

Voll integrierte CRM-Funktionen: Vollständige Verkaufs- und Service-Integration

Im Lieferumfang von SAP® Business One ist ein vollständig integriertes CRM enthalten. Die eng eingebundenen Funktionen, die die Bereiche Marketing, Vertrieb und Service umspannen, bieten Ihnen in Bezug auf den Kundenbeziehungszyklus eine unternehmensweite Transparenz.

Durch das integrierte CRM können die Kundenakquise, Kundenbindung, Kundentreue und Rentabilität der Kundenbeziehung umfassend gesteuert werden.

SAP® Business One – CRM - Vertriebsmanagement

Die Managementfunktionen des CRM-Vertriebszyklus von SAP Business One erfassen alle Verkaufsmöglichkeiten im gesamten Kundenbeziehungszyklus – angefangen bei der Erkennung von Interessenten und deren genauere Ermittlung und Qualifizierung über das Angebot bis hin zum Geschäftsabschluss und zum Service und Support nach dem Verkauf.

Das integrierte CRM von SAP Business One ermöglicht die Erfassung von Details wie Quelle, potenziellen Umfang des Geschäfts, Abschlussdatum, Mitbewerber und Aktivitäten zur Verkaufschance.

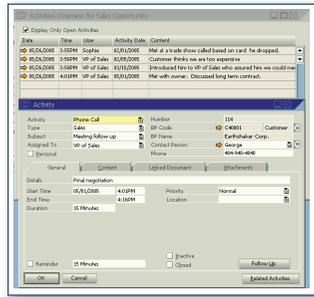
Berichte sind ein wesentlicher Bestandteil der CRM-Funktionen. Sie ermöglichen Benutzern, die Verkaufsmöglichkeiten nach Quelle, Gebiet, Branche, Kunde und Artikel zu analysieren. Mithilfe der Berichte können Prognosen verwaltet und die erwarteten Erträge monats- oder quartalsmäßig angezeigt werden. Anwender können sich die Verteilung der Interessenten nach den entsprechenden Zeiträumen und nach Quelle anzeigen lassen. Dadurch können sich die vielversprechendsten Aktivitäten zur Gewinnung potenzieller Kunden erkennen und durchführen.

Zentrale Funktionen:

Verkauf: Erstellen von Preisangeboten, Erfassen von Kundenaufträgen, Erstellen von Lieferungen, Aktualisieren der Bestandsmengen und Verwalten von Rechnungen und Debitorenkonten.

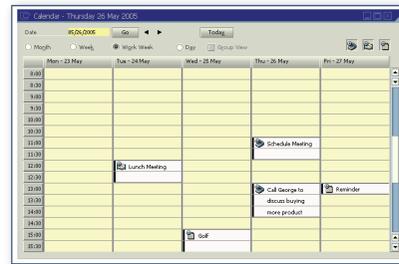
Einkauf: Verwalten und Warten von Lieferantenverträgen und Transaktionen, z. B. Ausgabe von Bestellungen, Aktualisieren des vorrätigen Bestands, Berechnen des Wareneinstandspreises importierter Artikel, Verwalten von Retouren und Gutbahen.

Geschäftspartner: Steuern aller Informationen zu Kunden, Wiederverkäufern und Lieferanten; Diese Informationen umfassen E-Mail-Adressen, Partnerprofile, Umsatzerichte, Aktivitäten mit den Geschäftspartnern und Kontosalden. Es steht auch ein Kalender für Benutzeraktivitäten zur Verfügung, in dem Suchmethoden wie „beginnt mit“ oder „enthält“ verwendet werden können, um den benötigten Artikel zu finden.

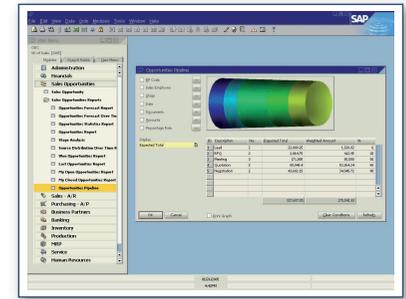


4 Verfolgen sämtlicher Aktivitäten einschließlich Erinnerungen an Folgeaktivitäten – grundsätzlich synchron mit Outlook

- Telefonate
- Besprechungen
- Aufgaben
- Notizen
- Sonstiges



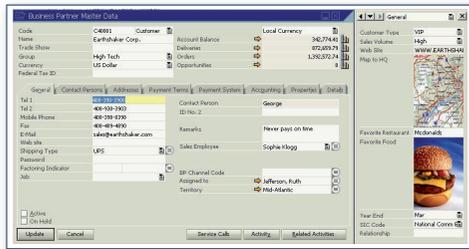
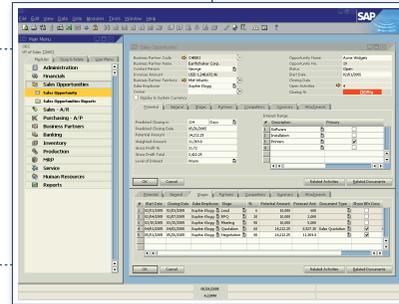
3 Aktivitäten können in SAP Business One über einen Kalender verwaltet werden. Die Anzeige des Kalenders kann auf Monat, Woche oder Tag gestellt werden. Der Kalender ist bidirektional mit Outlook synchronisiert.



4 Dem Management wird der umfassende Einblick geboten, der von leistungsfähigen grafischen Berichterstellungsfunktionen erwartet wird. Das Management kann die gesamte Pipeline anzeigen oder den Bericht so filtern, dass einzelne Vertriebsmitarbeiter, Kunden, Interessenten, die Phasen des Verkaufszyklus usw. angezeigt werden.

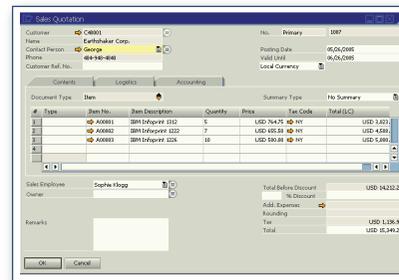
1 SAP Business One umfasst ein integriertes CRM Dabei handelt es sich um den zentralen Speicher für alle Informationen mit Bezug auf eine Verkaufschance. Zu diesen Informationen gehören:

- Die für den Vertriebszyklus erstellten Phasen,
- Gewichten der Verkaufsmöglichkeiten in der jeweiligen Phase des Vertriebszyklus, dies ermöglicht eine genauere Vertriebsprognose.
- Verfolgen der Interessenten,
- Verfolgen von Mitbewerbsaktivitäten.
- Anhängen geschäftsbezogener Dokumente.

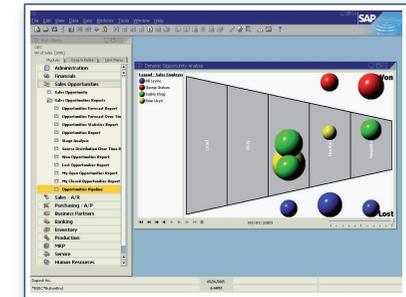


5 Von den Stammdaten des Kunden/Interessenten/Lieferanten kann per Verzweigung leicht auf eine allumfassende Informationsanzeige in Echtzeit zugegriffen werden. Zu den angezeigten Informationen gehören:

- Kontaktdaten der Personen
- Kontostand mit möglicher Verzweigung zu Details
- Anzahl der Verkaufsmöglichkeiten mit Verzweigung zu Details
- Anzahl der Serviceanrufe mit Verzweigung zu Details
- Alle zugehörigen Aktivitäten mit Verzweigung zu Details



6 Angebote können angehängt oder innerhalb der Verkaufsmöglichkeit erstellt werden. Sie werden automatisch mit den erwarteten Gesamterträgen und Bruttorenditen für die Verkaufsmöglichkeit aktualisiert.



7 Durch die dynamische Opportunity Analyse (den „Balloon-Bericht“) kann das Management eine in Zeitabschnitte untergliederte Anzeige der Daten abrufen. Dadurch können Trends, Muster und Verhaltensweisen bei Vertriebsmitarbeitern und Verkaufsmöglichkeiten leicht erkannt werden.

- Wo liegen Blockaden bei Verkaufsmöglichkeiten?
- Welchen Vertriebsmitarbeitern entgehen die meisten Geschäfte?
- Welchen Vertriebsmitarbeitern gelangen die meisten Geschäfte?
- Gibt es einen problematischen Bereich im Vertriebsprozess?

