

sapico-PRM

System sapico-PRM służy do zarządzania siłami sprzedaży oraz rozliczeń prowizyjnych. Sapico-PRM pozwala swobodnie konstruować strukturę organizacyjną kanałów sprzedaży bezpośredniej i pośredniej. Dzięki zastosowanym rozwiązaniom aplikacja pozwala na naliczenia różnego rodzaju prowizji dla współpracowników i partnerów.



Partnerzy

System sapico-PRM składa się z następujących modułów:

Struktura organizacyjna - do zarządzania strukturą organizacyjną, pracownikami

Prowizje - do definicji i naliczeń prowizji dla współpracowników i partnerów

Zdarzenia prowizyjne - rejestr zdarzeń uwzględnianych przy naliczeniach prowizji

Koszty i raporty pracy - rejestr kosztów i danych z raportów pracy

Projekty i zadania - praca grupowa nad wspólnymi projektami i zadaniami

Anonse - przekazywanie informacji do różnych osób, departamentów i firm

Zarządzanie strukturą organizacyjną

Dzięki sapico-PRM można swobodnie konstruować strukturę organizacyjną firmy oraz kanały sprzedaży pośredniej i bezpośredniej. System umożliwia prowadzenie ewidencji własnych pracowników i przydzielanie im określonych ról biznesowych. Nadanie pracownikowi roli biznesowej wiąże się z nadaniem odpowiednich uprawnień do korzystania z pakietu sapico-NET. Kolejnym krokiem jest przyporządkowywanie pracowników menedżerom. Każdy pracownik może mieć jednego bezpośredniego przełożonego oraz wielu pośrednich. Przełożeni mają dostęp do danych swoich pracowników.

Struktura organizacyjna kanału sprzedaży pośredniej może składać się z wielu firm współpracujących. Każda firma może mieć własną strukturę organizacyjną. Pracownicy firmy partnerskiej mogą być przedstawicielami handlowymi lub ich przełożonymi.



Sprzedaż pośrednia

Sprzedaż pośrednia



Prowizje i zdarzenia prowizyjne

Aplikacja wykorzystuje autorski mechanizm definicji i naliczeń prowizji. Dzięki zastosowaniu konfigurowalnego silnika reguł biznesowych możliwe jest stworzenie różnych prowizji i zdefiniowania algorytmu jej obliczenia. Obliczenia są realizowane przez odpowiednie serwisy workflow i operują na danych pochodzących ze struktury organizacyjnej, zarejestrowanych kosztów, raportowania pracy i innych zdarzeń prowizyjnych związanych ze sprzedażą, wygenerowanymi ruchem klienta, lub rezygnacją z usług.

Sapico-PRM jest w stanie obliczać prowizje z wykorzystaniem algorytmów definiowanych przez Klienta dla:

telemarketerów - np. w zależności od ilości rozmów zakończonych sukcesem

przedstawicieli handlowych - np. w zależności od liczby podpisanych umów, od liczby usług w umowach, od przychodów klienta, od ruchu klienta, kosztów

menedżerów - np. w zależności od prowizji swoich podwładnych

partnerów - np. w zależności od ilości pozyskanych klientów i kosztów.

Dla każdego pracownika w strukturze organizacyjnej własnej lub partnera można zdefiniować jakie prowizje go dotyczą i jakie posiada stawki dla każdej z prowizji.

Sapico sp. j.

ul. Kunickiego 5
30 - 134 Kraków

tel. 795 518 215
fax. (12) 395 01 10

www.sapico.pl

Specjalistyczne systemy CRM i PRM online



Zdarzenia prowizyjne

Zdarzenia prowizyjne mogą dotyczyć różnego rodzaju faktów związanych z pracownikiem. I tak dla przedstawiciela handlowego może to być fakt zatwierdzenia przez centralę umowy z klientem, dokonanie przez jego klienta pierwszej płatności za podpisaną umowę lub dokonanie rezygnacji przez klienta z części lub całości usług. Zdarzenia prowizyjne są mogą być rejestrowane poza systemem sapico-PRM a następnie poprzez mechanizmy integracyjne przekazane do wewnętrznego rejestru aplikacji. Dzięki takiemu modelowi system sapico-PRM może naliczać prowizje dla faktów pochodzących z różnych źródeł, w tym także z hurtowni danych i odpowiednich data martów (zagregowane dane są wtedy traktowane jako zdarzenie prowizyjne).

Data zdarzenia	Zdarzenie	Prowizja	Zdarzenie..	Zdarzenie - wartość	Informacje
2009-10-22 13:56:40	Sprzedaż POTS	78,00	2,8	25,00	Naliczono prowizję w wysokości: 78,00

Rok	Okres prowizyjny	Prowizja	Pracownik	Firma	Il.	Stan	Naliczono	Data naliczenia	Zatwierdzono	Data zatwierd...	Wyplacono
2009	2009-10-01 - 2009-10-31 (10)	Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant A	Kierownik-Regionu Paweł	Sapico	1		78,00	2009-12-01 11:11	78,00	2009-12-01 15:20	78,00
2009	2009-10-01 - 2009-10-31 (10)	Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant A	Handlowiec: Paweł	Sapico	1		98,28	2009-12-02 09:59	98,28	2009-12-02 13:07	98,28
2009	2009-10-01 - 2009-10-31 (10)	Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant A	Handlowiec: 1 Paweł	Sapico	1			2009-12-02 09:59	88,00	2009-12-02 13:07	88,00

Rejestr kosztów i raportowanie pracy

W naliczeniach prowizyjnych uwzględniane są ponoszone przez Centralę koszty realizacji zadań przez współpracowników lub Partnerów. Zarejestrowane koszty mogą stanowić podstawę do obliczeń prowizji, podobnie jak dane pochodzące z raportów pracy (np. ilość odwiedzonych klientów).

Anonse i ogłoszenia

Dzięki mechanizmowi anonsów możliwe jest przekazanie informacji poprzez portal lub mailowo do określonych firm partnerskich lub pracowników pełniących określone role w systemie. Możliwe jest np. adresowanie informacji do przedstawicieli handlowych w kanale sprzedaży pośredniej z kilku wybranych firm. Ogłoszenia są prezentowane do określonego w ogłoszeniu dnia i godziny zakończenia publikacji.

Nazwa	Stawka...	Stawka kw.	Podstawa prowizji	Krotność prowizji
Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant B	12,0000	13,00	Prowizja za sprzedaż	12 okresów
Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant A	78,00	78,00	Prowizja za sprzedaż	1 okres

DANE

Pracownik: Kierownik-Regionu Paweł
Firma: Sapico
Okres prowizyjny: 2009-10-01 - 2009-10-31 (10)
Prowizja: Prowizja podstawowa od sprzedaży - wariant A
Status: (Wyplacona)
Numer: 1
Komentarz:

NALICZONO Kwota: 78,00 Data: 2009-12-01

ZATWIERDZONO Kwota: 78,00 Data: 2009-12-01

WYPŁACONO Kwota: 78,00 Data: 2009-12-01

Projekty i zadania

Sapico-PRM udostępnia Partnerom Klienta mechanizmy pracy grupowej, w skład których wchodzi możliwość realizacji wspólnych projektów i zadań. Zadania mogą dotyczyć różnych aspektów działalności (np. przeciwdziałanie rezygnacji, propozycja przy kontynuacji umowy przez klienta) i wiązać się z ewidencjonowaniem określonych rezultatów (np. umów), czy planowaniem kolejnych zadań (np. dla telemarketingu firmy macierzystej).

Zarządzający sprzedażą pośrednią mogą analizować realizację zadań przez Partnerów.