula te se koristi kao zadani (engl. *default*) pri sljedećoj prijavi.  Stranica za prijavu u modul, osim mogućnosti unosa korisničkog imena i zaporke treba omogućiti i odabir jezika, a promjena jezika odmah se održava na promjenu forme za prijavu.  Dodavanje novog jezika mora biti efikasno, tj. do svih tekstova koje treba prevesti mora biti moguće doći na jednostavan način, a jednostavno mora biti i ugraditi prevedene tekstove koji odgovaraju originalnim tekstovima.  Na razini modula, zadani jezik je engleski jezik. Zadani jezik se koristi u svim situacijama u kojima ne postoji traženi sadržaj na jeziku korisnika.  Sva komunikacija s korisnikom koja zahtijeva njegovu posebnu pozornost mora biti izvedena tako da ne ometa uobičajeni tijek rada. To znači, između ostalog, da modul ne smije otvarati dodatne prozore web preglednika.  Kod galerija fotografija treba biti moguće jednostavno pregledavanje slika, dijaprojekcija (engl. *slideshow*)– npr. na tabletima. |  |  |  |
| 7.2 | Opći zahtjevi | Modul za distributere će biti zasebni modul koji će biti namijenjen Distributerima.  Modulu će se moći pristupati preko web sučelja, tableta ili mobitela.  Modul mora omogućiti višejezičnost što uključuje prilagodbu formata u kojem se ispisuju brojevi i datumi.  Modul mora voditi bilješke o svim promjenama u modulu (engl. auditing). Bilješke trebaju sadržavati podatak o tome tko je izvršio promjenu, te što je promijenjeno.  Modul će omogućiti praćenje informacija o login-u i IP adresi te državi iz koje se korisnik prijavljuje. U slučaju odstupanja modul će slati obavijest administratoru (npr. prijava distributera izvan matične države, prijava s dvije različite lokacije u kratkom vremenu).  Zapis o promjenama u modulu će se čuvati minimalno 1. godinu.  Modul će imati mogućnost prikaza svih distributeru relevantnih dokumenata.  Korisnici će moći pristupiti katalogu rezervnih dijelova.  Korisnici će moći registrirati kupljeni uređaj.  Korisnici će moći dodavati nove partnere i osobe.  Modul će imati mogućnosti pregleda svih računa i odobrenja primljenih od RASCO-a i svih plaćanja.  Svaki distributer će moći kreirati partnere i osobe unutar modula. |  |  |  |
| 7.3 | Integracija i migracija | Modul za distributere će usko nadovezivati na CRM sustav.  Modul za distributere će omogućiti pristup prema internom RASCO sustavu za upite u CRM-u.  Šifrarnici partnera i partnerskih grupa nalaze se u CRM-u te se prenose u modul za distributere, gdje ih se ne može uređivati.  Korisnici modul za distributere moći će preko jedinstvene prijave pristupiti u RASCO podsustav za pregled kataloga rezervnih dijelova (SPS sustav)  Zapisi o novim partnerima i osobama će se držati unutar RASCO CRM-a gdje će posebno biti naznačeno da se ti zapisi odnose na zapise RASCO distributera.  Prethodno navedeni zapisi će biti temelj za kontrolu pristupa krajnjih kupaca aplikacijama koje će RASCO staviti na raspolaganje |  |  |  |
| 7.4 | Korisnici modula za distributere | Korisnici modula za distributere će biti distributeri, poddistributeri, voditelji prodaje, voditelji marketinga, voditelji servisne podrške, administrator  Korisnici će imati pristup samo modulu za distributere, ne i CRM sustavu.  Korisnik će preko formulara podnositi zahtjev za otvaranjem korisničkog računa, upisujući pritom osobne podatke. Modul treba obaviti provjeru valjanosti adrese elektroničke pošte (npr. primitkom elektroničke pošte od modula te klikanjem na poveznicu).  Zahtjev je uspješno podnesen ako je potvrđena valjanost adrese elektroničke pošte.  Za svaki uspješno podnesen zahtjev, voditelji prodaje dobivaju obavijest putem elektroničke pošte.  Voditelji prodaje putem modula mogu dobiti uvid u sve podnesene zahtjeve od strane distributera i poddistributera te odobriti svaki pojedini zahtjev. Pri odobrenju zahtjeva, voditelj prodaje mora korisniku dodijeliti ulogu (partner, voditelj servisne podrške ili prodavač) te, ako se radi o partneru, mora mu dodijeliti prodavače i voditelje servisne podrške. Ako se radi o poddistributeru, iz šifrarnika partnera mora mu se dodijeliti i partner „roditelj“. Odobrenjem zahtjeva korisnički račun postaje aktivan.  Kad voditelj prodaje odobri korisnički račun, korisniku se pošalje obavijest putem elektroničke pošte i on može započeti s radom.  Modul treba obavljati provjeru identiteta korisnika na temelju korisničkog imena i zaporke. Prijenos korisničkog imena i zaporke mora biti siguran od presretanja u prijenosu i neovlaštenog korištenja. Modul treba obavljati automatsku odjavu korisnika koji prestanu koristiti aplikaciju duže od 30 minuta (tzv. engl. idle timeout).  Svakom partneru mogu biti dodijeljeni jedan ili više prodavača ili voditelja servisne podrške. RASCO voditelji prodaje i marketinga mogu uređivati listu dodijeljenih partnera odnosno prodavača i voditelja servisne podrške za svakog partnera.  Novi korisnici će prilikom podnošenja registracijskog zahtjeva odabrati jezik u kojem žele koristiti aplikaciju.  Korisnici mogu naknadno samostalno promijeniti izabrani jezik. Zadnje postavljeni jezik ostaje zapamćen i nakon odjave iz aplikacije te se koristi kao zadani pri sljedećoj prijavi.  Kad se korisnici koji su zaposleni kod partnera registriraju na modulu za distributere, odobrava ih voditelj prodaje te ih pridjeljuje odgovarajućem partneru.  Kontrola pristupa mora biti moguća kroz: mogućnost definiranja pristupa nad mapom/direktorijem, mogućnost definiranja pristupa po distributeru i po tipu korisnika |  |  |  |
| 7.5 | Financije | Modul će korisnicima omogućiti pregled računa i odobrenja o knjiženju (OK) koje je izdao RASCO distributeru, s rokovima plaćanja.  U modulu će biti omogućeno automatsko obavještavanje o kašnjenju s plaćanjem.  Svaki partner (distributer) koji ima ugovoreni odnos s RASCO-m može vidjeti svoja dugovanja.  Poddistributeri nemaju ovu funkciju jer nemaju nikakav financijski odnos s RASCO-om.  Informacija o dugovanjima prenosi se iz CRM-a i to na način da se prenose svi neplaćeni računi za svakog od partnera. Računi sadrže podatak o broju računa (identifikatoru), iznosu, valuti te datumu dospijeća. Za sve neplaćene račune kojima je prošao datum dospijeća, modul za distributere će vizualno upozoravati partnere (između ostalog i na dashboard-u) |  |  |  |
| 7.6 | Šifrarnici | Modul mora omogućiti unos proizvoljnog broja i vrsta kontakata koji se mogu vezati za krajnjeg kupca. Kontakte krajnjeg kupca održavaju partneri, ali mogu ih uređivati i voditelji prodaje.  Svi zapisi se čuvaju u RASCO CRM-u, unutar kartica partnera i kartica kontakata koji se i inače koriste unutar CRM sustava. Unutar samog zapisa o partneru i kontaktima mora biti jasno naznačeno kojem distributeru pripadaju, odnosno koji ih je distributer kreirao.  Zapisi o partnerima i osobama će se koristiti: za kontrolu pristupa RASCO dokumentima i modulima koje ćemo im stavljati na raspolaganje, za registraciju uređaja, kod prijave i tijekom obrade garancija, unutar procesa prikupljanja povratnih informacija (engl. feedback).  Svaki partner može, unutar modula, održavati vlastitu bazu podataka o krajnjim kupcima. Ova baza vidljiva je samo njegovim djelatnicima te svim prodavačima i voditeljima servisa. Svi djelatnici distributera unutar modula imaju pristup samo onim partnerima i kontaktima koje su kreirali djelatnici tog istog distributera. Navedeni korisnici modula ne mogu vidjeti druge partnere iz CRM-a.  Unutar zapisa o osobi mora biti moguće definirati ulogu unutar kompanije krajnjeg kupca koja može biti jednostruka ili višestruka od mogućih: vlasnik, direktor, tehnički direktor, nabava, voditelj mehanizacije, voditelj baze, operater strojeva.  Partner iz vlastite baze može deaktivirati kupce čime oni za partnera postaju trajno nevidljivi, ali modul mora čuvati podatke o obrisanom kupcu. Pri pregledu kupaca, voditelji prodaje imaju mogućnost vidjeti i podatke o obrisanim kupcima, odnosno unutar kartice partnera i svih povezanih kontakata jasno je označeno da su deaktivirani preko modula za distributere. |  |  |  |
| 7.7 | Upravljanje prodajnim prilikama | Modul mora omogućiti kreiranje i promjenu postojećih prodajnih prilika za distributere i poddistributere. Listu je moguće sortirati i filtrirati prema zadanim kriterijima. Svaka poslovna prilika može imati više vezanih ponuda. Modul treba omogućiti unos i izmjenu postojećih ponuda.  Prodajne prilike unutar modula za distributre su pogled prema prodajnim prilikama unutar CRM sustava. Distributer kreiranjem prilike u modulu kreira prodajnu priliku u CRM sustavu. Distributer ima pristup samo onim prodajnim prilikama koje je sam kreirao ili koje je kreirao voditelj prodaje za njega (prodajna prilika koja je naslovljena na distributera), te niti jednoj drugoj prodajnoj prilici unutar CRM-a.  Distributer može prodajne prilike koje su vezane uz njega filtrirati i pretraživati. Aktivne prodajne prilike će u pregledu biti jasno odvojene od zatvorenih prilika. Prilike se mogu filtrirati prema ključnim atributima, pogotovo datumima kreiranja, statusu i partneru.  Prodajna prilika može biti vezana uz partnera – krajnjeg korisnika, a sadrži informacije o uređajima, traženom roku isporuke, statusu i vrijednosti prilike.  Unutar prodajne prilike, distributer može dodati upit prema RASCO-u. Iz perspektive RASCO-ova voditelja prodaje i CRM sustava, ovaj upit u osnovi predstavlja ponudu prema distributeru.  Distributer ima mogućnost kreiranja upita dodavanjem proizvoda u upit unutar prodajne prilike. Dodavanje proizvoda se vrši na jednostavan način odabirom proizvoda, nakon čega se korisniku otvara mogućnost konfiguracije uređaja. Konfiguracija funkcionira na način da se korisniku prikaže kompletan cjenik za određen uređaj u tabličnom formatu, nakon čega korisnik ima mogućnost odabira opcija uređaja, slično ili isto kao što je to previđeno pri kreiranju ponude u samom CRM sustavu.  Nakon dodavanja uređaja u upit korisnik definira željenu količinu uređaja. Korisnik može dodati i druge uređaje u isti upit.  Nakon što je proces dodavanja svih željenih uređaja u upit završen, korisnik šalje upit u RASCO. Prodajna prilika korisnika se prenosi u prodajnu priliku unutar CRM-a, zajedno s upitom koji je korisnik definirao. Navedeni upit se unutar CRM-a snima kao ponuda distributeru, no on se u CRM-u ne može mijenjati, već se može samo kopirati u novu ponudu distributeru. Voditelj prodaje kopira pristigli upit u novu ponudu unutar iste prodajne prilike, pregledava novi dokument, te ga može mijenjati po volji. Nakon izrade, voditelj prodaje novokreiranu ponudu šalje u modul za distributere gdje je korisnik može prihvatiti ili odbiti. Ako je prihvati, ponuda se automatski pretvara u dokument narudžba kupca unutar CRM sustava. Unutar modula za distributre i CRM-a se povezani dokumenti (upit i ponuda) zatvaraju. Korisnik unutar prilike vidi dokument narudžba kupca koju je kreirao prihvaćanjem ponude.  Ako korisnik odbije RASCO-ovu ponudu, ta činjenica se bilježi unutar prilike, te se ponude u modulu za distributere i CRM sustavu označavaju kao neprihvaćene i zatvaraju. Prilika ostaje aktivna sve dok je distributer ne označi drugačije, odnosno dok distributer ne označi priliku kao zatvorenu. |  |  |  |
| 7.8 | Cjenici | Cjenicima se pristupa kroz CRM sustav. Modul za distributere ima samo za čitanje pristup cjenicima.  Cijena usluge ili dobra unutar modula za distributere standardno mora biti izražena EUR. |  |  |  |
| 7.9 | Registracija strojeva / Baza uređaja | Modul će omogućiti da kada partner dostavi određeni uređaj krajnjem kupcu ili pod-distributeru, može tu činjenicu pohraniti u modul ostavljajući podatke o identitetu onoga kome je uređaj isporučio (u daljnjem tekstu krajnji kupac ili kupac) te o kojem uređaju se radi. Ukoliko je krajnji kupac već definiran u partnerovoj bazi podataka o krajnjim kupcima, aplikacija će mu omogućiti brži unos podataka o kupcu odabirom postojećeg kupca.  Baza podataka o registracijama se nalazi unutar CRM-a, specifično, unutar baze uređaja u CRM-u. Svaki zapis o registraciji se dodaje kao dodatno polje unutar baze uređaja pod lokacijom uređaja. U sklopu registracije potrebno je dodati u zapis podatke o partneru, podatke o lokaciji / podružnici partnera, datum registracije, datum isporuke uređaja kupcu, informacije o distributeru koji je registraciju napravio, te status registracije (aktivna, neaktivna).  Distributer osim pridodavanja registriranog uređaja na krajnjeg kupca treba imati mogućnost označiti gdje se taj uređaj nalazi (krajnji kupac može imati više lokacija). Bazu podataka o registriranim uređajima za određenog partnera mogu pregledavati djelatnici tog partnera, prodavači dodijeljeni partneru, voditelji servisne podrške te voditelji prodaje. No distributer i njegovi zaposlenici vide samo one registracije koje su:   * aktivne u bazi uređaja i * koje u bazi uređaja u lancu isporuke uključuju distributera   Partner može pojedine zapise iz evidencije prodanih uređaja deaktivirati, čime oni za sve zaposlenike distributera postaju efektivno obrisani, ali ovi zapisi ostaju vidljivi u CRM bazi uređaja za prodavače, voditelje servisne podrške i voditelje prodaje RASCO-a, uz indikaciju da su obrisani unutar modula za distributere.  Ako distributer deaktivira partnera, sve registracije uređaja koje je napravio navedeni distributer, a koje se odnose na deaktiviranog partnera trebaju prilikom deaktivacije partnera promijeniti status u bazi uređaja u neaktivne. Kad je zapis obrisan, partner smije unijeti ponovo registraciju za isti tvornički broj, s drugim kupcem. Isti zapis se dodaju u bazu uređaja u CRM-u, te proglašava aktivnim. Ako distributer ne doda novu registraciju, uređaj ostaje neregistriran. Distributer može pridodati odgovornu osobu od strane kupca za taj uređaj  U bazi podataka registriranih uređaja koja pripada poddistributeru, njemu pripadajući distributer smije vidjeti samo one uređaje za koje je poddistributer podnio garancijski zapisnik.  Voditelji prodaje i voditelji servisne podrške imaju mogućnost pregleda informacija o prodanim uređajima od svih partnera. |  |  |  |
| 7.10 | Prikupljanje povratnih informacija (engl. Feedback) | Distributeri će imati pristup odgovoru na ankete onih krajnjih kupaca za koje su oni zaduženi. Distributer je zadužen samo za one kupce koje je kreirao unutar modula za distributere kao partnere i kontakte. |  |  |  |
| 7.11 | Modul za upravljanje upitima | Modul za upravljanje upitima unutar modula za distributere jest pogled prema sustavu za upite unutar CRM-a. Distributer ima pristup onim upitima koji se odnose na njega ili koji se odnose na krajnje kupce za koje je distributer zadužen.  Unutar pojedinog upita, distributer može vidjeti svu korespondenciju elektroničkom poštom te ostale zapise unutar kojih sudjeluje (primjerice, ponude, potvrde narudžbi). Distributer ne može vidjeti korespondenciju u kojoj ne sudjeluje (primjerice, interna korespondencija unutar odjela podrške ili unutar RASCO-a, a koja je pohranjena unutar upita, interni dokumenti, itd.).  Distributer može kreirati novi upit, no zbog jednostavnosti, forma za kreiranje upita je u osnovi forma koja samo šalje elektroničku poštu s podacima iz forme prema adresi elektroničke pošte modula za upravljanje upitima unutar CRM sustava. |  |  |  |
| 7.12 | Upravljanje garancijama | Garancijski zapisnik (reklamacijski zapisnik)  Modul će omogućiti distributerima unos reklamacija kroz modul za upravljanje upitima.  Obradu reklamacija obavlja odgovorna osoba u podršci kupcima. Garancijski zahtjev prolazi kroz određene statuse u procesu obrade. Nakon što je označen kao završen, više se ne može mijenjati.  Nakon obrade reklamacije status sa tehničkim izvještajem se šalje zastupniku i po potrebi odgovornim osobama u financijama i prodaji RASCO-a.  Garancijski zapisnik koji podnosi distributer odmah je vidljiv voditelju servisne podrške.  Sadržaj, odnosno, stavke zapisnika bit će iste kao i stavke postojećeg papirnatog zapisnika. Formatiranje dokumenta za ispis u PDF bit će ekvivalentan trenutnom papirnatom dokumentu.  Ukoliko u bazi registriranih uređaja postoji evidentiran uređaj za koji se traži refundiranje sredstava onda modul, na temelju serijskog broja, prikazuje podatke o uređaju (grupa, linija, model, godina proizvodnje i drugo) i kupcu kojem je isporučen.  Ukoliko uređaj nije registriran u modulu za distributere onda ove podatke mora unijeti partner ručno. Podnositelju garancijskog zapisnika za uređaj modul odmah treba javiti da li je uređaj u garantom roku ili ne. Provjera se vrši putem baze uređaja, u kojoj je zapisan datum početka i datum kraja garancije.  Podatke o registriranim uređajima može vidjeti samo onaj partner koji je taj uređaj isporučio. Distributer može vidjeti podatke o isporučenim uređajima koje je isporučio njegov poddistributer, ali samo za one uređaje koje je dodao u garancijski zapisnik.  Zapisnik otvoren od strane ima dva dijela u koji se unose podaci o obavljenim servisnim poslovima i utrošenim rezervnim dijelovima. Prvi dio popunjava, dok drugi dio popunjava distributer. Oba dijela sadrže ista polja za unos (opis servisne akcije s utrošenim satima; šifra utrošenog rezervnog dijela; adresa servisne intervencije i prijeđeni kilometri). Razlog razdvajanja dijela jest mogućnost različitog načina obračuna troškova garancije između i distributera, te distributera i RASCO-a. RASCO-ov voditelj podrške kupcima ima pristup samo dijelu koji popunjava distributer.  Ukoliko partner slučajno «pogodi» serijski broj uređaja koji nije isporučio neće dobiti podatke o tom uređaju. Distributer može vidjeti sve narudžbe od svojih poddistributera, ali ih ne može mijenjati. Distributer može vidjeti samo one uređaje koje su isporučeni njemu iz RASCO-a.  Kad partner prvi put unese garancijski zahtjev i kompletira ga svim obveznim poljima, modul šalje elektroničku poštu voditeljima podrške kupcima zaduženim za dotičnog partnera. Ova elektronička pošta je signal voditelju podrške kupcima da treba evaluirati zahtjev, te ga odobriti ili odbiti. U procesu evaluacije voditelj podrške kupcima može komentirati zahtjev i tražiti dodatnu dokumentaciju (npr.: fotografije, skenirane dokumente, račune i drugo). Svaki novo stvoreni komentar šalje se elektroničkom poštom ili prodavaču ili korisniku koji je otvorio zahtjev, u ovisnosti o tome tko je ostavio komentar. Elektronička pošta treba sadržavati link na garancijski zahtjev.  Svaki pojedini garancijski zapisnik moći će se ispisati (minimalno od strane voditelja podrške kupcima) kao PDF dokument. Bez obzira na sam format ispisa, sadržaj mora biti približno sličan postojećem papirnatom garancijskom zahtjevu |  |  |  |
| 7.13 | Spare Parts System s online naručivanjem dijelova | URL poveznica na rješenje Spare Parts System (SPS), pritiskom na koji se korisnika automatski logira u SPS sustav, bez dodatnog unosa korisničkog imena i lozinke, koristeći način pristup koji jasno definira sam SPS sustav. |  |  |  |
| 7.14 | Narudžbe distributera u modulu za distributere | Jedino voditelj prodaje u svakom trenutku može narudžbu postaviti u bilo koje stanje, bez obzira na trenutno stanje narudžbe. Ova administrativna funkcionalnost omogućava voditeljima prodaje rješavanje neplaniranih situacija kao kad, na primjer, kupac odustane od dijela narudžbe.  Narudžbe od poddistributera prema njemu pripadajućem distributeru imaju isključivo svrhu komunikacije između poddistributera i distributera i ne ulaze u proces obrade narudžbi prema RASCO-u. RASCO-ve djelatnike obično neće zanimati ove narudžbe |  |  |  |
| 7.15 | Dokumentacija | Modul će pojedinom distributeru omogućiti pristup dokumentaciji za pojedini uređaj.  Dokumentacija će se čuvati na RASCO repozitoriju dokumenata.  Dokumentacija će sadržavati: upute za operatere, sheme, katalog proizvoda, galerije fotografija, razne promotivne materijale, prezentacije i slično.  Katalog proizvoda omogućiti će distributeru pregled proizvoda. Treba postojati mogućnost grupiranja, odabira dimenzija, pregleda tablice s opcijama s time da se mogu pogledati detalji opcije, pregled tablice s specijalnim opcijama  Kontrola pristupa dokumentima mora biti omogućena na razini samog dokumenta ili na razini foldera, uz mogućnost definiranja grupe korisnika koja ima pristup:   * samo određeni distributer ili distributeri (što uključuje sve zaposlenike distributera koji imaju dozvolu pristupa) * svi distributeri |  |  |  |
| 7.16 | Vijesti | Modul će prikazivati vijesti na glavnoj stranici modula. Naslovi nepročitanih vijesti će biti jasno vizualno odvojeni od naslova pročitanih. Vijesti za modul za distributere bit će kreirane unutar CRM sustava, te ih može usmjeriti prema nekim ili svim distributerima. Vijesti će se prikazivati na jeziku koji odabere korisnik, a ako ne postoji prijevod na njegov jezik, vijest će se prikazivati na engleskom jeziku. Vijest se neće moći kreirati unutar CRM sustava bez engleske verzije. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Modul za krajnje korisnike** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 8.1 | Opći zahtjevi | Modul za krajnje korisnike biti će namijenjen upravo krajnjim korisnicima RASCO-ovih uređaja.  Modulu će se moći pristupati preko web sučelja, tableta ili mobitela.  Modul mora omogućiti višejezičnost što uključuje prilagodbu formata u kojem se ispisuju brojevi i datumi.  Modul mora voditi bilješke o svim promjenama u modulu. Bilješke trebaju sadržavati podatak što je promijenjeno. Modul će također održavati zapise o pristupu. Zapis o promjenama i pristupu u modulu će se čuvati minimalno 1. godinu.  Korisnici će moći na vrlo jednostavan način kreirati nove upite.  Korisnici će dati povratnu informaciju o uređaju.  Korisnici će moći sudjelovati u anketama.  Korisnici će moći pratiti vijesti.  Korisnici će moći vidjeti dokumentaciju vezanu za registrirani proizvod.  Korisnici će moći vidjeti podatke o stroju  Korisnicima će biti omogućeno pratiti kada im dolaze redovite i preventivne servisne akcije. |  |  |  |
| 8.2 | Integracija | Modul za krajnje korisnike će se usko nadovezivati na CRM sustav.  Modul za krajnje korisnike će omogućiti pristup prema internom RASCO sustavu za upravljanje upitima u CRM-u.  Modul za krajnje korisnike moći će preko jedinstvene prijave pristupiti u RASCO podsustav za pregled kataloga rezervnih dijelova (SPS sustav)  Zapisi o postojećim i novim krajnjim korisnicima će se držati unutar RASCO CRM-a gdje će posebno biti naznačeno da se ti zapisi odnose na krajnje korisnike pojedinog RASCO distributera ili partnera.  Prethodno navedeni zapisi će biti temelj za kontrolu pristupa krajnjih kupaca aplikacijama koje će RASCO staviti na raspolaganje |  |  |  |
| 8.3 | Korisnici modula | Korisnici modul će biti kompanije i osobe koje neposredno rade s RASCO uređajima.  Korisnici će imati pristup samo modulu za krajnje korisnike, ne i CRM sustavu.  Korisnici će biti kompanije – krajnji kupci RASCO uređaja, odnosno njihovi zaposlenici:   * voditelji nabave * voditelji mehanizacije * voditelji radionica * operateri / korisnici |  |  |  |
| 8.4 | Registracija | Modul će omogućiti registraciju kompanije-kupca, i to na više načina:   * registracija od strane distributera – distributer može prilikom kreiranja kompanije-kupca u svojoj bazi partnera unutar modula za distributere označiti da ima pristup modulu za krajnje korisnike, te imenovati globalnog admina kompanije-korisnika * samo-registracija od strane kompanije-kupca – osoba unutar kompanije-kupca može samoinicijativno zatražiti registraciju kompanije-kupca za pristup modulu za krajnje korisnike na način da se jednostavno registrira na stranicama modula i unese pri registraciji jedan servisni kod uređaja   Modul će omogućiti registraciju osobe unutar kompanije-kupca, i to na više načina:   * registracija od strane admin-a (globalnog ili regionalnog) dodavanjem novog korisnika i označavanjem korisnika kao regionalnog admina ili korisnika * samo-registracija korisnika na način da korisnik sam zatraži registraciju preko modula za krajnje korisnike i to na način da skenira minimalno jedan bar kod na uređaju, te onda da regionalni administrator (ako je imenovan za grupu unutar koje se nalazi skenirani uređaj) ili globalni administrator odobri registraciju   Podaci o partnerima krajnjim kupcima i povezanim osobama pohranjuju se u CRM sustav.  Korisnik će imati mogućnost samo registracije (engl. self-registration) korištenjem pristupnih podataka sa Facebooka (Facebook single sign on) Facebook korisničko ime korisnika bit će zapisano u njegovom profilu unutar CRM sustava.  Aplikacija treba obaviti provjeru valjanosti adrese elektroničke pošte (npr. primitkom elektroničke pošte od modula te klikanjem na link).  Za svakog uspješno registriranog korisnika, distributer zadužen za tog krajnjeg kupca dobiva obavijest elektroničkom poštom, te admin kompanije dobiva obavijest.  Ovisno o dodijeljenim pravima od strane administratora kompanije, korisnik može vidjeti sve uređaje, ili samo one za koje je zadužen ili čiji kod je koristio prilikom registracije |  |  |  |
| 8.5 | Modul za upravljanje upitima | Modul će omogućiti krajnjim kupcima da otvore i prate upite unutar aplikacije.  Modul će omogućavati jednostavno kreiranja upita putem mobilne modula unutar koje korisnik može skenirati QR kod ili bar-kod uređaja za koji želi otvoriti upit. Nakon otvaranja upita, korisnik može jednostavno dodati fotografije putem mobilnog modula, bilo iz memorije telefona ili direktno korištenje fotoaparata na mobilnom telefonu.  Korisnik može unutar upita zatražiti poziv. Modul će osigurati da je korisnik u svojim registracijskim podacima dao broj mobilnog telefona kako bi se povratni poziv mogao ostvariti.  Kada korisnik zatraži povratni poziv, alarmiraju se voditelji podrške kod distributera putem elektroničke pošte koji sadrži i sve kontakt podatke korisnika.  Upiti kreirani od strane krajnjih korisnika se nalaze unutar CRM modula za upite.  Upiti kreirani od strane krajnjih korisnika trebaju biti vidljivi distributeru zaduženom za tog krajnjeg korisnika.  Distributer rješava upite, tek ukoliko on ne može riješiti problem, upit se preusmjerava na RASCO. |  |  |  |
| 8.6 | Prikupljanje povratnih informacija | Modul predstavlja kanal za prikupljanje povratnih informacija od strane krajnjeg kupca RASCO uređaja. Povratne informacije se prikupljaju unutar modula pomoću anketa definiranih unutar CRM sustava, a koje se popunjavaju, između ostalog, i unutar mobilnog modula za krajnje korisnike.  Kada modul dobije informaciju iz CRM-a da je korisniku na raspolaganju nova anketa, modul će obavijestiti korisnika na njegovom mobilnom uređaju i putem elektroničke pošte. Korisnik će putem modula za krajnje korisnike moći popuniti anketu.  Modul će prikupljati povratne informacije od krajnjih korisnika i to na način:   * planirani, nakon u određenom trenutku nakon isporuke uređaja, ovisno o datumu isporuke i ovisno o tipu uređaja * planirani, nakon što se odradi servisni dio na nekom uređaju (prema upitu) * ad-hoc iniciran od strane kupca * ad-hoc iniciran od strane RASCO-a   Rezultati povratnih informacija vezanih za upite može vidjeti i distributer koji je zadužen za tog krajnjeg kupca.  Rezultati ostalih planiranih i ad-hoc prikupljanja povratnih informacija može vidjeti samo RASCO |  |  |  |
| 8.7 | Vijesti / novosti | Modul će omogućiti prikazivanje vijesti relevantnih za kupce (označeno u samoj vijesti od strane RASCO-a)  Vijesti u modulu za krajnje kupce bit će kontrolirane iz CRM sustava.  Modul će nuditi vijesti na lokalnom jeziku kupca.  Sučelje će biti na lokalnom jeziku kupca |  |  |  |
| 8.8 | Pristup katalogu rezervnih dijelova i uputama za operatera | Pristup katalogu rezervnih dijelova. Modul će omogućiti korisniku pristup sustavu SPS za rezervne dijelove na način da upiše servisni kod uređaja ili skenira kod na samom uređaju. Korisnik će dobiti pregled kataloga za samo taj uređaj. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Marketing** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 9.1 | Prikupljanje povratnih informacija o uređajima | Modul će omogućiti prikupljanje povratnih informacija od strane krajnjeg korisnika uređaja.  Prikupljanje povratnih informacija vrši se anketama koje se u određenim trenucima šalju zaposlenicima kompanije – krajnjeg kupca ili RASCO-ovom distributeru, ovisno o scenariju.  Scenariji prikupljanja povratnih informacija, odnosno tipovi su kako slijedi:   * Isporuka rezervnih dijelova   + Nakon svake isporuke rezervnih dijelova naručitelj dijelova (bilo krajnji kupac bilo distributer) dobiva anketu nakon određenog broja dana po isporuci dijelova * Tehnička podrška   + Nakon svakog upita, po okončanju procesa, inicijator upita će dobiti jednu od dvije vrste anketa, ovisno o tome da li je upita sadržavao terensku podršku ili ne * Isporuka uređaja   + Nakon svake registracije isporuke koju obavi distributer i nakon proteka određenog broja dana od isporuke, modul šalje anketu osobi unutar kompanije krajnjeg kupca koja je odgovorna za nabavu uređaja, odnosno koja je distributeru bila primarni kontakt prilikom procesa prodaje uređaja * Sezonska anketa vezana uz uređaje   + Nakon završetka svake sezone (ljetne ili zimske) operateri uređaja i šefovi mehanizacije će dobiti ankete sa zahtjevom za povratnim informacijama, ovisno o tipovima uređaja koje krajnji kupac koristi (moguće je da ima oba tipa) * Ad-hoc anketa   + Ankete koje se mogu u svakom trenutku mogu poslati bilo kojoj grupi kupaca   Osim anketa koje inicira RASCO putem CRM sustava, krajnji korisnici mogu tražiti slanje povratnih informacija. Korisnik unutar modula za krajnje korisnike može odabrati tip povratnih informacija koji želi dati – povratne informacije o uređajima, povratne informacije o isporukama dijelova i o korisničkoj podršci. |  |  |  |
| 9.2 | Segmentacija klijenata | Modul će omogućiti jednostavno upravljanje bazom kupaca (partnerskih kompanija i osoba). Kupci u modul će se moći unositi pojedinačno ili grupno iz Excela. Kupci iz modula će se moći na jednostavan način izvesti u Excel.  Voditelj marketinga treba moći na jednostavan način napraviti segmentaciju kupaca prema više kriterija.  Segmentacija korisnika u marketinške liste kao preduvjet kreiranja kampanja je moguća na dva načina:   1. Dinamička segmentacija 2. Statička segmentacija   Dinamička segmentacija se odnosi na definiranje skupine podataka na temelju odabranih kriterija, a čiji je broj i opseg automatski naknadno podložan promjenama.  Statička segmentacija se odnosi na zadanu skupinu korisnika zadanu u danom trenutku gdje se korisnici uključeni u segmentaciju naknadno mogu mijenjati isključivo manualno. |  |  |  |
| 9.3 | Stvaranje aktivnosti za provedbu kampanje | Komunikacijski kanali koje će modul podržavati su: elektronička pošta, telefon, društvene mreže, bilteni, SMS-i, fizička pisma.  Voditelj marketinga će moći:   * kreirati budžet za pojedine kampanje. * voditi zadatke prilikom priprema kampanja * definirati aktivnosti i dodijeliti pojedinom korisniku * imati uvid u statistiku odziva pojedine kampanje * raditi segmentaciju tržišta te slanje kampanja ciljano prema određenoj skupini * raditi ROI kalkulacije * slati na temelju prikupljenih podataka personalizirane newslettere prema području interesa * uz klijenta vidjeti cjelokupnu povijest kontaktiranja   Voditelj Marketinga treba biti u mogućnosti dodjeljivati različite aktivnosti članovima tima. |  |  |  |
| 9.4 | Praćenje odgovora u kampanji | Modul će omogućiti centralizaciju i vođenje online i offline kampanja putem newslettera i društvenih mreža, te offline promocija kao i praćenje metrike uspješnosti kampanja i izvještavanje na temelju kampanja i povratnih informacija korisnika s društvenih mreža.  Modul će omogućiti praćenje odgovora u kampanji i promicanje u prilike.  Modul treba omogućiti da se dubljom analizom i povezivanjem s prodajnim aktivnostima može jasno odrediti koji korisnik je rezultat promotivnih aktivnosti unutar kampanje i kolika je isplativost pojedine kampanje, odnosno pojedinog kanala komuniciranja – primjerice putem newslettera. |  |  |  |
| 9.5 | Izrada nadzornih ploča i izvještaja | Modul će davati izvještaj o ispunjenju pojedine kampanje po svim raspoloživim atributima. |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Ispisi** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Opis zahtijevane funkcionalnosti** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
| 10.1 | Opći zahtjevi za ispise | Svi predlošci memoranduma koji se koriste za pojedina tržišta imat će isti fizički oblik, odnosno imat će isti prostor raspoloživ za sadržaj dokumenta. Razlika između dokumenata koji se ispisuju zajedno s predloškom memoranduma će biti jedino pozadina, odnosno sam dizajn memoranduma, koja je bez obzira na tržište za koju se koristi memorandum uvijek istih dimenzija, no sadrži različite podatke.  Svi dokumenti mogu se ispisati sa ili bez memoranduma u pozadini dokumenta, po izboru korisnika. Sustav će omogućiti lokalizaciju ispisa dokumenata prema pojedinim tržištima.  Ispis dokumenata (ponuda, narudžba kupca, potvrda narudžbe kupca) mora biti napravljen na jednostavan način. Ako je potreban odabir postavki ispisa (primjerice, sa i bez rabata, država unutar koje se ponuda kreira – ispis poreza, itd.) sustav će omogućiti konfiguraciju ispisa na jednostavniji mogući način, primjerice na jednom ekranu u jednom koraku prije ispisa.  Ispisi koriste valutu koja je definirana samim dokumentom koji se ispisuje. |  |  |  |
| 10.2 | Ispisi dokumenta | Mogući ispisi dokumenta „Ponuda“:   * Ponuda – 22 ispisa   + na HR, SR, SI, EN i DE jeziku   + sa i bez vidljivog rabata   + sa i bez vidljivog eksternog naziva   + sa i bez vidljivih cijena po stavkama (samo na HR tržištu, bez cijene po stavkama vidljiv je samo total cijele ponude) * Izvod iz cjenika – 20 ispisa   + na HR, SR, SI, EN i DE jeziku   + sa i bez vidljivog rabata   + sa i bez vidljivog eksternog naziva * Ponuda za proizvodnju (interni dokument) – 5 ispisa   + bez cijena, rabata na HR, SR, SI, EN i DE jeziku (bitne količine i šifre artikla) * Predračun / Pro-forma – 20 ispisa   + na HR, SR, SI, EN i DE jeziku   + sa i bez vidljivog rabata   + sa i bez vidljivog eksternog naziva   Mogući ispisi dokumenta „Narudžba kupca“   * Opcije ispisa bez obzira na tržište – 6 ispisa   + sa i bez vidljivog rabata   + sa i bez vidljivog eksternog naziva   + samo stavke s količinama, bez cijena i rabata   + za proizvodnju (bez cijena, rabata, bitne količine i šifre artikla) * Narudžba kupca – 5 ispisa   + na HR, SR, SI, EN i DE jeziku   Mogući ispisi dokumenta „Potvrda narudžbe kupca“   * Opcije ispisa bez obzira na tržište – 6 ispisa   + sa i bez vidljivog rabata   + sa i bez vidljivog eksternog naziva   + samo stavke s količinama, bez cijena i rabata   + za proizvodnju (bez cijena, rabata, bitne količine i šifre artikla) * Narudžba kupca – 5 ispisa   + na HR, SR, SI, EN i DE jeziku |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Općeniti tehnički preduvjeti** | | | | | |
| **R. br.** | **Funkcionalni zahtjev** | **Uvjeti za rješenje** | **Ponuđene funkcionalnosti** | **Bilješke, napomene, reference na dokumentaciju** | **Ispunjava (Da/Ne)** |
|  |  | Dostaviti dokaze da se nudi globalno CRM rješenje za 90% funkcionalnosti (jedan ili svi od uvjeta niže):   * dokaz (npr. izjava proizvođača rješenja) da je predmetno rješenje dostupno i lokalizirano u barem 10 zemalja iz EU/svijeta * da za rješenje lokalno u Hrvatskoj i u svijetu postoji više partnera koji su ovlašteni raditi na poslovima prodaje, implementacije i razvoja * Dokaz da rješenje ima nativnu integraciju s Microsoft Office aplikacijama (Outlook, SharePoint) * Rješenje mora omogućavati korisnicima da samostalno, bez programskih prilagodbi, prilagođavaju sadržaj i izgled ekrana i formi prema vlastitim potrebama * Rješenje mora imati definiran razvojni put (engl. „roadmap“) za sljedećih nekoliko godina – priložiti roadmap razvoja rješenja * Rješenje mora biti pozicionirano na „Gartner Magic Quadrant“ * Sustav mora raditi s integriranom i jedinstvenom bazom podataka za sve module rješenja koja omogućava jedinstvenost unosa podataka te dostupnost podataka do svakog korisnika * Sustavu je moguće pristupati kroz različita sučelja (klijentsku instalaciju na računalu, web preglednik, posebno prilagođen tablet klijent u vidu posebne aplikacije koja se preuzima za odabrani operativni sustav (iOS, Windows Mobile ili Android), posebno prilagođen klijent za mobilne uređaje u vidu posebne aplikacije koja se preuzima za odabrani operativni sustav (iOS, Windows Mobile ili Android)), * Sustav mora imati mogućnost integracije s vanjskim sustavima i aplikacijama putem više različitih vrsta tehnologija i protokola (razmjena datoteka, podrška za web servise …) * Mogućnost izvoza izvještaja iz sustava u Microsoft Word format, PDF, Microsoft Excel format * Mogućnost da administrator svakom korisniku dodjeljuje prava na korištenje dijela sustava koja su u skladu s korisnikovim radnim zadacima te mogućnost praćenja svih korisnikovih aktivnosti, kao i praćenje izmjena matičnih podataka u programu (ime korisnika koji je izmijenio podatak, točan datum i vrijeme izmjene). * Mogućnost vezanja neograničenog broja poveznica na matične podatke i dokumente u sustavu. Na ovaj način se uz svaki podataka u sustavu mogu vezati poveznice na potrebne podatke (npr. skenirane fakture, ugovor s kupcem, specifikacija proizvoda, itd.). * Omogućena integracija s MS Office aplikacijama (MS Excel, MS Word, MS Outlook). Napredne funkcionalnosti koje omogućuju korisnicima da vrlo lako samostalno kreiraju analitičke preglede i financijske analize uz mogućnost izvoza u Excel. * Mogućnosti kolaboracije više korisnika unutar rješenja (obavijesti, upozorenja). * Podrška za automatizirane tijekove rada (engl. workflow procese). * Podrška upravljanju kampanjama (engl. campaign managementu), ulaznom (engl. inbound) marketingu, automatizaciji marketinga (engl. marketing automationu) unutar sustava bez dodatne integracije na vanjske sustave * Podrška portalu i upravljanju portala (korisnički računi, sadržaj, interakcija između portala i CRM) unutar CRM rješenja |  |  |  |