



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

**Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και
Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

της

ΤΣΑΜΟΓΛΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

Επιβλέπων:

Δρ. ΛΟΥΚΗΣ ΕΥΡΙΠΙΔΗΣ, Καθηγητής

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής:

Δρ. ΚΑΡΥΔΑ ΜΑΡΙΑ, Καθηγήτρια

Δρ. ΔΙΑΜΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ, Επίκουρη Καθηγήτρια

Σάμος, 2024

Η σελίδα αυτή είναι σκόπιμα λευκή.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου Δρ. Λουκή Ευριπίδη για την ευκαιρία που μου έδωσε και μου ανέθεσε το θέμα της διπλωματικής μου εργασίας καθώς και για την καθοδήγηση για την ορθή ολοκλήρωση της.

Επίσης, οφείλω να ευχαριστήσω την οικογένεια και τους συγγενείς μου για όλη την στήριξη στην φοιτητική μου περίοδο και όλους τους φίλους που στάθηκαν δίπλα μου σε αυτή την προσπάθεια.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον κ. Καλουπτσόγλου Χρίστο, ιδρυτή της Έψιλον Πληροφορικής Ε.Ε., για την άμεση και θετική ανταπόκριση για τη διάθεση του προγράμματος Epsilon Office.

2024

της

ΤΣΑΜΟΓΛΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Η σελίδα αυτή είναι σκόπιμα λευκή.

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή Ενότητα.....	9
1.1	Εισαγωγή.....	9
1.2	Δομή Διπλωματικής εργασίας	10
2	Μεθοδολογία	11
3	Βασικές Έννοιες.....	12
3.1	Σύστημα	12
3.2	Θεωρία Συστημάτων.....	13
3.3	Πληροφοριακό Σύστημα.....	14
4	Σύστημα ERP – Enterprise Resource Planning.....	16
4.1	Ορισμός ERP.....	16
4.2	Ιστορική Αναδρομή ERP	17
5	Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων – Customer Relationship Management.....	18
5.1	Ορισμός.....	18
5.2	Ιστορική Αναδρομή CRM	19
5.3	Πλεονεκτήματα συστημάτων CRM.....	19
5.4	Μειονεκτήματα συστημάτων CRM.....	20
5.5	Κριτήρια επιλογής CRM συστήματος	21
6	Υποσύστημα CRM “Salesforce”	22
7	Υποσύστημα CRM “Epsilon Office”	26
8	Υλοποίηση σεναρίων	32
8.1	Υλοποίηση σεναρίου Salesforce	32
8.2	Υλοποίηση σεναρίου Epsilon Office	58
9	Αποτελέσματα και συμπεράσματα της ανάλυσης των συστημάτων Epsilon Office και Salesforce	82
9.1	Σύγκριση συστημάτων Salesforce και Epsilon Office.....	82
9.2	Θετικά και αρνητικά συστήματος Epsilon Office.....	86
9.2.1	Θετικά	86
9.2.2	Αρνητικά	86
9.3	Θετικά και αρνητικά συστήματος Salesforce	87
9.3.1	Θετικά	87
9.3.2	Αρνητικά	87
9.4	Συμπεράσματα.....	88
	Βιβλιογραφία	90

Ακρωνύμια

ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΗ	ΠΛΗΡΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑ
ERP	Enterprise Information Systems
CRM	Customer Relationship Management
DBMS	Database Management Systems
DSS	Decision Support Systems
HIS	Health Information Systems
PMS	Project Management Systems
BI	Business Intelligence
MRP	Material Requirements Planning

Περίληψη

Σκοπός της παρακάτω πτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση των CRM συστημάτων και η χρήση τους σε επιχειρήσεις. Πρώτο στάδιο είναι η θεωρητική ανάλυση των συστημάτων και των πληροφοριακών συστημάτων ώστε να γίνει κατανοητή η έννοια του συστήματος και η σημαντικότητα αυτού.

Στη συνέχεια γίνεται μία αναφορά στα ERP συστήματα και στη χρήση τους την σημερινή εποχή. Επιπλέον, αναλύεται ο ορισμός του CRM συστήματος και παρατίθενται λεπτομέρειες για την ιστορική αναδρομή των συστημάτων. Επίσης, αναλύονται τα θετικά και τα αρνητικά των συστημάτων αυτών καθώς και ορισμένα κριτήρια επιλογής του καταλληλότερου ανάλογα με τις ανάγκες μίας επιχείρησης ή οργανισμού.

Έπειτα αναλύονται τα συστήματα Salesforce και Epsilon Office και καταγράφονται οι ενότητες και οι λειτουργίες που περιέχει κάθε σύστημα. Ύστερα υλοποιούνται και παρουσιάζονται σενάρια χρήσης των υποσυστημάτων CRM των παραπάνω. Τα σενάρια αυτά έχουν ως στόχο να παρουσιάσουν ένα υποθετικό και ταυτόχρονα ρεαλιστικό σενάριο χρήσης CRM συστημάτων σε μία επιχείρηση. Υλοποιούνται με κοινή βάση αλλά προσαρμοσμένα ανάλογα με τις δυνατότητες που προσφέρει το κάθε πρόγραμμα.

Τέλος, γίνεται μία σύγκριση των δύο συστημάτων με σύμφωνα με ορισμένα σημαντικά χαρακτηριστικά που οφείλει να έχει ένα CRM και έπειτα παρατίθενται θετικά και αρνητικά στοιχεία που εντοπίστηκαν στα συστήματα.

Abstract

The purpose of the following thesis is the analysis of CRM systems and their utilization in businesses. The initial stage involves a theoretical examination of systems and information systems to comprehend the concept of a system and its significance.

Subsequently, there is a reference to ERP systems and their contemporary use. Additionally, the definition of CRM systems is analyzed, including details on their historical background. Furthermore, the positives and negatives if these systems are scrutinized, along with criteria for selecting the most suitable system based in the needs of a business or organization.

Following this, the CRM systems “Salesforce” and “Epsilon Office” are analyzed, outlining the sections and functionalities each system encompasses. Implementation and presentation of usage scenarios for CRM systems ensue. These scenarios aim to present hypothetical yet realistic usage scenarios of CRM systems in a business context. They are implemented on a common basis but tailored according to the capabilities offered by each program.

Finally, a comparison between the two systems is conducted based on certain crucial characteristics that a CRM should possess. Subsequently, positive and negative elements identified in the systems are presented.

1

Εισαγωγή Ενότητα

1.1 Εισαγωγή

Η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες αντιπροσωπεύει ένα κρίσιμο στοιχείο για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που επιδιώκουν την ανάπτυξη, την επιτυχημένη επικοινωνία και την διατήρηση μια ισχυρής πελατειακής βάσης. Η ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις της αγοράς και ο συνεχής εκσυγχρονισμός της επιχειρηματικής πρακτικής οδηγούν τις επιχειρήσεις στην αναζήτηση αποτελεσματικών τρόπων για τη διαχείριση της πληροφορίας και των σχέσεων τους με τους πελάτες.

Η συνεχής αυτή εξέλιξη έφερε ως αποτέλεσμα την ανάγκη για ένα σύστημα που καλύπτει όλους τους τομείς ώστε η διαχείριση των πελατειακών σχέσεων να μπορεί να λειτουργήσει με αποτελεσματικότητα. Ένα σύστημα CRM αποτελεί ένα ολοκληρωμένο εργαλείο που στοχεύει στη συγκέντρωση, την ανάλυση και την εκμετάλλευση των πληροφοριών σχετικά με τους πελάτες. Αυτό διευκολύνει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, βελτιστοποιεί την επικοινωνία και διευκολύνει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση στρατηγικών με στόχο την εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών.

Πιο συγκεκριμένα, τα CRM συστήματα σχεδιάστηκαν για την καλύτερη οργάνωση και διαχείριση των σχέσεων με πελάτες. Βοηθούν στη διατήρηση μιας ενεργούς και υγιούς σχέσης με τους πελάτες ενώ ταυτόχρονα καλύπτουν ανάγκες όπως αυτή των πωλήσεων, της υποστήριξης πελατών αλλά και της ενημέρωσης αυτών. Επιπλέον, αποσκοπούν στην βέλτιστη επικοινωνία και συνεργασία στο εσωτερικό της επιχείρησης και στην καλύτερη κατανόηση των αναγκών και των εργαζομένων. Για τον σωστό σχεδιασμό ενός CRM συστήματος είναι απαραίτητο να γίνει μία ανάλυση αναγκών με βάση την επιχείρηση που πρόκειται να εξυπηρετεί το σύστημα, όπως είναι η διαχείριση των πελατών, των πωλήσεων η εξυπηρέτηση και η ανάλυση δεδομένων. Επίσης, σημαντική είναι η συλλογή των απαιτήσεων διαφόρων τμημάτων της επιχείρησης. Οι απαιτήσεις αυτές καθορίζουν στον σχεδιασμό του συστήματος ο οποίος στη συνέχεια είτε δίνεται για υλοποίηση από την αρχή, είτε αξιοποιείται κάποιο ήδη υπάρχον CRM σύστημα που συμφωνεί στις ανάγκες της επιχείρησης. Για την ορθή χρήση του συστήματος απαιτείται ολοκληρωμένη εκπαίδευση από το ανθρώπινο δυναμικό που πρόκειται να το χειρίζεται. Συνήθως ένα σύστημα CRM εντάσσεται σε ένα ERP σύστημα προκειμένου η επιχείρηση να μπορεί να τα χρησιμοποιήσει με την καλύτερη δυνατή μεταξύ τους συνεργασία. Ωστόσο είναι σύνηθες να χρησιμοποιούνται διαφορετικά συστήματα φτιαγμένα έτσι ώστε να προσαρμόζονται σε τέτοιου είδους περιπτώσεις.

1.2 Δομή Διπλωματικής εργασίας

Στο Κεφάλαιο 1 υπάρχει η Εισαγωγή της Διπλωματικής Εργασίας καθώς και η ανάλυση των εννοιών «Σύστημα», «Πληροφοριακό Σύστημα» και «Θεωρία Συστημάτων».

Στο Κεφάλαιο 2 παρατίθεται η δομή της Διπλωματικής Εργασίας.

Στο Κεφάλαιο 3 αναφέρονται βασικές έννοιες γύρω από τα συστήματα, τη θεωρία συστημάτων και τα πληροφοριακά συστήματα.

Στο Κεφάλαιο 4 βρίσκεται η αναλυτική περιγραφή των ERP συστημάτων καθώς και μία ιστορική αναδρομή των συστημάτων.

Στο Κεφάλαιο 5 αναλύεται ο ορισμός των CRM συστημάτων, υπάρχει μη ιστορική αναδρομή των συστημάτων, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα καθώς και τα κριτήρια επιλογής.

Στο Κεφάλαιο 6 δίνεται η περιγραφή του συστήματος της Salesforce με εκτενή ανάλυση όλων των διαθέσιμων επιλογών.

Στο Κεφάλαιο 7 παρατίθεται η περιγραφή και η εκτενή ανάλυση του συστήματος “Epsilon Office”.

Στο Κεφάλαιο 8 υλοποιούνται τα σενάρια χρήστη των δυο συστημάτων – “Salesforce” και “Epsilon Office”.

Στο Κεφάλαιο 9 γίνεται η σύγκριση συστημάτων που υλοποιήθηκαν, παρατίθενται τα θετικά και τα αρνητικά του κάθε συστήματος και τέλος καταγράφονται τα συμπεράσματα.

2

Μεθοδολογία

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία εξετάζει τη σημαντικότητα των CRM συστημάτων στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Το σύστημα CRM βοηθάει τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες που επικρατούν στον τομέα της επιχειρηματικότητας, μέσω της οργάνωσης και της άριστης εξυπηρέτησης που παρέχουν στην επικοινωνία μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών. Η Διπλωματική εργασία αναλύει τις δυνατότητες και τις επιλογές που προσφέρουν τα συστήματα CRM στην βελτίωση της απόδοσης των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη της σχέσης με ήδη υπάρχοντες ή και νέους πελάτες.

Για την υλοποίηση της διπλωματικής εργασίας ακολουθήθηκαν τα παρακάτω βήματα:

- Αρχικά Βήματα:
 - Παρακολούθηση του θεωρητικού μέρους του μαθήματος «Λειτουργία των Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα» του τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων. Την παράδοση του μαθήματος ανέλαβε ο Δρ. Λουκής Ευριπίδης.
 - Ταυτόχρονα, παρακολουθήθηκε το αντίστοιχο εργαστήριο του μαθήματος «Λειτουργία των Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα», από την κα Νίκη Κυριακού. Το εργαστήριο είχε ως σκοπό την εξοικείωση με τα συστήματα ERP και χρησιμοποιήθηκε το Microsoft Navision.
 - Έπειτα, παρακολούθηση του μαθήματος «Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων - Επιχειρηματική Αναλυτική» του Δρ. Λουκή Ευριπίδη.
 - Παρακολούθηση του μαθήματος «Στρατηγική & Επενδύσεις Πληροφοριακών Συστημάτων - Ψηφιακός Μετασχηματισμός» του Δρ. Λουκή Ευριπίδη.
 - Στη συνέχεια, εκδηλώθηκε ενδιαφέρον προς τον Δρ. Λουκή Ευριπίδη για συνεργασία στην εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας. Ορίστηκε το θέμα αυτής.
 - Αναζήτηση βιβλιογραφίας και σημειώσεων του θεωρητικού μέρους της εργασίας.
- Συγγραφή του εισαγωγικού κεφαλαίου με τις σημαντικές θεωρητικές πληροφορίες που απαιτεί η Διπλωματική Εργασία.
- Αναζήτηση χρήσιμων σημειώσεων για το σύστημα "Salesforce".
- Παρακολούθηση βίντεο με επεξήγηση της χρήσης του "Salesforce".
- Εγκατάσταση του συστήματος "Salesforce" και υλοποίηση του σεναρίου.
- Καταγραφή και συγγραφή του σεναρίου με τα κατάλληλα στιγμιότυπα.
- Επικοινωνία με την εταιρία «ΕΨΙΛΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ» για παραχώρηση του συστήματος "Epsilon Office".
- Εγκατάσταση του συστήματος "Epsilon Office" και υλοποίηση του σεναρίου.
- Καταγραφή και συγγραφή του σεναρίου με τα κατάλληλα στιγμιότυπα.
- Εξαγωγή συμπερασμάτων.
- Ολοκλήρωση της τελικής μορφής της Διπλωματικής Εργασίας.

3

Βασικές Έννοιες

3.1 Σύστημα

Ως σύστημα ορίζεται “ένα σύνολο, τα στοιχεία του οποίου αποτελούν οντότητες που έχουν το χαρακτηριστικό ότι κάθε μία από αυτές αλληλοεπιδρά ή συσχετίζεται με τουλάχιστον μίαν άλλη από το ίδιο σύνολο”. Σαν έννοια, είναι ευρέως γνωστή καθώς παρατηρείται στην καθημερινότητα, με πολλές μορφές και σημασίες. Στη διάρκεια των ετών, η έννοια του συστήματος έχει ερμηνευτεί από πολλούς.

Χαρακτηριστική δομή του συστήματος περιέχει την Είσοδο/Εξοδο, τις επεξεργασίες και το περιβάλλον που περιβάλλεται, από το οποίο διαχωρίζεται με όριο. Ως όριο ορίζεται ο νοητός διαχωρισμός που ξεχωρίζει το σύστημα από το περιβάλλον του.

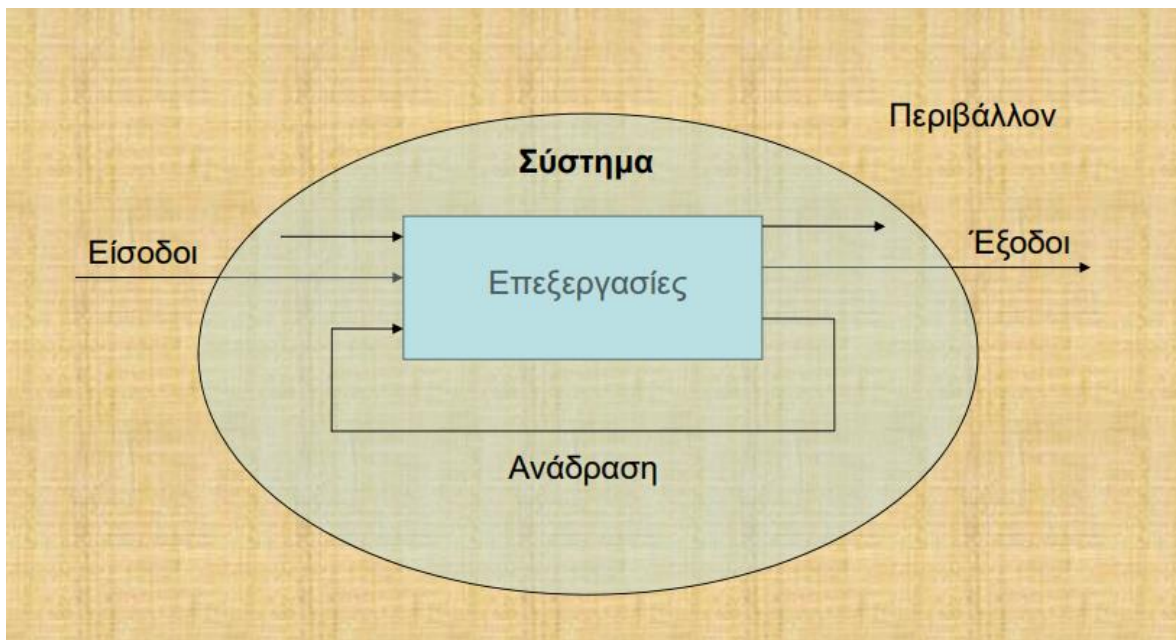
Πιο συγκεκριμένα, το σύστημα δέχεται την εισόδο από το περιβάλλον στο οποίο ανήκει. Έπειτα η είσοδος αυτή υποβάλλεται σε επεξεργασία, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την έξοδο του συστήματος. Ο μηχανισμός της επεξεργασίας μπορεί να χαρακτηριστεί ως μηχανισμός μετατροπής της εισόδο σε έξοδο. Συχνό φαινόμενο είναι η έξοδος να γίνεται και πάλι είσοδος. Την διαδικασία αυτή αναλαμβάνει η ανάδραση. Ωστόσο, προκειμένου να αποφευχθούν λάθη κατά την έξοδο και ως αποτέλεσμα να επηρεάσουν την είσοδο, η ανάδραση αναλαμβάνει να διορθώσει τυχόν λανθασμένες εξόδους.

Τα συστήματα κατηγοριοποιούνται ανάλογα με τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται. Μερικές από τις κατηγορίες είναι οι εξής:

Φυσικά και τεχνητά συστήματα:

- Φυσικά συστήματα: Είναι στα συστήματα που υπάρχουν φυσικά στον κόσμο, όπως για παράδειγμα το ηλιακό σύστημα, ο ανθρώπινος οργανισμός κλπ.
- Τεχνητά συστήματα: Είναι αυτά που έχουν δημιουργηθεί από τον άνθρωπο, λόγω χάρη ο υπολογιστής και ένα δίκτυο επικοινωνιών.
- Συστήματα ανοιχτού και κλειστού βρόχου:
 - Ανοιχτού βρόχου: Τα συστήματα αυτά αλληλοεπιδρούν με το περιβάλλον τους και δέχονται εισόδους από αυτό.
 - Κλειστού βρόχου: Περιορίζουν την αλληλεπίδρασή τους με το περιβάλλον και ρυθμίζουν την κατάστασή τους μέσω ανατροφοδότησης για να επιτύχουν επιθυμητούς στόχους.
- Συστήματα συνεχούς και διακριτού χρόνου
 - Συνεχούς χρόνου: Τα συστήματα αυτά μεταβάλλουν την κατάστασή τους συνεχώς στη διάρκεια του χρόνου.
 - Διακριτού χρόνου: Αλλάζουν την κατάστασή τους σε διακριτά χρονικά διαστήματα.

Τα παραπάνω συστήματα, όπως και άλλα, μπορούν να συνδυαστούν. Το σύστημα που προκύπτει από τον συνδυασμό αυτό ονομάζεται μεικτό σύστημα.



3.2 Θεωρία Συστημάτων

Η Θεωρία Συστημάτων αρχικά προτάθηκε από τον βιολόγο Ludwig von Bertalanffy τη δεκαετία του 1940. Το 1956, ο Ross Ashby ανέπτυξε τη θεωρία και τελικά, αυτή παρουσιάστηκε το 1968 στο βιβλίο "General Systems Theory" από τον Ludwig von Bertalanffy.

Η Θεωρία Συστημάτων είναι ένα επιστημονικό πεδίο που ασχολείται με τη μελέτη και την ανάλυση των διαδικασιών, την συμπεριφοράς και της δομής των συστημάτων. Έχει ως κύριο σκοπό την κατανόηση της συμπεριφοράς των συστημάτων, την εξέταση των αλληλεπιδράσεων και την πρόβλεψη μιας πιθανής μελλοντικής συμπεριφοράς. Διάφοροι τομείς που εφαρμόζεται είναι: φυσική, μηχανική, οικονομία, ψυχολογία, κοινωνιολογία, πληροφορική.

Στον τομέα της πληροφορικής, η θεωρία συστημάτων αναφέρεται κατά κύριο λόγο σε ένα σύνολο αρχών, τεχνικών και μεθόδων που χρησιμοποιούνται για τον σχεδιασμό, την μοντελοποίηση, την ανάλυση και τον έλεγχο πληροφοριακών συστημάτων. Κάποια από τα βασικά θέματα που καλύπτει η θεωρία συστημάτων στην πληροφορική είναι τα εξής:

1. Μοντελοποίηση Συστημάτων: Γίνεται χρήση διαφόρων τεχνικών για την μοντελοποίηση πληροφοριακών συστημάτων. Τα μοντέλα αυτά μπορεί να είναι σε μορφή γραφικών, μαθηματικών ή διαγραμμάτων και έχουν ως στόχο την καλύτερη κατανόηση της δομής και συμπεριφοράς τους.
2. Επικοινωνία και Δίκτυα: Στον συγκεκριμένο τομέα μέσω της θεωρίας συστημάτων, υλοποιείται ο σχεδιασμός και η ανάλυση των δικτύων υπολογιστών και των πρωτοκόλλων επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά δεδομένων.
3. Αλγόριθμοι και Δομές Δεδομένων: Ως πυρήνας της πληροφορικής θεωρούνται οι αλγόριθμοι και η κύρια χρήση τους είναι στην επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων. Η θεωρία συστημάτων αναλαμβάνει την μελέτη και την ανάπτυξη αλγορίθμων, όπως και τη σχεδίαση και χρήση δομών δεδομένων για την αποτελεσματικότερη αποθήκευση και ανάκτηση πληροφοριών.

4. Σχεδίαση και Ανάπτυξη Λογισμικού: Μέσω της θεωρίας συστημάτων και της χρήσης μεθόδων και τεχνικών που βασίζονται σε συστηματικές προσεγγίσεις, γίνεται ορθότερος σχεδιασμός και ανάπτυξη λογισμικού. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την ανάπτυξη συστημάτων βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, τη δοκιμή και τη διαχείριση του λογισμικού.

3.3 Πληροφοριακό Σύστημα

Πληροφοριακό Σύστημα ονομάζεται ένα σύνολο αλληλοσχετιζόμενων και αλληλοεπιδρώντων οντοτήτων που συλλέγουν, επεξεργάζονται, αποθηκεύουν, ανακτούν και διανέμουν πληροφορίες για την υποστήριξη των αποφάσεων και ελέγχου σε μία επιχείρηση ή σε έναν οργανισμό.

Ένα πληροφοριακό σύστημα αποτελείται από τέσσερα βασικά στοιχεία:

- **Hardware:** Περιλαμβάνεται ο φυσικός εξοπλισμός (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, servers, δίκτυα, αισθητήρες εκτυπωτές).
- **Software:** Αναφέρεται στα προγράμματα και τους αλγορίθμους που εκτελούνται στον υπολογιστή. Σε αυτά ανήκει το λειτουργικό σύστημα, εφαρμογές λογισμικού.
- **Procedures:** Περιλαμβάνουν τις διαδικασίες και τις οδηγίες που πρέπει να ακολουθούνται για τη συλλογή, επεξεργασία και διανομή των πληροφοριών. Οι διαδικασίες μπορεί να είναι είτε αυτοπονημένες, είτε να εκτελούνται από ανθρώπους.
- **People:** Οι άνθρωποι είναι σημαντικό στοιχείο για τα πληροφοριακά συστήματα. Στο ανθρώπινο δυναμικό περιλαμβάνονται χρήστες του συστήματος, διαχειριστές, προγραμματιστές αλλά και άλλοι εμπλεκόμενοι που χρησιμοποιούν, συντηρούν και αναπτύσσουν το πληροφοριακό σύστημα.

Σκοπός της δημιουργίας των πληροφοριακών συστημάτων ήταν η βελτίωση της διαχείρισης, της αποτελεσματικότητας, της επικοινωνίας και της λήψης αποφάσεων σε διάφορους τομείς προκειμένου να ενισχυθεί η ποιότητα ζωής. Πιο συγκεκριμένα:

- **Διαχείριση πληροφοριακών πόρων:** Τα πληροφοριακά συστήματα βοηθούν στην αποθήκευση, την οργάνωση και την διαχείριση των δεδομένων. Οι διαδικασίες αυτές βοηθούν στην εύκολη πρόσβαση και στην ανάκτηση των πληροφοριών.
- **Αυτοματοποίηση Διαδικασιών:** Σημαντική αρμοδιότητα των πληροφοριακών συστημάτων είναι η αυτοματοποίηση διαδικασιών, προκειμένου να βελτιωθεί η αποδοτικότητα και να μειωθεί ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωσή τους.
- **Υποστήριξη αποφάσεων:** Τα πληροφοριακά συστήματα παρέχουν πληροφορίες και αναλύσεις που υποστηρίζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σε επιχειρήσεις και άλλους οργανισμούς.
- **Ανάπτυξη και διατήρηση εφαρμογών:** Επιτρέπουν την ανάπτυξη, δοκιμή και συντήρηση λογισμικού και εφαρμογών που καλύπτουν διάφορες ανάγκες και λειτουργίες.

Τα πληροφοριακά συστήματα χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με τον τρόπο που χρησιμοποιούνται, τον τομέα που εφαρμόζονται και τα χαρακτηριστικά τους. Παρακάτω υπάρχουν κάποιες από τις πιο συνηθισμένες κατηγορίες:

1. Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων (Database Management Systems - DBMS): Τα συστήματα αυτά διαχειρίζονται την συλλογή, την οργάνωση, την αποθήκευση και την ανάκτηση δεδομένων από μία βάση δεδομένων.
2. Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision Support Systems - DSS): Παρέχουν πληροφορίες και εργαλεία ανάλυσης για την υποστήριξη της διαδικασίας της λήψης αποφάσεων σε επιχειρήσεις.
3. Επιχειρηματικά Πληροφοριακά Συστήματα (Enterprise Information Systems - EIS): Συστήματα που υποστηρίζουν ολοκληρωμένες επιχειρηματικές λειτουργίες. Συνήθως ενσωματώνουν σε ένα ενιαίο σύστημα πολλαπλά υποσυστήματα.
4. Συστήματα Υγείας (Health Information Systems): Χρησιμοποιούνται για τη διαχείριση ιατρικών δεδομένων, εγγράφων ασθενών και τη διαχείριση των εργασιών στον τομέα της υγείας.
5. Συστήματα Ελέγχου Έργων (Project Management Systems) Υποστηρίζουν τον σχεδιασμό, την εκτέλεση και τον έλεγχο έργων.
6. Συστήματα Κατανομής Πόρων (Enterprise Resource Planning - ERP): Ενοποιούν τις διάφορες λειτουργίες σε μια επιχείρηση, όπως οι πωλήσεις, οι χρηματοοικονομικές δραστηριότητες και η παραγωγή, σε ένα σύστημα.
7. Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management - CRM): Επικεντρώνεται στη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες. Βοηθάει τις επιχειρήσεις στην ανάπτυξη και διατήρηση θετικών σχέσεων με τους πελάτες.

4

Σύστημα ERP – Enterprise Resource Planning

4.1 Ορισμός ERP

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το ERP είναι ένα ενσωματωμένο λογισμικό σύστημα που σχεδιάζεται προκειμένου να βοηθάει τις επιχειρήσεις να διαχειρίζονται και να ελέγχουν αποτελεσματικά διάφορες λειτουργίες σε πραγματικό χρόνο. Το ERP έχει την ικανότητα να συνδυάζει διάφορες λειτουργίες και διαδικασίες, όπως οικονομικά, παραγωγή, αποθήκευση, διανομή, πωλήσεις, προμήθειες, ανθρώπινο δυναμικό σε ένα ενιαίο σύστημα.

Ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά του ERP περιλαμβάνουν:

- Βελτιστοποίηση διαδικασιών: Το ERP επιτρέπει την αυτοματοποίηση και βελτιστοποίηση των διαδικασιών εργασίας, με στόχο την αύξηση της αποτελεσματικότητας και τη μείωση του χρόνου και του κόστους παραγωγής.
- Συνοχή και συνεργασία: Ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών τμημάτων της επιχείρησης, προκειμένου η ανταλλαγή πληροφοριών να γίνεται όλο ένα και πιο εύκολα.
- Ολοκληρωμένη διαχείριση δεδομένων: Οι πληροφορίες αναφορικά με τις διάφορες λειτουργίες της επιχείρησης αποθηκεύονται σε ένα ενιαίο πρόγραμμα, επιτρέποντας στους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε ενημερωμένα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο.
- Αναφορές και ανάλυση δεδομένων: Παρέχει ισχυρά εργαλεία αναφορών και ανάλυσης δεδομένων που επιτρέπει στους διαχειριστές να παρακολουθούν την απόδοση της επιχείρησης και να λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις.
- Συμμόρφωση με τους κανονισμούς: Πολλά συστήματα ERP συμπεριλαμβάνουν λειτουργίες που βοηθούν τις επιχειρήσεις να συμμορφωθούν με νομικούς κανονισμούς και πρότυπα.
- Ευελιξία: Ορισμένα συστήματα ERP είναι ευέλικτα και προσαρμόζονται στις ειδικές ανάγκες της κάθε επιχείρησης.

Η Χρήση ενός συστήματος ERP μπορεί να επιφέρει πολλά οφέλη σε μία επιχείρηση, όπως αύξηση της παραγωγικότητας, μείωση των λαθών, βελτίωση της επικοινωνίας μεταξύ των τμημάτων και συνολική βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης.

4.2 Ιστορική Αναδρομή ERP

Η ανάπτυξη της κοινωνίας και οι απαιτήσεις που δημιουργούνται με την πάροδο του χρόνου, οδήγησαν τις εταιρείες και τους οργανισμούς προς την ψηφιοποίησή τους. Προκειμένου να επιτευχθεί σωστά αυτή η αλλαγή ήταν σημαντικό οι εταιρείες να εξοπλιστούν τόσο με τον κατάλληλο υλικό εξοπλισμό (hardware), όσο και με τα απαραίτητα προγράμματα (software). Και οι δύο κατηγορίες όφειλαν να ανταπεξέρχονται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της κάθε εταιρείας. Κυρίως για το software, ήταν αναγκαία η παροχή εφαρμογών ώστε η κάθε εταιρεία να λειτουργεί με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο. Για τους παραπάνω λόγους, άρχισε να γίνεται απαραίτητη η δημιουργία εφαρμογών ώστε η εταιρεία να λειτουργεί στο βέλτιστο, τόσο στο εσωτερικό της, όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον. Για το σκοπό αυτό ξεκίνησε η αναζήτηση, η σχεδίαση και η δημιουργία των συστημάτων ERP.

Η αρχή έγινε την δεκαετία του 1960. Οι πρώτες αρχές των συστημάτων ERP ανήκουν στην κατηγορία MRP (Material Requirements Planning - Σχεδιασμός Αναγκών Υλικού). Σκοπός των συστημάτων αυτών ήταν ο σχεδιασμός και ο έλεγχος των υλικών πόρων σε μία εταιρεία. Έπειτα, στη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, εμφανίστηκαν τα πρώτα προγράμματα ERP, τα οποία επεκτείνονταν πέρα από τον απλό σχεδιασμό αναγκών υλικού. Στη συνέχεια, κατά τη δεκαετία του '80, τα συστήματα MRP εξελίχθηκαν σε MRP II. Η σημαντική διαφορά μεταξύ των εκδόσεων ήταν η προσθήκη λειτουργιών όπως τα οικονομικά, οι πωλήσεις και το ανθρώπινο δυναμικό. Πλέον, η ορολογία του συστήματος αλλάζει και από MRP II γίνεται ERP. Τη δεκαετία του 1990, τα ERP συστήματα αποτελούσαν ουσιαστικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις. Εταιρείες όπως οι SAP, Oracle, Microsoft ήταν κυρίαρχες στην ανάπτυξη των προηγμένων, πλέον, ERP συστημάτων. Από το 2000 και έπειτα, τα ERP εξελίσσονται και πλέον υποστηρίζουν τις αυξημένες απαιτήσεις των επιχειρήσεων στην ψηφιακή πραγματικότητα. Καινούργιες τεχνολογίες ενσωματώθηκαν προκειμένου η εμπειρία και η ευκολία να φτάσουν στο έπακρο, όπως η κινητή πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο και το cloud computing. Επίσης, η επέκταση των συστημάτων περιλαμβάνει πλέον λειτουργίες όπως τον εξοπλισμό για την ανάλυση δεδομένων (Business Intelligence - BI) και τον αυτοματισμό διαδικασιών.

Η εξέλιξη των συστημάτων ERP αντανακλά την ανάγκη των επιχειρήσεων για ολοκληρωμένες και αποτελεσματικές λύσεις διαχείρισης πόρων που προσαρμόζονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς.

5

Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων – Customer Relationship Management

5.1 Ορισμός

Το CRM είναι μία στρατηγική και ένα σύνολο διαδικασιών που στοχεύουν στη δημιουργία, διατήρηση και βελτίωση των σχέσεων με τους πελάτες. Το CRM δεν περιορίζεται μόνο στο λογισμικό, αλλά αφορά και τις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για τη συλλογή, τη διαχείριση και την ανάλυση πληροφοριών σχετικά με τους πελάτες. Στόχος του CRM είναι η βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη, η αύξηση της ικανοποίησής του και η ενίσχυση της σχέσης μεταξύ του πελάτη και της επιχείρησης. Τα συστήματα CRM παρέχουν εργαλεία για την καταγραφή, την ανάλυση και την ερμηνεία των δεδομένων των πελατών με σκοπό τη βελτίωση της επικοινωνίας, της εξυπηρέτησης και του γενικού χειρισμού πελατών.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του συστήματος CRM περιλαμβάνουν μια ποικιλία λειτουργιών που εστιάζουν στη συλλογή, τη διαχείριση και την αξιοποίηση των πληροφοριών των πελατών. Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με το προϊόν ή τον πάροχο του CRM, ωστόσο ορισμένα από τα κύρια είναι τα παρακάτω:

- Διαχείριση Πελατών: Καταγραφή και διαχείριση βασικών πληροφοριών πελατών, όπως επαφές, στοιχεία επικοινωνίας, ιστορικό αγορών και προτιμήσεις.
- Συναλλαγές και Πωλήσεις: Στήριξη των διαδικασιών πώλησης, από την προσφορά μέχρι την ολοκλήρωση των συναλλαγών.
- Εξυπηρέτηση Πελατών: Υποστήριξη για την παροχή υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών, όπως ανταπόκριση σε ερωτήσεις, διεκπεραίωση αιτημάτων και διαχείριση προβλημάτων.
- Μάρκετινγκ και Καμπάνιες: Σχεδιασμός, εκτέλεση και αξιολόγηση καμπανιών για την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Αναλύσεις και Αναφορές: Δυνατότητες για ανάλυση πελατών, απόδοσης πωλήσεων και αποτελεσμάτων μάρκετινγκ.
- Αυτοματοποίηση Διαδικασιών: Δημιουργία αυτοματοποιημένων ροών εργασίας για την αποτελεσματική διαχείριση και παρακολούθηση των διαδικασιών εργασίας.
- Πρόβλεψη Πωλήσεων: Χρήση αλγορίθμων και αναλυτικών εργαλείων για την πρόβλεψη των μελλοντικών πωλήσεων.
- Διαχείριση Καμπανιών Επικοινωνίας: Διαχείριση των επικοινωνιακών καμπανιών με τους πελάτες, συμπεριλαμβανομένων email, τηλεφωνικών κλήσεων και κοινωνικών μέσων.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά βοηθούν τις επιχειρήσεις να καλύψουν διάφορες πτυχές της σχέσης τους με τους πελάτες και να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και την ικανοποίηση των πελατών.

5.2 Ιστορική Αναδρομή CRM

Η ιστορία των CRM συστημάτων ξεκινάει από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και έχει σημειώσει σημαντική εξέλιξη έως σήμερα. Στις αρχές της δεκαετίας 1980, οι επιχειρήσεις άρχισαν να χρησιμοποιούν βασικά συστήματα για την καταγραφή βασικών πληροφοριών πελατών όπως ονόματα και διευθύνσεις. Έπειτα, κατά τη δεκαετία του 1990 προκειμένου να βελτιωθεί η διαχείριση των πληροφοριών των πελατών δημιουργήθηκαν τα πρώτα συστήματα CRM τα οποία συνδύαζαν λειτουργίες πωλήσεων, μάρκετινγκ και εξυπηρέτησης πελατών. Ωστόσο τα συστήματα αυτά ήταν αρκετά δαπανηρά και πολύπλοκα. Στη διάρκεια της δεκαετίας του 2000, το CRM εξελίχθηκε σε περισσότερο συνεκτικό και ευέλικτο σύστημα. Εμφανίστηκαν τα web-based λύσεις και ενσωματώθηκαν περισσότερες δυνατότητες, όπως η αναλυτική αναφορά, η αυτοματοποίηση εργασιών και η επεξεργασία σε πραγματικό χρόνο. Τέλος, την δεκαετία του 2010 φαίνεται πως τα συστήματα CRM εξελίχθηκαν σε πολυεπίπεδα και ευέλικτα εργαλεία. Η τεχνητή νοημοσύνη, η ανάλυση δεδομένων και η ευελιξία στο cloud έχουν καταστήσει τα CRM πιο ισχυρά και εύχρηστα. Επίσης, οι επιχειρήσεις εστιάζουν όχι μόνο στη διαχείριση πληροφοριών αλλά και στη δημιουργία εξατομικευμένων εμπειριών πελατών. Η εξέλιξη αυτή αποτελεί αντανάκλαση της ανάγκης των επιχειρήσεων να ανταποκρίνονται στις αλλαγές στο περιβάλλον της επιχείρησης και να βελτιώνουν τη σχέση με τους πελάτες προκειμένου να διατηρούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

5.3 Πλεονεκτήματα συστημάτων CRM

Τα συστήματα CRM προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα για επιχειρήσεις. Ορισμένα από τα κύρια πλεονεκτήματα περιλαμβάνουν:

1. Βελτίωση της Επικοινωνίας με τον Πελάτη: Τα CRM συστήματα επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να καταγράφουν και να παρακολουθούν την επικοινωνία με τους πελάτες, παρέχοντας ολοκληρωμένη εικόνα της σχέσης με κάθε πελάτη.
2. Καλύτερη Διαχείριση των πελατών: Τα CRM βοηθούν στην καταγραφή και την ανάλυση στοιχείων σχετικά με τους πελάτες, περιλαμβανομένων των αγορών τους, των προτιμήσεών τους και του ιστορικού των επαφών.
3. Ενίσχυση της Πώλησης: Τα CRM συστήματα επιτρέπουν την αποτελεσματική παρακολούθηση των πωλήσεων, των ευκαιριών και των προβλέψεων, βοηθώντας τις ομάδες πωλήσεων να εστιάζουν στα πιο σημαντικά και κερδοφόρα κανάλια.
4. Βελτίωση της Εξυπηρέτησης Πελατών: Με την παρακολούθηση των ερωτήσεων, των προβλημάτων και των ανταποκρίσεων των πελατών, τα CRM βοηθούν στην παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης,
5. Αυξημένη Αποτελεσματικότητα των πωλήσεων: Οι πληροφορίες που παρέχονται από τα CRM συστήματα επιτρέπουν στις ομάδες πωλήσεων να επικεντρώνονται στις πιο πολλά υποσχόμενες ευκαιρίες.
6. Αυτοματοποίηση Διαδικασιών: Τα CRM επιτρέπουν την αυτοματοποίηση πολλών επαναλαμβανόμενων διαδικασιών, βελτιώνοντας την αποδοτικότητα.
7. Ενίσχυση της προβλεψιμότητας: Η ανάλυση δεδομένων πελατών που παρέχεται από τα CRM συστήματα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για προβλέψεις και αναλύσεις τάσεων.

Τα CRM συστήματα, λοιπόν, συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της σχέσης με τους πελάτες, την αύξηση των πωλήσεων και την ενίσχυση της γενικής αποτελεσματικότητας της επιχείρησης.

5.4 Μειονεκτήματα συστημάτων CRM

Παρά τα πολλά πλεονεκτήματα, τα συστήματα CRM έχουν και κάποια πιθανά μειονεκτήματα:

1. Υψηλό κόστος εγκατάστασης και συντήρησης: Η εγκατάσταση ενός CRM συστήματος μπορεί να απαιτεί σημαντική επένδυση όχι μόνο για την αγορά λογισμικού αλλά και για την προσαρμογή, εκπαίδευση του προσωπικού και τη συντήρηση.
2. Συνεργασία και διαχείριση αλλαγών: Η υιοθέτηση ενός CRM συστήματος μπορεί να αντιμετωπίζει αντίσταση από το προσωπικό, ειδικά αν αυτό προϋποθέτει αλλαγές στις καθιερωμένες διαδικασίες εργασίας.
3. Περίπλοκη χρήση: Σε ορισμένες περιπτώσεις, η περίπλοκη δομή και λειτουργία των CRM συστημάτων μπορεί να δυσκολεύει ορισμένους χρήστες να τα χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά.
4. Κίνδυνος απώλειας δεδομένων: Εάν δεν γίνεται σωστή διαχείριση και αντίγραφο ασφαλείας των δεδομένων, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος απώλειας πολύτιμων πληροφοριών.
5. Ανάγκη εκπαίδευσης προσωπικού: Η επιτυχημένη χρήση ενός CRM απαιτεί την κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού, η οποία μπορεί να καταναλώσει χρόνο και πόρους.
6. Εξάρτηση από την τεχνολογία: Η εξάρτηση από την τεχνολογία μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα εάν το σύστημα αντιμετωπίσει τεχνικά προβλήματα ή εάν χρειαστεί να αντικατασταθεί.
7. Ενδεχόμενη αντίσταση πελατών: Ορισμένοι πελάτες ενδέχεται να μην συμφωνούν με τη συλλογή και τη χρήση των προσωπικών τους δεδομένων, προκαλώντας ενδεχόμενη αντίσταση.

Εν κατακλείδι, παρότι τα CRM συστήματα παρέχουν πολλά οφέλη, η υιοθέτησή τους απαιτεί προσεκτική σχεδίαση, κατάρτιση και διαχείριση για να αποφευχθούν τα πιθανά μειονεκτήματα.

5.5 Κριτήρια επιλογής CRM συστήματος

Η επιλογή ενός CRM είναι σημαντική και πρέπει να γίνεται με προσοχή για να καλύπτει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της επιχείρησης. Ορισμένα κριτήρια που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή ενός CRM συστήματος περιλαμβάνουν:

1. Στρατηγικοί στόχοι επιχείρησης: Πρέπει να καθοριστούν οι στρατηγικοί στόχοι της επιχείρησης που το CRM θα πρέπει να υποστηρίζει. Εάν η έμφαση είναι στις πωλήσεις, στην εξυπηρέτηση πελατών ή σε άλλους τομείς, το CRM πρέπει να προσφέρει λειτουργίες που ταιριάζουν με αυτούς τους στόχους.
2. Ευελιξία και προσαρμοστικότητα: Το καλύτερο CRM πρέπει να είναι ευέλικτο και να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της επιχείρησης. Η δυνατότητα προσαρμογής επέκτασης είναι σημαντική.
3. Εύκολη χρήση: Το CRM πρέπει να είναι χρήσιμο και εύκολο στη χρήση από τους εργαζομένους. Η εύκολη υιοθέτηση μειώνει τον χρόνο κατάρτισης και την δημιουργία παραπόνων από το προσωπικό.
4. Συνολικό κόστος: Ορισμένα συστήματα CRM μπορεί να φαίνονται φθηνά αρχικά, αλλά τα συνολικά έξοδα, συμπεριλαμβανομένων των εγκαταστάσεων, της εκπαίδευσης και της συντήρησης, πρέπει να ληφθούν υπόψη και ανεβάζουν ιδιαίτερα το ποσό που πρόκειται να διαθέσει η εταιρεία.
5. Συμβατότητα και ενσωμάτωση με άλλα συστήματα: Είναι σημαντικό το CRM να είναι συμβατό και να ενσωματώνεται με άλλα υπάρχοντα συστήματα στην επιχείρηση, όπως ERP ή λογιστικά συστήματα.
6. Ασφάλεια δεδομένων: Η προστασία των δεδομένων των πελατών είναι κρίσιμη. Το CRM πρέπει να πληροί υψηλά πρότυπα ασφαλείας για την προστασία από ανεπιθύμητη πρόσβαση και διαρροές δεδομένων.
7. Υποστήριξη χρηστών: Η υποστήριξη από τον προμηθευτή και η ύπαρξη μιας ενεργής κοινότητας για την διευκόλυνση των χρηστών μπορεί να είναι ιδιαίτερα κρίσιμα κριτήρια για την επίλυση προβλημάτων και την ανταλλαγή εμπειριών, επομένως για την επιλογή ενός CRM συστήματος.
8. Δυνατότητες αναφοράς και ανάλυσης δεδομένων: Το CRM πρέπει να παρέχει ισχυρά πρότυπα αναφορών και αναλύσεων δεδομένων ώστε οι επιχειρήσεις και οι χρήστες να χρειάζεται να διαθέσουν όσο λιγότερο δυνατό χρόνο για την δημιουργία τους.

Αυτά τα κριτήρια βοηθούν στην επιλογή ενός CRM που θα ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις ανάγκες της επιχείρησης.

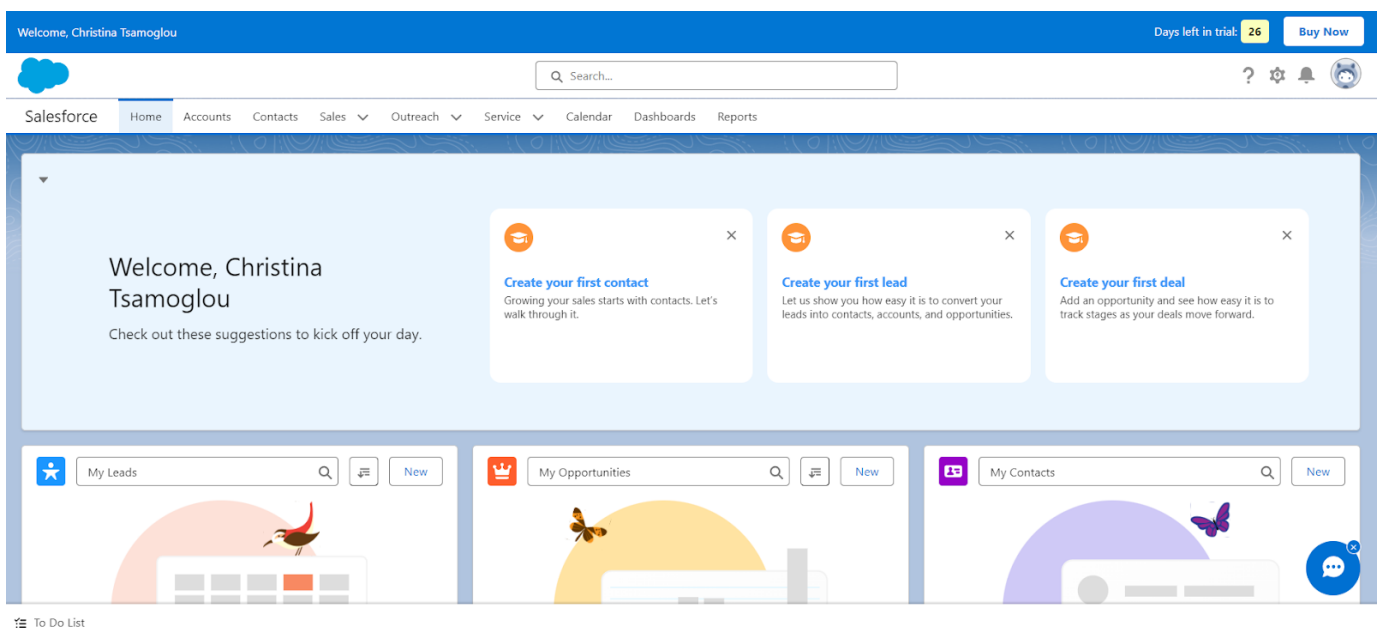
6

Υποσύστημα CRM “Salesforce”

Η Salesforce είναι μία εταιρεία η οποία δημιουργεί και προσφέρει λογισμικό διαχείρισης πελατειακών σχέσεων. Το λογισμικό αυτό είναι έτσι σχεδιασμένο, ώστε να βοηθά στις πωλήσεις, στην εξυπηρέτηση, την αγορά αλλά και την ανάλυση και σύνδεση με τους πελάτες. Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της μέσω Cloud προκειμένου οι πελάτες να μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν από οπουδήποτε. Μέσω της πλατφόρμας αυτής δίνεται η ευκαιρία να χρησιμοποιηθούν υπηρεσίες προκειμένου να γίνεται σωστή διαχείριση των σχέσεων με υποψήφιους πελάτες, με ήδη υπάρχοντες πελάτες και να υπάρχει άμεση αλληλεπίδραση με και συνεργασία με τους υπαλλήλους. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα κάθε επιχείρηση να προσαρμόσει και να εξατομικεύσει το σύστημα ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις που η ίδια έχει προκειμένου να γίνει πιο λειτουργικό.



Παρακάτω παρουσιάζεται η αρχική οθόνη του CRM της Salesforce:



Όπως φαίνεται στην εικόνα, στην αρχική σελίδα υπάρχει το κύριο menu με τις καρτέλες: Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboard, Reports. Στην καρτέλα Sales

υπάγονται οι ενότητες Opportunities, Leads και Cadences. Στην ενότητα Outreach συναντώνται οι ενότητες List Emails και Email Templates. Τέλος, στην ενότητα Service βρίσκονται τα Cases, Knowledge, Quick Text.

Ακολουθεί η ανάλυση της κάθε κατηγορίας:

- **Accounts:** Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Αρχικά, υπάρχει η δυνατότητα να εμφανιστούν όλες οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στη λίστα, οι νέες επιχειρήσεις που προστέθηκαν την τρέχουσα εβδομάδα και η επιχειρήσεις που εμφανίστηκαν πιο πρόσφατα σε σχέση με άλλες. Επιπλέον, είναι εφικτή η ταξινόμηση με βάση το όνομα της συνεργαζόμενης επιχείρησης, το τηλέφωνο, το site, την πόλη που εδραιώνεται. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επεξεργαστεί, να διαγράψει ή να ανανεώσει στοιχεία σε κάθε καταγεγραμμένη επιχείρηση. Επίσης, μέσω της επιλογής “New” γίνεται γρήγορα και εύκολα η προσθήκη νέας επιχείρησης στη λίστα. Ο χρήστης πληκτρολογεί όλα τα στοιχεία, όπως όνομα επιχείρησης, site, τον τύπο της επιχείρησης, την περιγραφή. Μία σημαντική δυνατότητα είναι αυτή της επιλογής “Parent Account”. Μέσω αυτής, ο χρήστης μπορεί να συνδέσει μία θυγατρική εταιρεία με την μητρική της, εφόσον και η μητρική είναι συνεργάτης της επιχείρησης.
- **Contacts:** Στην ενότητα αυτή βρίσκονται τα φυσικά πρόσωπα από κάθε συνεργαζόμενη εταιρεία. Η λίστα μπορεί να φιλτραριστεί και να εμφανίσει τις επαφές με μήνα γέννησης τον παρόν μήνα, τις επαφές που προστέθηκαν την τρέχουσα εβδομάδα και αυτές που προβλήθηκαν πρόσφατα. Τα στοιχεία κάθε προσώπου τα οποία αναγράφονται είναι το όνομα, η εταιρεία που εργάζεται, ο τίτλος εργασίας του, το τηλέφωνο και το email. Μέσω της ενότητας αυτής, ο χρήστης μπορεί να ανεβάσει ένα αρχείο CSV ή να μεταφέρει τις επαφές από την Google ή την Microsoft. Με τη δεύτερη επιλογή οι επαφές συγχρονίζονται αυτόματα. Επίσης, υπάρχει η επιλογή αποστολής email σε παραπάνω από μία επαφές ταυτόχρονα, ή σε μία συγκεκριμένη κατηγορία. Τέλος, ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει μία νέα επαφή και να την προσθέσει στη λίστα.
- **Sales:**
 - **Opportunities:** Στην συγκεκριμένη κατηγορία παρουσιάζονται οι συμφωνίες και οι προσφορές που βρίσκονται σε εξέλιξη. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται καταγραφή όλων των λεπτομερειών σχετικά με τις συμφωνίες και τις προσφορές, συμπεριλαμβανομένων των εταιρειών που απευθύνονται, του ονόματος της συμφωνίας, του ποσού που αφορά η εκάστοτε προσφορά, την ημερομηνία κλεισίματος και το ποσοστό που έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να προσθέσει νέα συμφωνία/προσφορά προσθέτοντας όλα τα παραπάνω στοιχεία.
 - **Leads:** Οι δυνητικοί πελάτες είναι άτομα που έχουν δείξει ενδιαφέρον για το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχει η εταιρεία. Η σωστή οργάνωση και διαχείριση της συγκεκριμένης κατηγορίας επιτυγχάνεται αύξηση των δυνητικών πελατών. Στην κατηγορία αυτή καταγράφεται το όνομα του ενδιαφερόμενου ατόμου, η εταιρεία που εργάζεται, το μέρος που εδρεύει η εταιρεία, το τηλέφωνο και το email και η ημερομηνία δημιουργίας της ένδειξης ενδιαφέροντος. Όπως και στις προηγούμενες κατηγορίες έτσι κι εδώ, ο χρήστης μπορεί να

- δημιουργήσει εκ νέου μία καρτέλα ενός ενδιαφερόμενου πελάτη αλλά και να τροποποιήσει στη συνέχεια αν χρειαστεί.
- Cadences: Η χρήση αυτής της κατηγορίας γίνεται προκειμένου να δημιουργηθούν προσαρμοσμένοι ρυθμοί πωλήσεων με βάση τα δεδομένα και τις απαιτήσεις της κάθε συνεργαζόμενης εταιρείας.
 - Outreach:
 - List Emails: Αυτή η ενότητα δίνει την ευκαιρία να δημιουργηθούν, να σταλούν και να διαχειριστούν καμπάνιες email. Δίνεται η δυνατότητα αποστολής email σε τμηματοποιημένο κοινό, ανάλογα με την περιοχή, το ύψος της εταιρείας.
 - Email Templates: Είναι ένας εύκολος και γρήγορος τρόπος για τη δημιουργία και την αποστολή email.
 - Service:
 - Cases: Η κατηγορία αυτή στοχεύει στην παρακολούθηση ζητημάτων και ερωτημάτων που πιθανόν να τέθηκαν από τους πελάτες. Χρησιμοποιούνται συνήθως για την παρακολούθηση και τη διαχείριση σχολίων, ζητημάτων ή ερωτήσεων των πελατών. Κάθε case αποτελείται από τον κωδικό αριθμό του, το όνομα του ατόμου που προώθησε το case, την περιγραφή του, την κατάσταση που βρίσκεται ως προς την επίλυσή του, το βαθμό προτεραιότητας και την ημερομηνία υποβολής του στο σύστημα.
 - Knowledge: Στην ενότητα αυτή μπορούν να αναρτηθούν άρθρα με σκοπό την ενημέρωση ως προς το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχει η εταιρεία. Σκοπός είναι η δημιουργία ενός συστήματος διαχείρισης πληροφοριών ώστε να μπορούν να αυτοεξυπηρετηθούν είτε πελάτες, είτε υπάλληλοι σε τυχόν ζητήματα ή ερωτήσεις που έχουν.
 - Quick Text: Στην παρούσα κατηγορία μπορούν να εισαχθούν προκαθορισμένα μηνύματα, όπως είναι οι απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις και κάποιες σύντομες σημειώσεις. Σκοπός είναι η εξοικονόμηση χρόνου από τον χρήστη.
 - Calendar: Στο πεδίο του ημερολογίου καταγράφονται προγραμματισμένα ραντεβού με πελάτες, υποψήφιους πελάτες και συναδέλφους. Κατά τη δημιουργία μιας νέας διάσκεψης, καταχωρείται το θέμα αυτής, μία σύντομη περιγραφή, ημερομηνία έναρξης και λήξης, οι πελάτες ή/και συνάδελφοι που συμμετέχουν.
 - Dashboard: Στην ενότητα αυτή δημιουργούνται διαγράμματα των αναφορών της εταιρείας. Για κάθε αναφορά, κατασκευάζονται διαγράμματα, γραφήματα και πίνακες, τα οποία επιτρέπουν μία γρήγορη επισκόπηση των βασικών μετρήσεων της επιχείρησης.
 - Reports: Οι αναφορές είναι εργαλεία που βοηθούν στην ανάλυση και την οπτικοποίηση των δεδομένων. Μέσω αυτών οι χρήστες μπορούν να συνοψίζουν, να φιλτράρουν και να οργανώνουν δεδομένα προκειμένου να αντλήσουν πληροφορίες, να παρακολουθούν την απόδοση της εταιρείας αλλά και να υποστηρίζουν την λήψη κάποιας σημαντικής απόφασης με δεδομένα και πληροφορίες.

- Το Do List: Στο κάτω αριστερά μέρος της οθόνης βρίσκεται η επιλογή To Do List. Η επιλογή αυτή βοηθάει τον χρήστη να δημιουργήσει γρήγορα tasks προσαρμοσμένα και με συγκεκριμένα κριτήρια, όπως η ανάθεση εργασιών σε συγκεκριμένο άτομο.

7

Υποσύστημα CRM “Epsilon Office”

Η “ΕΨΙΛΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ” είναι μία ελληνική εταιρεία η οποία παρέχει το λογισμικό “Epsilon Office”, το οποίο είναι ένα πρόγραμμα που παρέχει υπηρεσίες ERP, ενώ βρίσκεται ενσωματωμένο το σύστημα CRM. Το λογισμικό είναι σχεδιασμένο προκειμένου να παρέχει στον χρήστη μία απλή και εύκολη εμπειρία, χωρίς προαπαιτούμενες γνώσεις. Το πρόγραμμα παρέχεται μέσω Cloud ώστε ο χρήστης να μπορεί να το χρησιμοποιήσει ανά πάσα στιγμή από οποιοδήποτε μέρος. Επιπλέον, μέσω της 24ωρης αυτόματης ενημέρωσης των MyData βιβλίων, εγγυάται την ορθή και τάχιστα διαβίβαση των παραστατικών στον λογιστή της εκάστοτε επιχείρησης. Το Epsilon Office έχει σχεδιαστεί ώστε να δίνει τη δυνατότητα προσαρμογής ανάλογα με τις ανάγκες κάθε επιχείρησης.



Παρακάτω παρουσιάζεται το Epsilon Office:

The screenshot displays the Epsilon Office CRM dashboard. On the left is a dark navigation sidebar with icons and labels for various modules. The main workspace features a row of seven colorful tiles, each representing a different business metric with a '0' value and a plus sign for expansion. Below these is a larger green tile for 'ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ'. A central blue message box greets the user and offers support contact. On the right, a 'Πληροφορίες Χρήστη' (User Information) window is open, showing the user's name 'testUser', a profile picture, and contact details including an email address.

Στην αρχική οθόνη του Epsilon Office παρατηρούνται ορισμένες συντομεύσεις όπως τα προγράμματα, οι συναλλασσόμενοι, τα παραστατικά, το ταμείο, οι εργασίες, οι επισκέψεις, τα είδη και οι ενέργειες. Στο αριστερό μέρος της οθόνης βρίσκεται το πλήρες μενού με όλες τις διαθέσιμες λειτουργίες οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω:

- **Προγράμματα:** Εδώ κατατάσσονται τα προγράμματα που αναλαμβάνει η εταιρεία σε συνεργασία με ήδη υπάρχοντες συναλλασσόμενες εταιρείες ή οργανισμούς. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μία νέα καρτέλα για ένα καινούργιο πρόγραμμα συμπληρώνοντας αρχικά τον τίτλο του προγράμματος και τον διαχειριστή. Στη συνέχεια, συμπληρώνει στην Διαχειριστική Αρχή, την κατάσταση του προγράμματος και μία σύντομη περιγραφή. Στην κατηγορία «Κριτήρια» συμπληρώνει κάποια βασικά στοιχεία του συναλλασσόμενου όπως είναι ο ρόλος του, η κατηγορία στην οποία ανήκει, το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης που έχει καθώς και την περιφέρεια που εντάσσεται. Ύστερα, μπορεί να προστεθεί κάποια ήδη υπάρχουσα εργασία και κάποια σχετικά αρχεία και φωτογραφίες.
- **Συναλλασσόμενοι:** Στην κατηγορία αυτοί βρίσκονται τα στοιχεία των εταιρειών που συναναστρέφεται η επιχείρηση. Υπάρχει διαφορετική καρτέλα για τους πελάτες, τους πωλητές, τους προμηθευτές, τους υποψήφιους συνεργάτες και την επιχείρηση. Σε κάθε μία από τις κατηγορίες, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να προσθέσει νέο συνεργάτη. Οι πληροφορίες που προσθέτει χωρίζονται σε υποκατηγορίες:
 - ο **Γενικά:** Στην συγκεκριμένη υποκατηγορία με γενικές πληροφορίες όπως ο κωδικός, η ονομασία, η ιδιότητα (πελάτες, προμηθευτές) και η κατηγορία του συναλλασσόμενου που προστίθεται.
 - ο **Κατάταξη:** Στο συγκεκριμένο πεδίο συμπληρώνονται πληροφορίες όπως το αν ο συναλλασσόμενος είναι άτομο, εταιρεία, οργανισμός, σωματείο ή φορέας. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα να προσθέσει την ομάδα που βρίσκεται ο συναλλασσόμενος για καλύτερη κατηγοριοποίηση. Οι ομάδες χωρίζονται σε κατηγορίες όπως “Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά”, “ένδυση και υπόδηση”, “Στέγαση”, “Διαρκή αγαθά, είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες”, “Υγεία”, “Μεταφορές”, “Επικοινωνίες”, “Αναψυχή, πολιτιστικές δραστηριότητες”, “Εκπαίδευση”, “Ξενοδοχεία, καφέ, εστιατόρια”, “Άλλα αγαθά και υπηρεσίες”. Επιπροσθέτως, γίνεται ο ορισμός του μεγέθους της επιχείρησης, δηλαδή αν είναι πολύ μικρή, μικρή, μεσαία ή μεγάλη, αλλά και η περιφέρεια που έχει έδρα η επιχείρηση, καθώς και η νομική μορφή αυτής.
 - ο **Επικοινωνία:** Στη συνέχεια συμπληρώνονται τα στοιχεία επικοινωνίας όπως το τηλέφωνο, το φαξ και το email, τα στοιχεία διεύθυνσης και η ιστοσελίδα.
 - ο **Ιδιωτικά:** Στη κατηγορία αυτή υπάρχει φόρμα συμπλήρωσης στοιχείων του ιδιοκτήτη της συναλλασσόμενης εταιρείας, όπως είναι το όνομα, το επίθετο, το πατρώνυμο, καθώς και προσωπικά στοιχεία, δηλαδή το φύλο, η ημερομηνία γέννησης, ηλικία εθνικότητα και τέλος τα στοιχεία ταυτοποίησης (ταυτότητα, ΑΜΚΑ, ΑΜΑ).
 - ο Στην υποκατηγορία “Επαγγελματικά” συμπληρώνονται στοιχεία της εταιρείας, όπως το ΑΦΜ, η ΔΟΥ, η επωνυμία, ο αριθμός ΓΕΜΗ, το καθεστώς ΦΠΑ. Επιπλέον,

στη φόρμα τιμολόγησης ορίζεται ο τύπος συναλλαγής, ο τρόπος αποστολής, ο τρόπος πληρωμής, το νόμισμα της συναλλαγής καθώς και η έκπτωση που παρέχεται από τον/στον συναλλασσόμενο. Συμπληρώνεται η λογιστική κατηγορία, ο λογαριασμός λογιστικής, το υποκατάστημα -σε περίπτωση που υπάρχει- οι τραπεζικοί λογαριασμοί και ο ασφαλιστικός φορέας.

- Επισύναψη: Στον τομέα αυτό υπάρχει η δυνατότητα να αποθηκευτούν αρχεία και φωτογραφίες με τυχόν πληροφορίες για τον συναλλασσόμενο.
 - Διασυνδέσεις: Αποθηκεύονται πληροφορίες σχετικά με την ΑΑΔΕ και το Trello.
 - Λοιπά: Ο χρήστης μπορεί να συμπληρώσει επιπλέον σχόλια και πληροφορίες σχετικά με τον συναλλασσόμενο.
- Παραστατικά: Στην κατηγορία αυτή παρουσιάζονται τα παραστατικά, τα οποία μπορούν να προβληθούν είτε όλα μαζί, είτε ανάλογα την κατηγορία παραστατικών που ανήκουν. Πιο συγκεκριμένα χωρίζονται σε:
 - Πωλήσεις: Βρίσκονται τα παραστατικά πωλήσεων προς τρίτους.
 - Αγορές: Παραστατικά αγορών από άλλες εταιρείες.
 - Παραγγελίες: Παραστατικά των παραγγελιών που εκκρεμούν.
 - Εισπράξεις: Παραστατικά εισπράξεων.
 - Πληρωμές: Παραστατικά πληρωμών.
 - Ενδοπωλήσεις: Παραστατικά που αφορούν τις ενδοπωλήσεις.
 - Ενδοδιακινήσεις: Παραστατικά ενδοδιακίνησης.
 - Έσοδα: Παραστατικά εσόδων.
 - Έξοδα: Παραστατικά εξόδων.
 - Φορτωτικές: Παραστατικά φορτωτικών.
 - Αποθήκη: Παραστατικά αποθήκης.
 - Δαπάνες: Παραστατικά δαπανών.
 - Πρότυπα: Φόρμα με είδη συμπληρωμένα παραστατικά για εξοικονόμηση χρόνου.
 - Ταμείο: Παραστατικά συγκεκριμένου ταμείου.
 - Ζ: Φόρμα συμπλήρωσης του Ζ της επιχείρησης.
 - Μαζική επεξεργασία: Δυνατότητα ενέργειας για 1 και παραπάνω παραστατικά ταυτόχρονα.

Σε κάθε μία από τις παραπάνω κατηγορίες, ο χρήστης μπορεί να προσθέσει νέο παραστατικό. Ενδεικτικά, για την κατηγορία των παραστατικών πωλήσεων, ο χρήστης αρχικά επιλέγει την σειρά παραστατικού, την ημερομηνία και τον αριθμό του παραστατικού. Έπειτα, συμπληρώνει τις πληροφορίες που απαιτούνται προκειμένου να είναι έγκυρο το παραστατικό. Οι πληροφορίες αυτές χωρίζονται σε κατηγορίες:

- Βασικά: Στην κατηγορία αυτή προστίθεται ο συναλλασσόμενος, ο δικαιούχος, ο πωλητής, ο τρόπος πληρωμής και μία αιτιολογία.
- Διακίνηση: Στον τομέα αυτό προστίθεται ο εντολέας, ο αποστολέας, ο παραλήπτης, ο σκοπός της διακίνησης, ο τρόπος διακίνησης, ο αριθμός αυτοκινήτου και ο οδηγός. Επιπλέον, συμπληρώνεται η αιτούμενη ημερομηνία παράδοσης, ο τόπος παράδοσης και η ημερομηνία παράδοσης, καθώς και η αιτούμενη ημερομηνία παραλαβής, ο τόπος παραλαβής και η ημερομηνία παραλαβής. Υπάρχει και η δυνατότητα υποβολής σχολίων. Έπειτα, συμπληρώνεται ο αποθηκευτικός χώρος και διάφορες πληροφορίες για το φορτίο όπως είναι οι παλέτες, το βάρος του φορτίου, ο όγκος του φορτίου.

- Σχετιζόμενα: Στην συγκεκριμένη υποκατηγορία συμπληρώνονται, σε περίπτωση που υπάρχουν, σχετιζόμενα παραστατικά, παραστατικά ενδοδιακίνησης, παραστατικά ενδοπώλησης και παραστατικά myDATA.
- Λοιπά: Συμπληρώνονται οι ημερομηνίες έκδοσης και καταχώρησης, ο τύπος συναλλαγής, το καθεστώς ΦΠΑ, το νόμισμα που χρησιμοποιήθηκε και σε περίπτωση που αυτό δεν είναι το ευρώ να συμπληρώνεται η ισοτιμία του νομίσματος σε σχέση με το ευρώ. Επίσης, πρέπει να συμπληρωθεί η κατάσταση του παραστατικού (καταχωρημένο, εκτυπωμένο, απλήρωτο).
- Πρόσθετα: Στην υποκατηγορία αυτή ο χρήστης μπορεί να ανεβάσει αρχεία που σχετίζονται με την ενέργεια που πράττει.
- Ορατότητα: Ορίζεται σε ποιους θα είναι ορατό το παραστατικό.

Σε όλες τις υποκατηγορίες είναι διαθέσιμη η μπάρα που συμπληρώνονται τυχόν εκπτώσεις σε ποσοστό, σε ποσό, η καθαρή αξία, η αξία ΦΠΑ και το πληρωτέο ποσό.

- Εργασίες: Στην κατηγορία αυτή κατοχυρώνονται εργασίες που πρόκειται να υλοποιηθούν. Για την καταχώρηση μιας εργασίας ο χρήστης συμπληρώνει τον κωδικό εργασίας, τον τίτλο εργασίας, τον συναλλασσόμενο και τον υλοποιητή. Επιπλέον, συμπληρώνονται ορισμένα πεδία ανά κατηγορία:
 - ο Βασικά: Συμπληρώνεται η κατηγορία της εργασίας, η κατάσταση εργασίας, ο βαθμός προτεραιότητας αυτής, η διάρκειά της, η ημερομηνία και μία μικρή περιγραφή.
 - ο Συσχετίσεις: Στην υποκατηγορία αυτή ορίζονται πιθανά μηχανήματα που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν, το πρόγραμμα και, σε περίπτωση που υπάρχει, κάποια πρότυπη εργασία.
 - ο Επισύναψη: Στην κατηγορία αυτή ανεβαίνουν αρχεία που πιθανόν να φανούν χρήσιμα στην υλοποίηση της εργασίας.
 - ο Διασυνδέσεις: Υπάρχει δυνατότητα σύνδεσης με το Trello.
- Επισκέψεις: Η κατηγορία αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για χρήστες όπως οι γιατροί, καθώς μπορούν να προσθέσουν και να διαχειριστούν ραντεβού. Δίνεται η δυνατότητα καταχώρησης ραντεβού. Συμπληρώνεται ο κωδικός επίσκεψης, ο τίτλος επίσκεψης, η κατηγορία επίσκεψης, ο πελάτης και ο υλοποιητής. Επίσης, συμπληρώνεται η ημερομηνία και η ώρα της επίσκεψης καθώς και η ημερομηνία και ώρα λήξης της επίσκεψης, η κατάσταση της επίσκεψης (ολοκληρωμένη, σε αναβολή, έκτακτη, προγραμματισμένη) και ένα πεδίο παρατηρήσεων. Επιπλέον, υπάρχει δυνατότητα επισύναψης αρχείων και φωτογραφιών.
- Είδη: Στην κατηγορία αυτή αποθηκεύονται τα είδη, οι υπηρεσίες, οι δαπάνες, οι πρώτες ύλες και τα μηχανήματα που βρίσκονται στην εταιρεία. Ο χρήστης μπορεί να προσθέσει και να επεξεργαστεί οτιδήποτε από τα παραπάνω. Παρακάτω αναλύεται ενδεικτικά η προσθήκη κάποιου είδους:

Αρχικά, συμπληρώνεται ο κωδικός είδους, η ονομασία του στα ελληνικά και στα αγγλικά. Έπειτα συμπληρώνονται τα πεδία στις κατηγορίες:

- Βασικά: Στην υποκατηγορία ορίζεται ο ρόλος είδους, η κατάσταση είδους, το εμπορικό σήμα, ο προμηθευτής, καθώς και περιγραφές σε ελληνικά, αγγλικά και παρατηρήσεις.
 - Κατάταξη: Συμπληρώνεται η μορφή του είδους και κάποια βασικά χαρακτηριστικά όπως η ηλικιακή ομάδα στην οποία απευθύνεται, το φύλο στο οποίο απευθύνεται, ετικέτα, η σεζόν που προορίζεται.
 - Ταυτοποίηση: Για την ταυτοποίηση είδους χρειάζονται ορισμένοι κωδικοί. Σε αυτούς ανήκουν: Βασικός Κωδικός, Βοηθητικός Κωδικός, Σχετιζόμενος Κωδικός, Σειριακός αριθμός, μοντέλο, αριθμός προϊόντος, κωδικός παρατηρητηρίου τιμών. Επιπλέον, σημαντικό είναι να αναγράφονται τα barcode εισαγωγής, εξαγωγής και συσκευασίας.
 - Τιμολόγηση: Στο συγκεκριμένο πεδίο ο χρήστης αναγράφει την τιμή του είδους, έκπτωση (αν υπάρχει), τελική τιμή, τιμή χωρίς ΦΠΑ, κλάση ΦΠΑ και η κατηγορία αιτίας εξαίρεσης ΦΠΑ. Επιπλέον, ο χρήστης μπορεί να συμπληρώσει την τιμή αγοράς, την έκπτωση αγοράς, την τιμή κόστους την τιμή λιανικής, τιμή χονδρικής.
 - Μέτρηση: Στην συγκεκριμένη υποκατηγορία αναγράφονται τα χαρακτηριστικά που έχει το είδος ως προς το βάρος και τις διαστάσεις. Αναφέρεται η μονάδα μέτρησης βάρους και διαστάσεων.
 - Αποθήκευση: Στον τομέα αυτό αποθηκεύονται οι πληροφορίες αποθήκευσης όπως είναι ο χώρος αποθήκευσης, η ασφάλεια, η θυρίδα που πιθανόν να έχει τοποθετηθεί το προϊόν, η ποσότητα και η αξία απογραφής.
 - Λογιστική: Αναγράφεται η λογιστική κατηγορία είδους, ο λογαριασμός λογιστικής, το πρόθεμα λογιστικής.
- **Ενέργειες:** Μέσω αυτής της κατηγορίας ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να δρομολογήσει μία ενέργεια όπως είναι η αποστολή e-mail, μία συνάντηση, κάποια οργάνωση. Ο χρήστης συμπληρώνει τον τίτλο ενέργειας, τον τύπο και την κατάσταση ενέργειας. Επίσης, ορίζει έναν υλοποιητή, την ημερομηνία και κάποια σύντομη περιγραφή. Επιπλέον, ορίζει τον συναλλασσόμενο και έχει τη δυνατότητα να επισυνάψει κάποιο αρχείο το οποίο αφορά την ενέργεια που δημιουργεί. Επίσης, μπορεί να αναζητήσει κάποια από τις ήδη δρομολογημένες ενέργειες είτε μέσω του τίτλου, είτε μέσω ημερομηνίας.
 - **Στατιστικά:** Ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει γραφήματα με τα στατιστικά που ο ίδιος επιθυμεί. Έχει τη δυνατότητα να τα κατηγοριοποιήσει με βάση την ημερομηνία παραστατικού, την ημερομηνία έκδοσης ή την ημερομηνία καταχώρησης. Έπειτα, μπορεί να επιλέξει τον τύπο γραφήματος (πίτα ή ραβδόγραμμα) και τη μορφή. Επιπλέον, μπορεί να επιλέξει και τις 2 διαστάσεις που θα αποτελούν το διάγραμμα.
 - **Αναφορές:** Στις αναφορές ο χρήστης μπορεί να βρει έτοιμες φόρμες συμπλήρωσης προκειμένου να δημιουργήσει μία αναφορά εύκολα και γρήγορα. Οι φόρμες βρίσκονται είτε όλες μαζί είτε χωρισμένες ανά κατηγορίες:
 - **Είδη:**
 - Αναφορά Ειδών: Εξάγει πληροφορίες για τα είδη, σύμφωνα με τα φίλτρα που έχουν εφαρμοστεί.
 - Φύλλο Ελέγχου Ειδών: Εξάγει τις ποσότητες των ειδών, σύμφωνα με τα φίλτρα που έχουν εφαρμοστεί.

- Ισοζύγιο Ειδών: Εξάγει τις ποσότητες και τις τιμές ειδών.
- Αναφορά Αρνητικών Υπολοίπων: Εξάγει τα είδη που έχουν αρνητικό υπόλοιπο, σύμφωνα με τα φίλτρα που έχουν εφαρμοστεί.
- Αναφορά Υπολοίπων ανά Αποθηκευτικό Χώρο: Εξάγει τα υπόλοιπα των ειδών ανά αποθηκευτικό χώρο.
- Αναφορά Ειδών ανά Αποθηκευτικό Χώρο: Εξάγει τα είδη και τα υπόλοιπα των παραλλαγών είδους ανά αποθηκευτικό χώρο.
- Αναφορά Πωλήσεων ανά Υποκατηγορία και Εμπορικό Σήμα: Εξάγει τις πωλήσεις που πραγματοποιήθηκαν ανά υποκατηγορία και εμπορικό σήμα.
- Αναφορά Διαθεσιμότητας Ειδών: Εξάγει τη συνολική ποσότητα παραγγελιών και την διαθεσιμότητα των ειδών ανά αποθηκευτικό χώρο.
- Παραστατικά:
 - Αναφορά Συναλλαγών: Εξάγει τις συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν.
 - Ημερολόγιο Πωλήσεων: Εξάγει πληροφορίες για τις πωλήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί.
 - Ημερολόγιο Παραστατικών: Εξάγει τα παραστατικά και παρέχει τη δυνατότητα για έλεγχο αρίθμησης των παραστατικών.
- Συναλλασσόμενοι:
 - Αναφορά Πωλητών: Εξάγει για κάθε πωλητή, πληροφορίες για τις πωλήσεις που έκανε.
 - Ισοζύγιο Συναλλασσόμενων: Εξάγει για κάθε συναλλασσόμενο τα ποσά των χρεώσεων, των πιστώσεων και το υπόλοιπό τους.
 - Αναφορά Πελατών: Εξάγει όλους τους πελάτες ή τους πελάτες που κινήθηκαν σε ένα επιλεγμένο διάστημα.
 - Αναφορά Ενηλικίωσης Υπολοίπων: Εξάγει τους συναλλασσόμενους που έχουν υπόλοιπο για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα.
- Παραμετροποίηση: Χρησιμοποιείται για την εξατομίκευση της εφαρμογής στις ανάγκες του πελάτη.
- Εργαλεία: Ο χρήσης έχει τη δυνατότητα να εισάγει αρχεία από τη συσκευή του στο σύστημα καθώς και να εξάγει δεδομένα από το σύστημα προς την συσκευή.

8

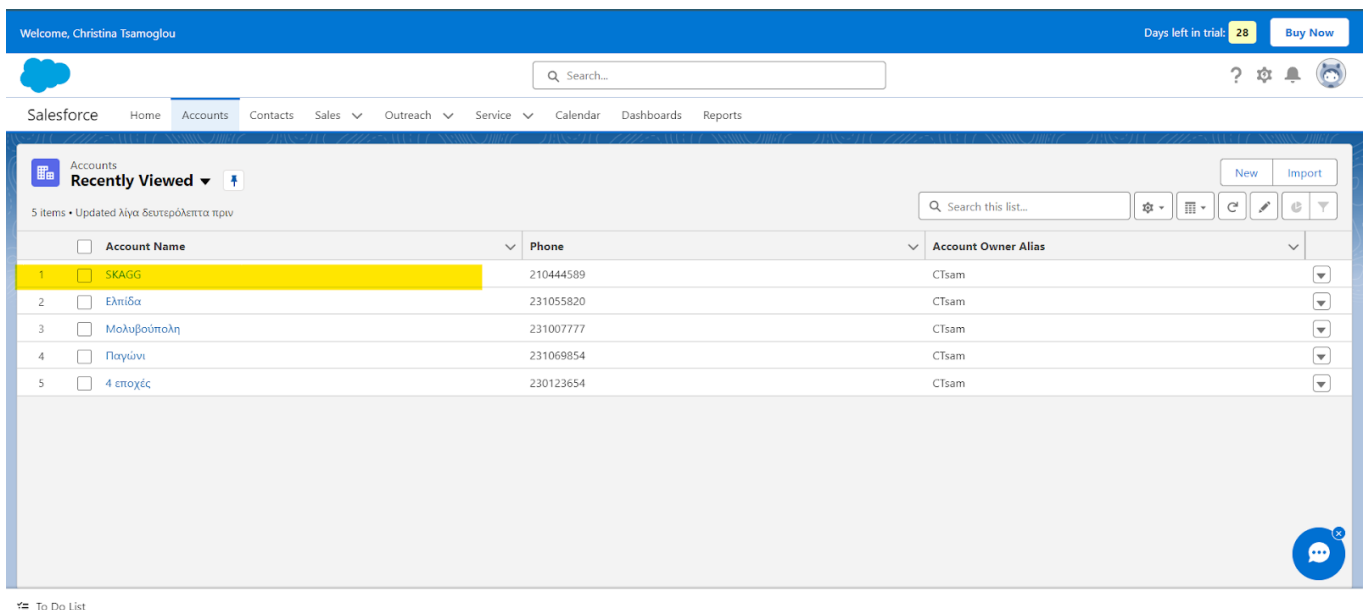
Υλοποίηση σεναρίων

Η υλοποίηση σεναρίων σε συστήματα CRM έχει ως στόχο την παρατήρηση και την ανάλυση ενός αληθοφανούς σεναρίου με βάση τις ανάγκες μίας επιχείρησης. Μελετάται η χρήση του συστήματος καθώς η ευκολία που παρέχει σε καθημερινή βάση σε μία επιχείρηση.

8.1 Υλοποίηση σεναρίου Salesforce

Για την υλοποίηση του σεναρίου δημιουργήθηκε μία εικονική εταιρεία εμπορίου χαρτικής και γραφικής ύλης “Γραφειόραμα”. Η εταιρεία δέχεται τηλεφώνημα από έναν προμηθευτή για μία ενημέρωση για νέα κυκλοφορία τετραδίων από 100% ανακυκλωμένα υλικά. Η εταιρεία προχωράει σε παραγγελία του κωδικού και στη συνέχεια ενημερώνει τους πελάτες της για το νέο αυτό προϊόν.

- Αρχικά η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή SKAGG με σκοπό την ενημέρωση για νέο προϊόν.
- Μέσω των Accounts, επιλέχθηκε η εταιρεία SKAGG.



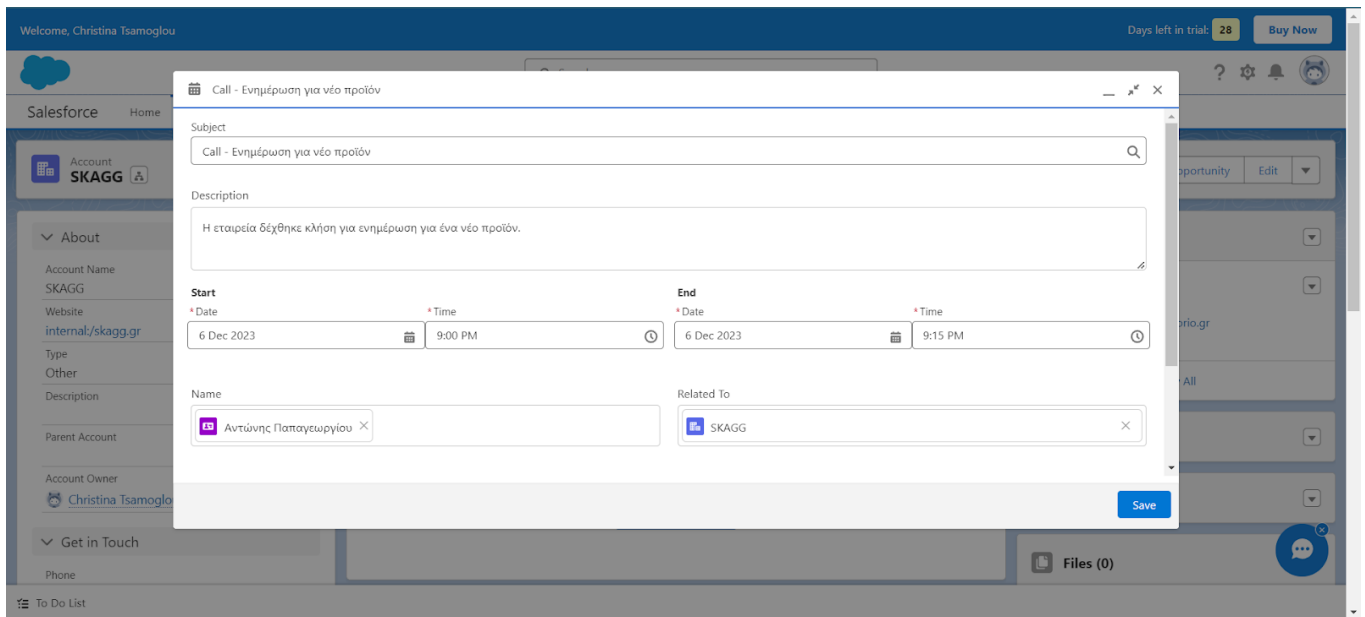
The screenshot shows the Salesforce interface for a user named Christina Tsamoglou. The page displays a list of accounts under the 'Recently Viewed' section. The first account, SKAGG, is highlighted in yellow. The table below shows the details of the accounts.

Account Name	Phone	Account Owner Alias
SKAGG	210444589	CTsam
Ελπίδα	231055820	CTsam
Μολυβούπολη	231007777	CTsam
Παγιώνι	231069854	CTsam
4 εποχές	230123654	CTsam

- Έπειτα, μέσω της επιλογής New Event δημιουργήθηκε καταγραφή του τηλεφωνήματος με τον προμηθευτή SKAGG.

The screenshot displays the Salesforce CRM interface for the account SKAGG. The top navigation bar includes the Salesforce logo, a search bar, and user information (Welcome, Christina Tsamoglou). The main navigation menu includes Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The account page for SKAGG is shown, with a left sidebar containing account details (About, Get in Touch) and a right sidebar with contact information and other account metrics (Contacts, Opportunities, Cases, Files). The main content area features a 'New Event' button and a 'Show All Activities' button.

- Η κλήση καταγράφηκε:
 - Σαν θέμα ορίστηκε: Call - Ενημέρωση για νέο προϊόν.
 - Στην περιγραφή της συνάντησης: Η εταιρεία δέχθηκε κλήση για ενημέρωση για ένα νέο προϊόν.
 - Ως ημερομηνία ορίστηκε η 6/12 και ώρα έναρξης του τηλεφωνήματος 10:15, ενώ ώρα λήξης η 10:30.
 - Το άτομο που έκανε το τηλεφώνημα ήταν ο κ. Αντώνης Παπαγεωργίου, της εταιρείας SKAGG.



- Η ενέργεια αποθηκεύεται με το κουμπί Save.

- Στη συνέχεια, δημιουργείται μία ευκαιρία προκειμένου να καταγραφούν οι πληροφορίες που δόθηκαν από τον προμηθευτή SKAGG σχετικά με το προϊόν.
 - Μέσω του κεντρικού μενού, επιλέγεται η κατηγορία Sales και έπειτα η υποκατηγορία Opportunities.
 - Για την δημιουργία νέας ευκαιρίας, επιλέγεται το κουμπί New.

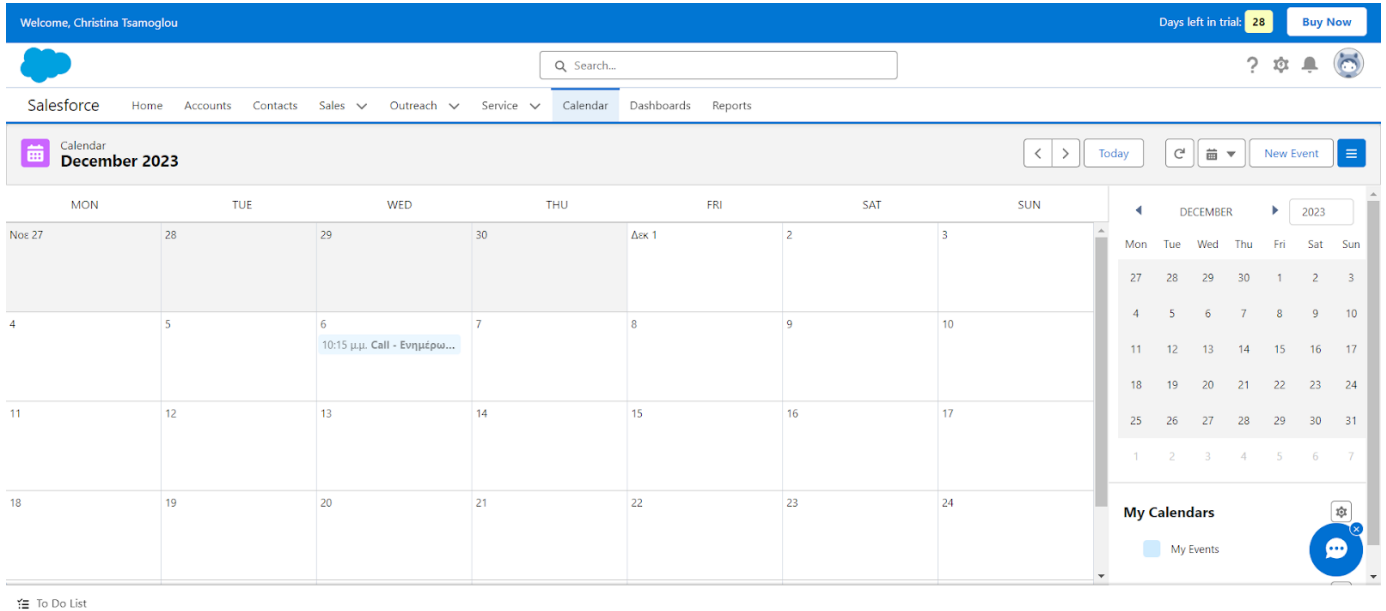
The screenshot displays the Salesforce CRM interface. At the top, a blue header bar shows 'Welcome, Christina Tsamoglou' and 'Days left in trial: 28'. Below this is a navigation menu with 'Sales' highlighted. The main content area is titled 'Opportunities' and 'All Opportunities'. It shows '0 items' and a search bar. A large graphic with a bar chart and the text 'Opportunities are knocking' is visible. A 'New' button is in the top right, and an 'Add an Opportunity' button is at the bottom center.

- Ύστερα, στη φόρμα συμπληρώνονται τα εξής στοιχεία:
 - Στο όνομα: Μπλε τετράδιο ΑΥ.
 - Το όνομα της εταιρείας που σχετίζεται με την ευκαιρία: SKAGG.
 - Τελική ημερομηνία απάντησης: 12/12/2023.
 - Περιγραφή: Μπλε τετράδιο 50 φύλλων από ανακυκλωμένα υλικά. Το χαρτί και το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από παλιά τετράδια, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία έγιναν επαναχρησιμοποιήσιμα. Το εξώφυλλο και η θήκη από το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από ανακυκλωμένα πλαστικά μπουκάλια.
 - Στάδιο: Διαπραγμάτευση.
 - Πιθανότητα: 75%.
 - Κατηγορία πρόβλεψης: Καλή περίπτωση.
 - Επόμενο βήμα: Επιβεβαίωση παραγγελίας.

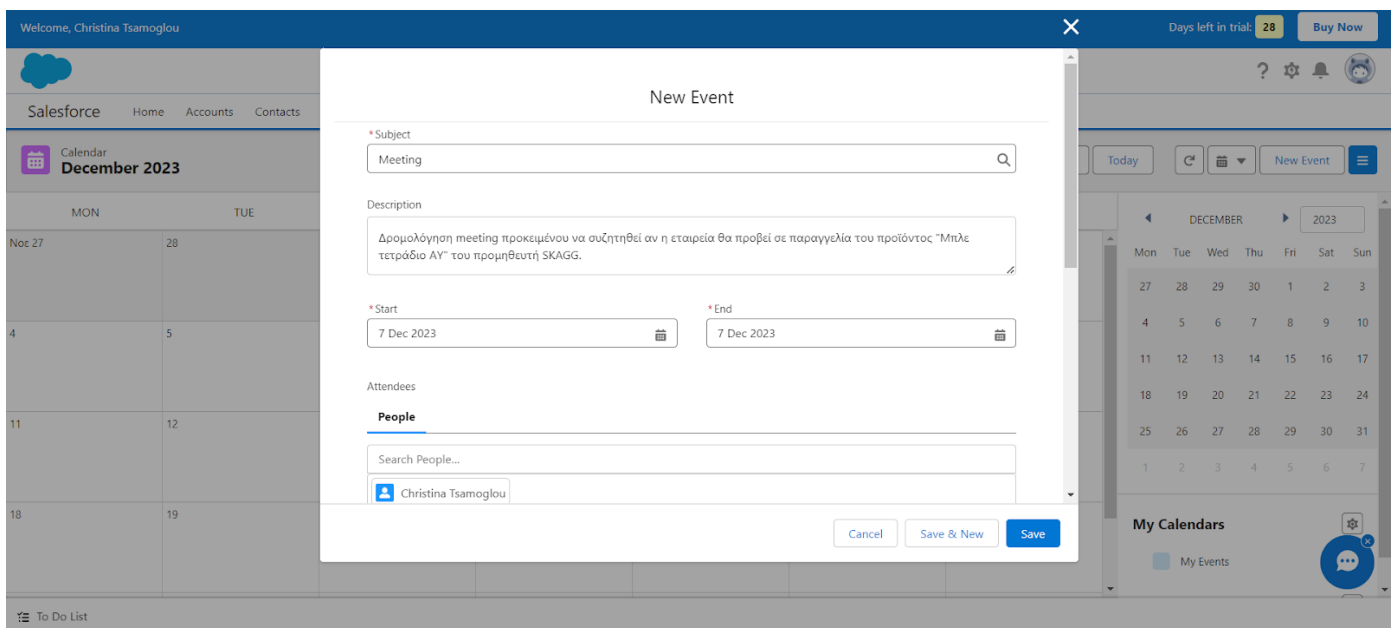
The image displays two screenshots of the Salesforce 'New Opportunity' form. The top screenshot shows the 'About' section with the following fields filled: Opportunity Name (Μπλε τετράδιο ΑΥ), Account Name (SKAGG), Close Date (12/12/2023), Amount (empty), and Description (Μπλε τετράδιο 50 φύλλων από ανακυκλωμένα υλικά. Το χαρτί και το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από παλιά τετράδια, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία έγιναν επαναχρησιμοποιήσιμα. Το εξώφυλλο και η θήκη από το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από ανακυκλωμένα πλαστικά μπουκάλια). The bottom screenshot shows the 'Status' section with the following fields filled: Stage (Negotiate), Probability (%) (75%), Forecast Category (Best Case), and Next Step (Επιβεβαίωση παραγγελίας).

- Για την αποθήκευση της ευκαιρίας αγοράς επιλέγεται το Save.

- Μετά την καταγραφή της ευκαιρίας, ορίστηκε ημέρα και ώρα συνάντησης ατόμων της εταιρείας προκειμένου να συζητηθεί η πρόταση.
 - Μέσω του κεντρικού μενού επιλέχθηκε η κατηγορία Calendar.



- Επιλέχθηκε η 7η Δεκεμβρίου και άνοιξε η φόρμα συμπλήρωσης πληροφοριών.
 - Ως αντικείμενο του γεγονότος ορίστηκε: Meeting.
 - Στην περιγραφή: Δρομολόγηση meeting προκειμένου να συζητηθεί αν η εταιρεία θα προβεί σε παραγγελία του προϊόντος "Μπλε τετράδιο ΑΥ" του προμηθευτή SKAGG.
 - Ημερομηνία έναρξης και λήξης: 7/12/2023.



- Στις 7/12/2023, μετά τη λήξη του meeting έγινε γνωστό ότι η εταιρία θα δεχθεί την πρόταση και θα προβεί σε παραγγελία του προϊόντος.
 - Μέσω του κεντρικού μενού και της επιλογής Sales και στη συνέχεια Opportunities, εμφανίστηκε η λίστα με τις ευκαιρίες έως τη συγκεκριμένη στιγμή. Επιλέχθηκε η ευκαιρία που δημιουργήθηκε νωρίτερα με τον προμηθευτή SKAG.

The screenshot shows the Salesforce interface with the 'Opportunities' list view. The header includes 'Welcome, Christina Tsamoglou', 'Days left in trial: 28', and a 'Buy Now' button. The navigation bar shows 'Salesforce' and various menu items like Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The main content area displays a table with one opportunity:

Opportunity Name	Account Name	Amount	Close Date	Stage	Last Activity Date	Opportunity Owner
Μπλε τετράδιο AY	SKAGG		12/12/2023	Negotiate		CTSam

- Έπειτα, μέσω της επιλογής Mark Stage as Complete και στη συνέχεια της επιλογής Closed Won, δηλώνεται ότι η ευκαιρία έχει ολοκληρωθεί με επιτυχία.

The screenshot shows the Salesforce interface with the 'Opportunity' detail view for 'Μπλε τετράδιο AY'. The header includes 'Welcome, Christina Tsamoglou', 'Days left in trial: 28', and a 'Buy Now' button. The navigation bar shows 'Salesforce' and various menu items like Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The main content area displays the opportunity details:

About

- Opportunity Name: Μπλε τετράδιο AY
- Account Name: SKAGG
- Close Date: 12/12/2023
- Amount:
- Description: Μπλε τετράδιο 50 φύλλων από ανακυκλωμένα υλικά. Το χαρτί και το καρτέλακι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από παλιά τετράδια, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία έγιναν επαναχρησιμοποιήσιμα. Το εξώφυλλο και...

Stage: Negotiate

Guidance for Success

Negotiate value and resolve objections.

- Have you answered all outstanding questions?
- Have you confirmed all key decision makers are on board?
- Do you need to offer a discount or other pricing incentive?

Prepare a negotiation strategy and work to close the deal.

Contact Roles (1)

- Αντώνης Παπαγεωρ...
- Role:
- Title:

Files (0)

Upload Files

Or drop files

Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση

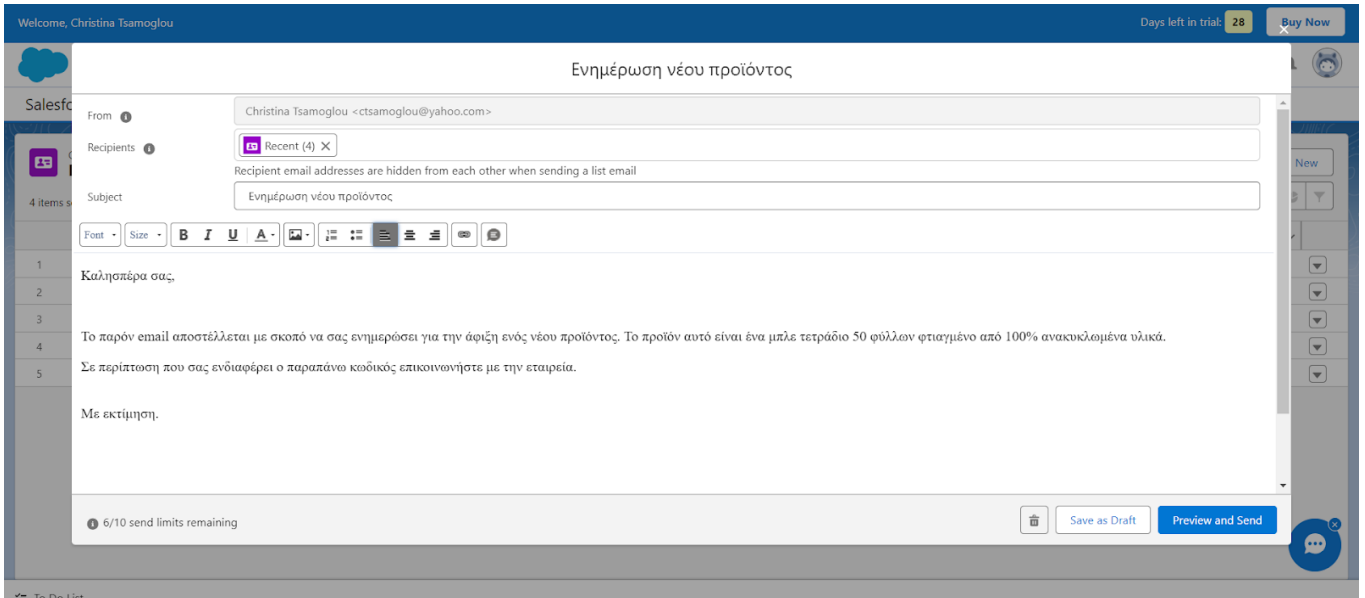
The screenshot shows the Salesforce CRM interface. At the top, there is a navigation bar with 'Salesforce' and various menu items like 'Home', 'Accounts', 'Contacts', 'Sales', 'Outreach', 'Service', 'Calendar', 'Dashboards', and 'Reports'. A search bar is present. Below the navigation bar, the main content area displays an opportunity record for 'Μπλε τετράδιο ΑΥ'. A modal dialog box titled 'Close This Opportunity' is open in the center, showing a 'Stage' dropdown menu with 'Closed Won' selected. The dialog has 'Cancel' and 'Save' buttons. The background shows the opportunity details, including 'About', 'Negotiation', and 'Contact Roles' sections.

- Την ίδια ημέρα η εταιρεία επιθυμεί να ενημερώσει τους πελάτες της για το νέο προϊόν και αποφασίζει να στείλει ένα email σε όλους με βασικές πληροφορίες περί αυτού.
 - Από το κεντρικό μενού, επιλέγεται η κατηγορία Contacts.
 - Επιλέγονται οι εκπρόσωποι των βιβλιοπωλείων που πρόκειται να σταλεί το email και έπειτα μέσω του Send List Email ανοίγει η φόρμα για την δημιουργία του.

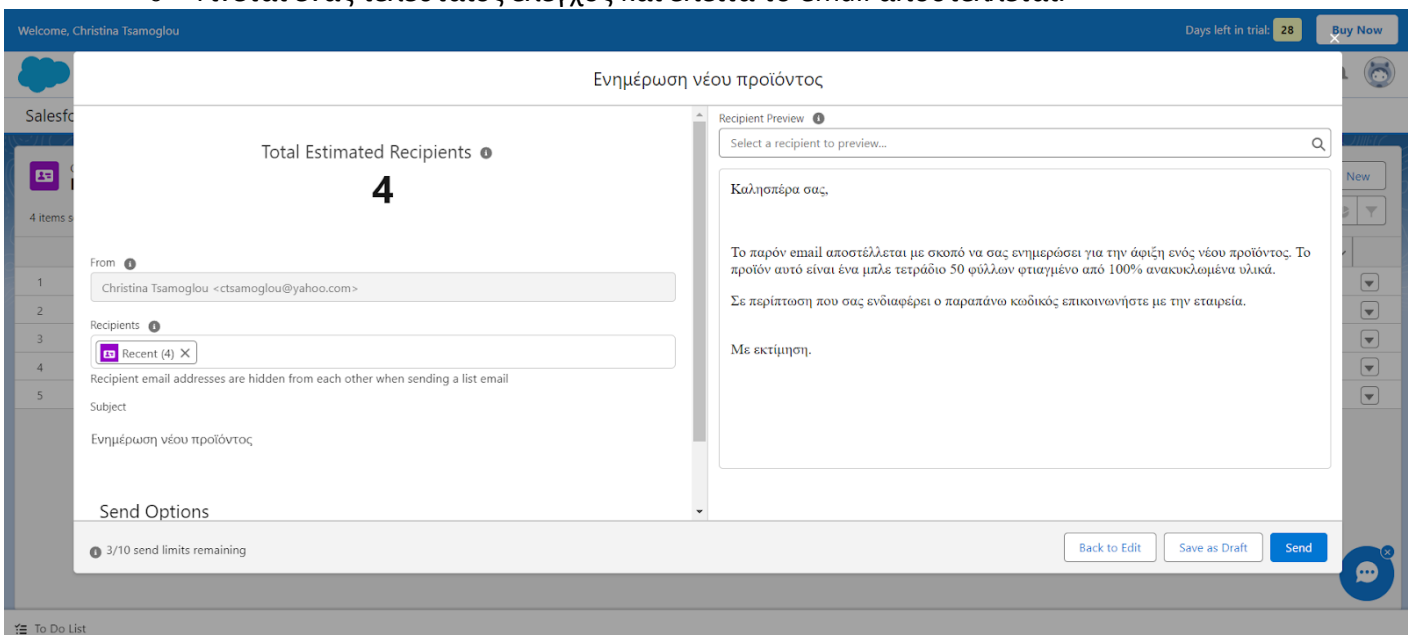
The screenshot shows the Salesforce CRM interface with the 'Contacts' tab selected. The main content area displays a list of contacts under the 'Recently Viewed' filter. The list has 4 items selected. The table columns are Name, Account Name, Phone, Email, and Contact Owner Alias. The 'Send List Email' button is highlighted in yellow.

	Name	Account Name	Phone	Email	Contact Owner Alias
1	<input checked="" type="checkbox"/> Νικόλαος Ελευθεριάδης	Μολυβούπολη	697485547	moluboupoli@aegean.gr	CTsam
2	<input type="checkbox"/> Αντώνης Παπαγεωργίου	SKAGG	696444589	skagg@emporio.gr	CTsam
3	<input checked="" type="checkbox"/> Μαρία Αντωνιάδου	Παγώνι	698521470	bibliopagoni@aegean.gr	CTsam
4	<input checked="" type="checkbox"/> Αγγελική Παπανικολάου	4 εποχές	698547821	tesserisepoxes@aegean.gr	CTsam
5	<input checked="" type="checkbox"/> Ελπίδα Παπαδοπούλου	Ελπίδα	694485712	elpida@bibliopolio.gr	CTsam

- ο Συμπληρώνεται το θέμα και ο κύριος κορμός του email και στη συνέχεια επιλέγεται το Preview and Send.



- ο Γίνεται ένας τελευταίος έλεγχος και έπειτα το email αποστέλλεται.



- Στις 9/12 η εταιρεία λαμβάνει τηλεφωνήματα από το βιβλιοπωλείο “Μολυβούπολη” με σκοπό να συζητηθεί η παραγγελία του προϊόντος. Έτσι η εταιρεία αποφασίζει να ορίσει μία δια ζώσης συνάντηση προκειμένου να συζητηθούν απορίες γύρω από το προϊόν.
 - Στο κεντρικό μενού, στην κατηγορία Accounts επιλέγεται το βιβλιοπωλείο “Μολυβούπολη”.

The screenshot shows the Salesforce interface for the 'Accounts' section. The user is logged in as Christina Tsamoglou. The page displays a list of 5 accounts under the 'Recently Viewed' filter. The first account, 'Μολυβούπολη', is highlighted in yellow. The table columns are 'Account Name', 'Phone', and 'Account Owner Alias'. The 'Account Owner Alias' for all accounts is 'CTsam'.

	Account Name	Phone	Account Owner Alias
1	Μολυβούπολη	231007777	CTsam
2	Παγώνι	231069854	CTsam
3	SKAGG	210444589	CTsam
4	Ελπίδα	231055820	CTsam
5	4 εποχές	230123654	CTsam

To Do List

- Στη συνέχεια με την επιλογή New Event καταγράφεται το τηλεφώνημα από το βιβλιοπωλείο «Μολυβούπολη».
 - Ως θέμα ορίστηκε το Call.
 - Στην περιγραφή: Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα προκειμένου να συζητηθεί μία πιθανή παραγγελία από το βιβλιοπωλείο "Μολυβούπολη"
 - Συμπληρώθηκε η ημερομηνία έναρξης και λήξης, καθώς και η ώρα που έλαβε χώρα το τηλεφώνημα.
 - Συμπληρώθηκαν η επιχείρηση και ο υπεύθυνός της.

Call

Subject
Call

Description
Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα προκειμένου να συζητηθεί μία πιθανή παραγγελία από το βιβλιοπωλείο "Μολυβούπολη"

Start
Date: 9 Dec 2023 Time: 12:00 AM

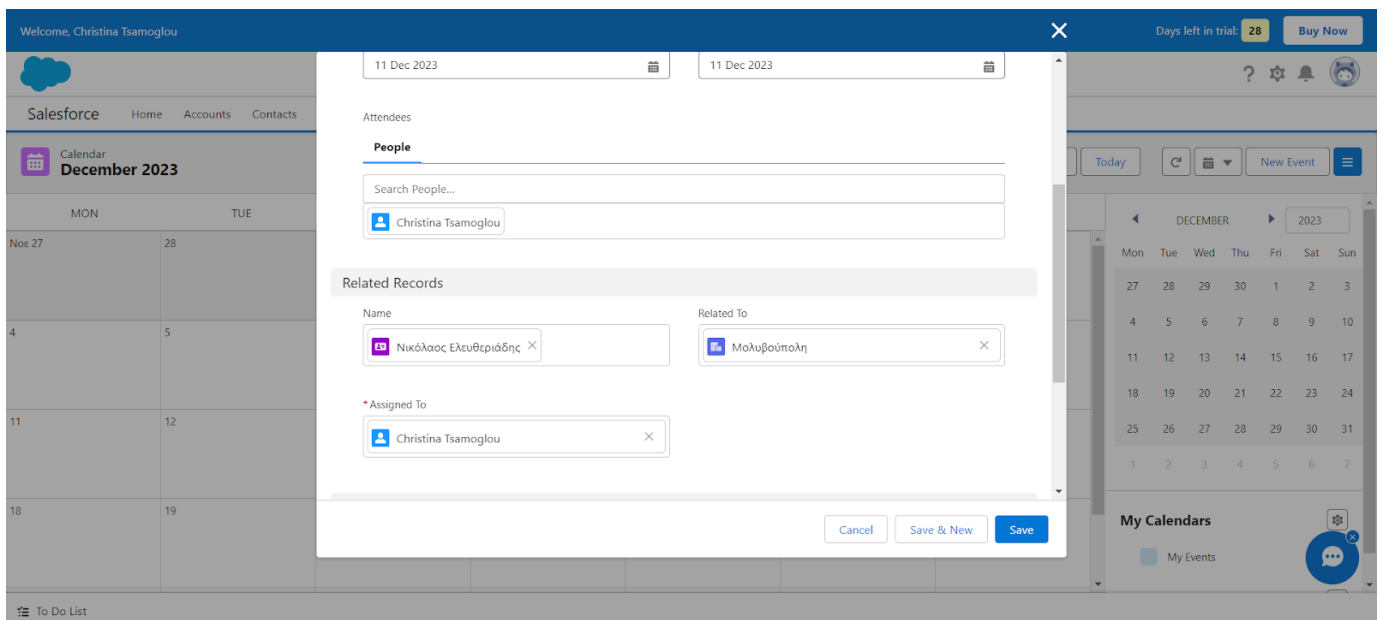
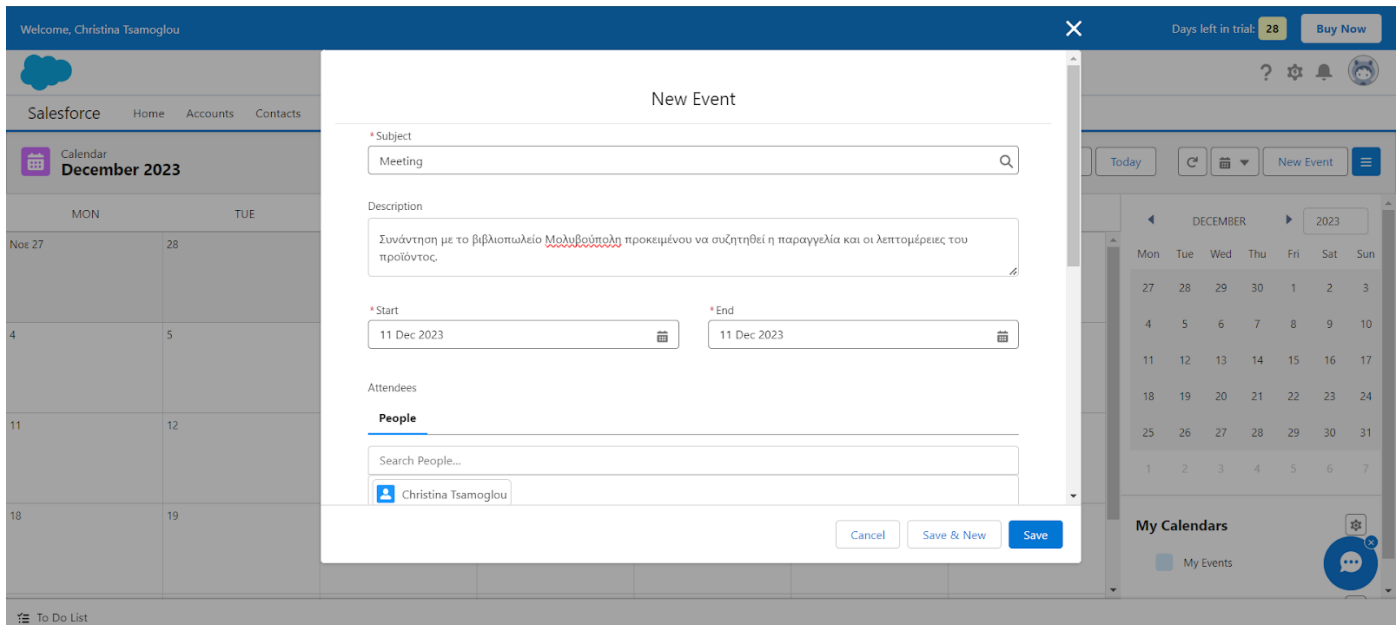
End
Date: 9 Dec 2023 Time: 12:15 AM

Name
Νικόλαος Ελευθεριάδης

Related To
Μολυβούπολη

Save

- Μέσω του κεντρικού μενού επιλέγεται το ημερολόγιο. Η συνάντηση με το βιβλιοπωλείο «Μολυβούπολη» δρομολογείται για τις 11/12. Επιλέγεται η δημιουργία νέου γεγονότος.
 - Ως θέμα ορίζεται το Meeting - Συνάντηση "Μολυβούπολη".
 - Στην περιγραφή: Συνάντηση με το βιβλιοπωλείο Μολυβούπολη προκειμένου να συζητηθεί η παραγγελία και οι λεπτομέρειες του προϊόντος.
 - Συμπληρώνεται το άτομο Νικόλαος Ελευθεριάδης και η επιχείρηση Μολυβούπολη.



- Η παραπάνω συνάντηση σηματοδοτεί μία πιθανή ευκαιρία για την εταιρεία, επομένως μέσω της κατηγορίας Accounts και της επιλογής του βιβλιοπωλείου «Μολυβούπολη» ορίζεται η ευκαιρία.
 - Στην δρομολογημένη συνάντηση, επιλέγεται το New Opportunity.
 - Ως τίτλος ορίζεται “Νέα παραγγελία”.
 - Το όνομα της επιχείρησης είναι ήδη αποθηκευμένο.
 - Ως τελική ημερομηνία απόφασης ορίζεται η ίδια με αυτή της συνάντησης, 11/12.

The screenshot displays the Salesforce 'New Opportunity' form. The form is titled 'New Opportunity' and is overlaid on the Salesforce interface. The background shows the 'Accounts' tab with the account 'Μολυβούπολη' selected. The form fields are as follows:

- Opportunity Name:** Νέα παραγγελία
- Account Name:** Μολυβούπολη
- Close Date:** 11/12/2023
- Stage:** Negotiate
- Amount:** (empty field)
- Next Step:** Ολοκλήρωση παραγγελίας

The form has 'Cancel' and 'Save' buttons at the bottom. The background interface shows the account details for 'Μολυβούπολη', including the website 'internal/moluboupoli.gr', the account owner 'Christina Tsamoglou', and the phone number '231007777'. There are also buttons for 'New Contact', 'New Opportunity', and 'Edit' in the top right corner of the form area.

- Μετά τη λήξη του meeting και εφόσον έχει αποφασιστεί ότι η εταιρεία θα στείλει εμπόρευμα από το νέο προϊόν στο βιβλιοπωλείο, η ευκαιρία που είχε δημιουργηθεί αλλάζει στάδιο ολοκλήρωσης και ορίζεται ως επιτυχημένη.
 - Στην κατηγορία Sales και έπειτα Opportunities επιλέγεται η ευκαιρία με όνομα «Νέα παραγγελία», η οποία δημιουργήθηκε νωρίτερα με το βιβλιοπωλείο «Μολυβούπολη».

The screenshot shows the Salesforce interface with the 'Opportunities' list view. The header includes 'Welcome, Christina Tsamoglou', 'Days left in trial: 28', and 'Buy Now'. The navigation bar shows 'Salesforce' and various tabs like Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The main content area displays a table of opportunities with columns for Opportunity Name, Account Name, Amount, Close Date, Stage, Last Activity, and Opportunity Owner. Two items are listed: 'Μπλε τετράδιο ΑΥ' (SKAGG, 8/12/2023, Closed Won) and 'Νέα παραγγελία' (Μολυβούπολη, 11/12/2023, Negotiate). The second item is highlighted in yellow.

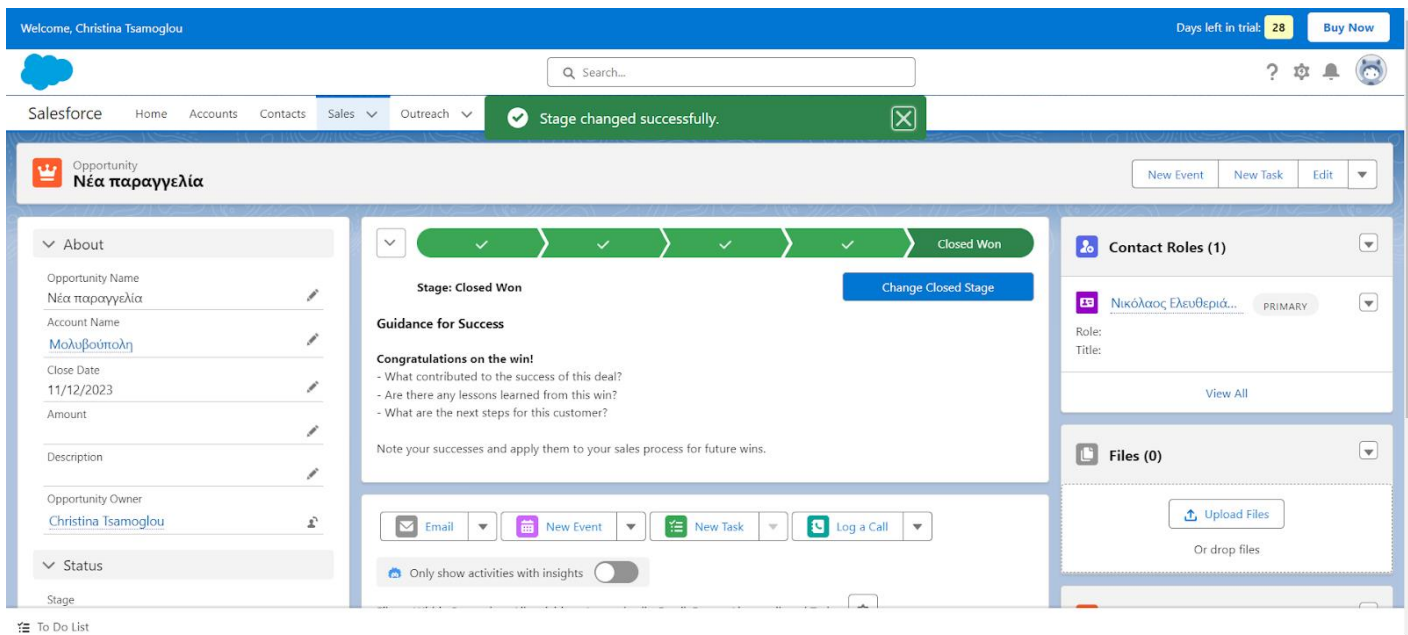
Opportunity Name	Account Name	Amount	Close Date	Stage	Last Activity D...	Opportunity Owner ...
Μπλε τετράδιο ΑΥ	SKAGG		8/12/2023	Closed Won		CTsam
Νέα παραγγελία	Μολυβούπολη		11/12/2023	Negotiate		CTsam

To Do List

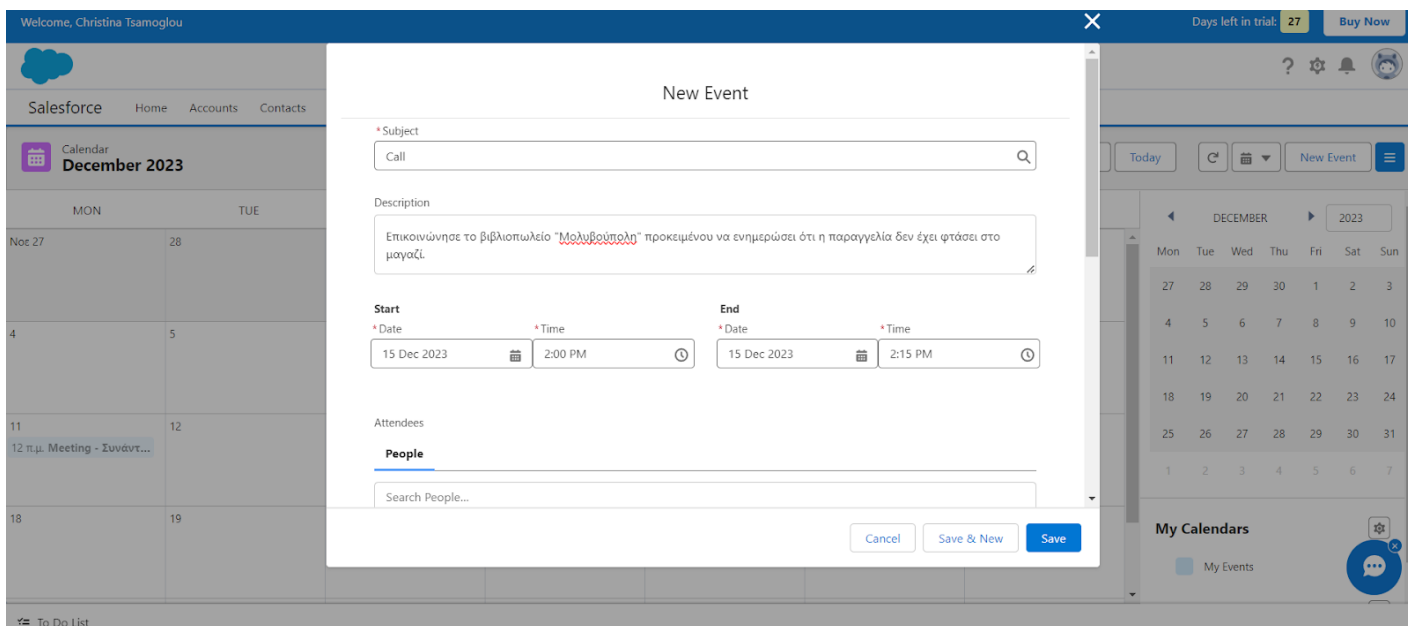
- Στη συνέχεια, μέσω του Mark Stage as Complete επιλέγεται το Closed Won.

The screenshot shows the Salesforce interface with the 'Opportunity' detail view for 'Νέα παραγγελία'. The header includes 'Welcome, Christina Tsamoglou', 'Days left in trial: 28', and 'Buy Now'. The navigation bar shows 'Salesforce' and various tabs like Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The main content area displays the opportunity details, including 'About', 'Status', 'Contact Roles (1)', and 'Files (0)'. A dialog box titled 'Close This Opportunity' is open, showing a dropdown menu for 'Stage' with 'Closed Won' selected. The dialog box has 'Cancel' and 'Save' buttons.

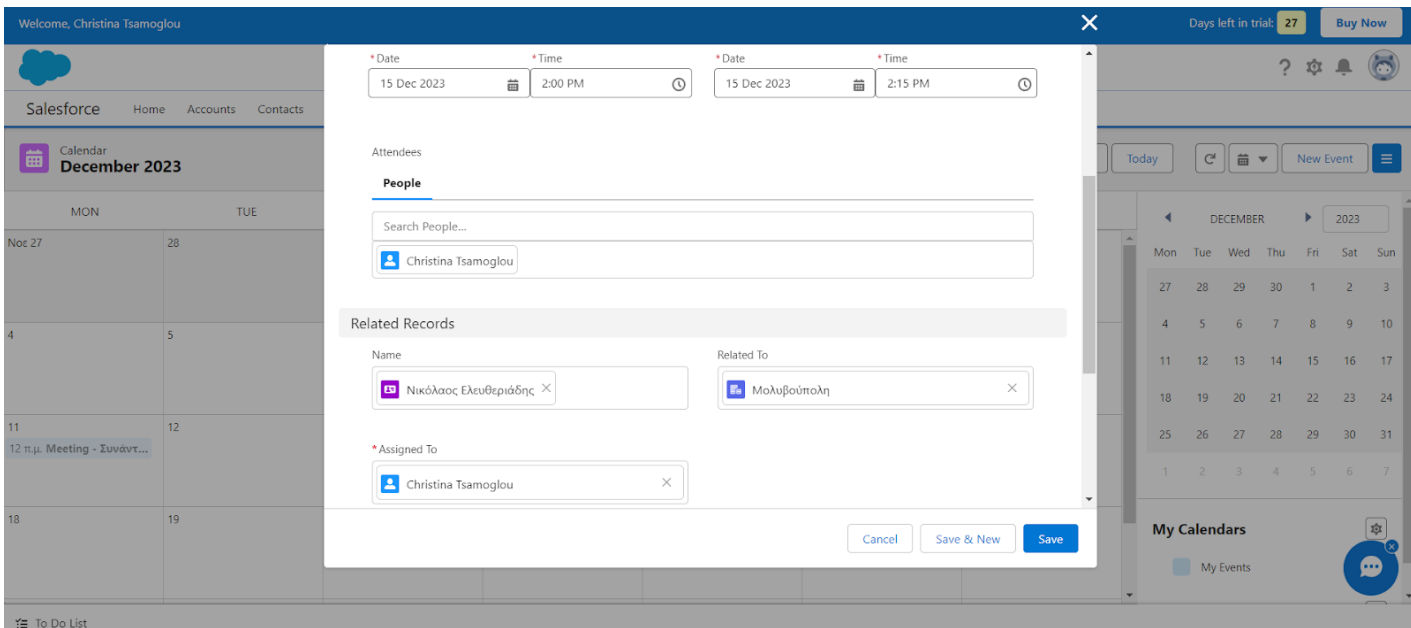
- Έτσι η ευκαιρία πώλησης θεωρείται επιτυχημένη.



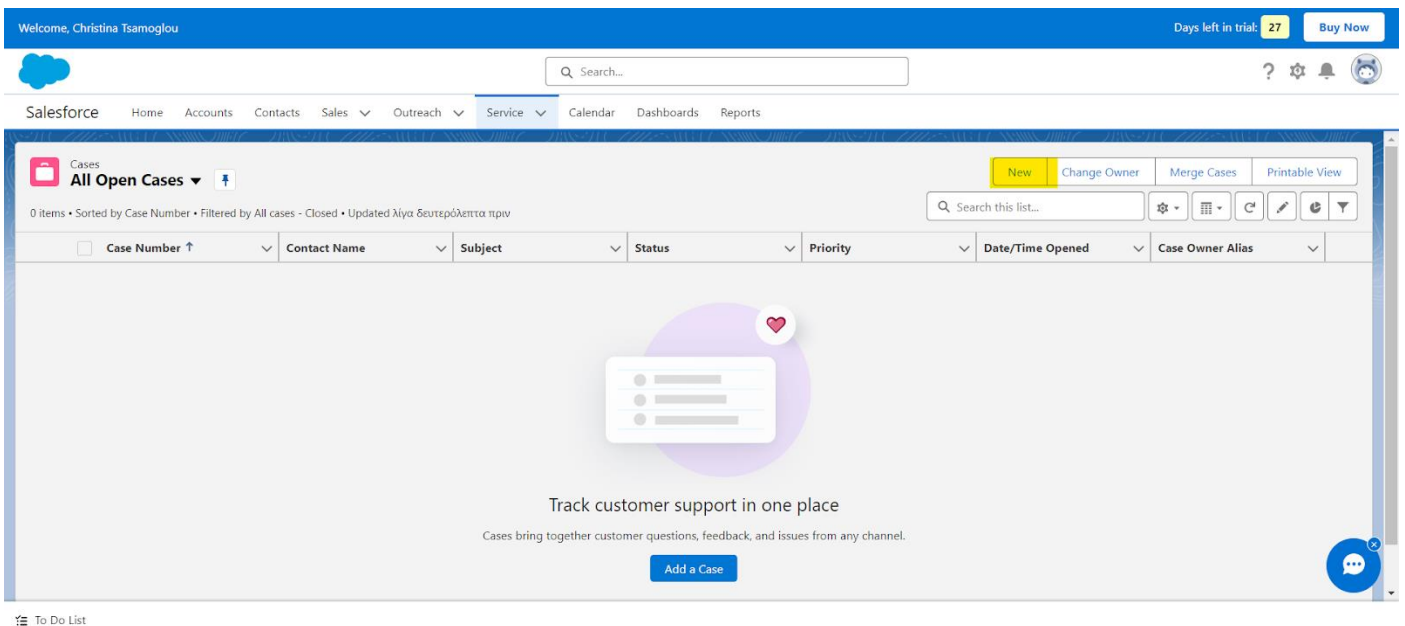
- Στις 15/12 το βιβλιοπωλείο “Μολυβούπολη” επικοινωνεί με την εταιρεία προκειμένου να ενημερώσει ότι η προγραμματισμένη παραγγελία δεν έχει φτάσει.
 - Μέσω του ημερολογίου, δημιουργείται νέο γεγονός για να καταγραφεί η κλήση.
 - Το θέμα του γεγονότος είναι η τηλεφωνική κλήση.
 - Στην περιγραφή δόθηκαν πληροφορίες σχετικά με το τηλεφώνημα
 - Ορίστηκαν η ημερομηνία, η ώρα και τα άτομα που συμμετείχαν στο τηλεφώνημα.



Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση



- Έπειτα, για να γίνει καταγραφή του προβλήματος έγινε μετάβαση στην κατηγορία Service και στη συνέχεια Cases.
 - ο Μέσω της επιλογής New δημιουργείται ένα νέο Case.



- Στη φόρμα του Case συμπληρώνονται τα απαραίτητα στοιχεία για την υποβολή του.
 - Ως κατασταση του Case ορίστηκε το New.
 - Σε βαθμό προτεραιότητας ορίστηκε Medium.
 - Στα στοιχεία του βιβλιοπωλείου και του ατόμου που ήρθε η εταιρεία σε επαφή: Μολυβούπολη και Νικόλαος Ελευθεριάδης αντίστοιχα.
 - Στο θέμα του Case προστέθηκε: Παραγγελία τετραδίων.
 - Στην περιγραφή: Το βιβλιοπωλείο "Μολυβούπολη" ενημέρωσε πως ακόμη δεν έχει γίνει παραλαβή της παραγγελίας που δρομολογήθηκε.

Case 00001004

Case Information

* Status: New Case Origin: Phone

Priority: Medium Case Owner: Christina Tsamoglou

Contact Information

Contact Name: Νικόλαος Ελευθεριάδης Account Name: Μολυβούπολη

Description Information

Subject: Παραγγελία τετραδίων

Send notification email to contact

Buttons: Cancel, Save & New, Save

Case 00001004

Case Information

* Status: New Case Origin: Phone

Priority: Medium Case Owner: Christina Tsamoglou

Contact Information

Contact Name: Νικόλαος Ελευθεριάδης Account Name: Μολυβούπολη

Description Information

Subject: Παραγγελία τετραδίων

Description: Το βιβλιοπωλείο "Μολυβούπολη" ενημέρωσε πως ακόμη δεν έχει γίνει παραλαβή της παραγγελίας που δρομολογήθηκε

Send notification email to contact

Buttons: Cancel, Save & New, Save

- Απευθείας η εταιρεία δρομολογεί τηλεφωνική επικοινωνία με τη συνεργαζόμενη μεταφορική εταιρεία ώστε να διευθετηθεί το ζήτημα.
 - Μέσω της επιλογής To Do List ορίζεται το τηλεφώνημα.

The screenshot shows the Salesforce dashboard for Christina Tsamoglou. The top navigation bar includes 'Home', 'Accounts', 'Contacts', 'Sales', 'Outreach', 'Service', 'Calendar', 'Dashboards', and 'Reports'. The main content area is divided into three columns:

- All New Leads:** A card with a search bar, a 'New' button, and a progress bar. Below it, a message says 'Track progress as you qualify leads.' and a 'View Report' button.
- All Opportunities:** A table with columns 'Stage', 'Opportunity Name', and 'Amount'. It lists two 'Closed Won' opportunities: 'Μπλε τετράδιο ΑΥ' and 'Νέα παραγγελία'.
- All Contacts:** A table with columns 'First Name', 'Last Name', and 'Account Name'. It lists five contacts: Αντώνης Παπαγεωργίου (SKAGG), Ελπίδα Παπαδοπούλου (Ελπίδα), Νικόλαος Ελευθεριάδης (Μολυβούπολη), Μαρία Αντωνιάδου (Παγώνι), and Αγγελική Παπανικολάου (4 εποχές).

- Επιλέγεται το New Task.

This screenshot shows the same Salesforce dashboard as above, but with the 'To Do List' overlay open on the left side. The overlay contains the text 'Ahh, a clean slate' and 'Use the To Do List to see what's due next. Organize your tasks with colors and labels.' Below this text is a prominent green 'New Task' button. The background dashboard content is partially visible behind the overlay.

- Στη φόρμα συμπλήρωσης του task, δίνονται οι πληροφορίες.
 - Σχετιζόμενη επιχείρηση: Μεταφορική.
 - Θέμα: Κλήση.
 - Όνομα συνεργαζόμενου: Δημήτριος Ιορδανίδης.
 - Ημερομηνία: 16/12/2023.
 - Στα σχόλια προστέθηκε: Να γίνει τηλεφώνημα στο μεταφορική προκειμένου να συζητηθεί η παραγγελία του βιβλιοπωλείου "Μολυβούπολη".
 - Η κατάσταση βρίσκεται υπό εργασία.
 - Το task τέθηκε σε υψηλή προτεραιότητα.

New Task

Task Information

* Assigned To: Christina Tsamoglou

Related To: Μεταφορική

1 Total Task

* Subject: Call

Name: Δημήτριος Ιορδανίδης

Due Date: 16/12/2023

Comments: Να γίνει τηλεφώνημα στο μεταφορική προκειμένου να συζητηθεί η παραγγελία του βιβλιοπωλείου "Μολυβούπολη".

Save & New Cancel Save

* Subject: Call

Name: Δημήτριος Ιορδανίδης

Due Date: 16/12/2023

Comments: Να γίνει τηλεφώνημα στο μεταφορική προκειμένου να συζητηθεί η παραγγελία του βιβλιοπωλείου "Μολυβούπολη".

Additional Information

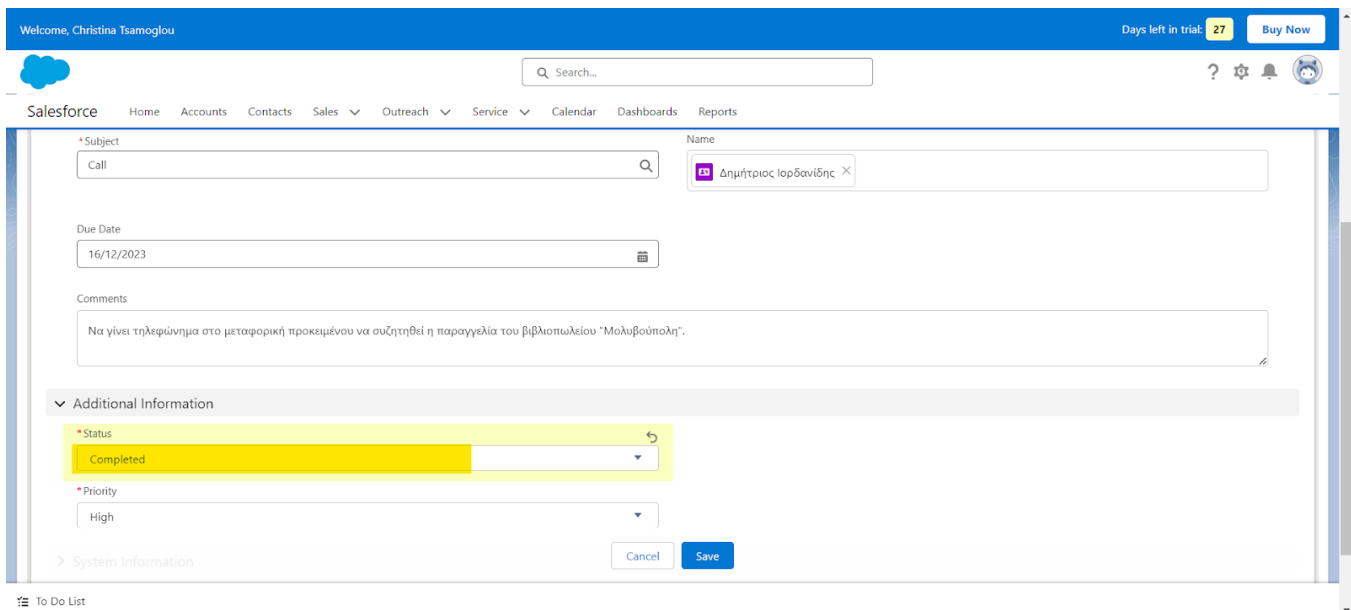
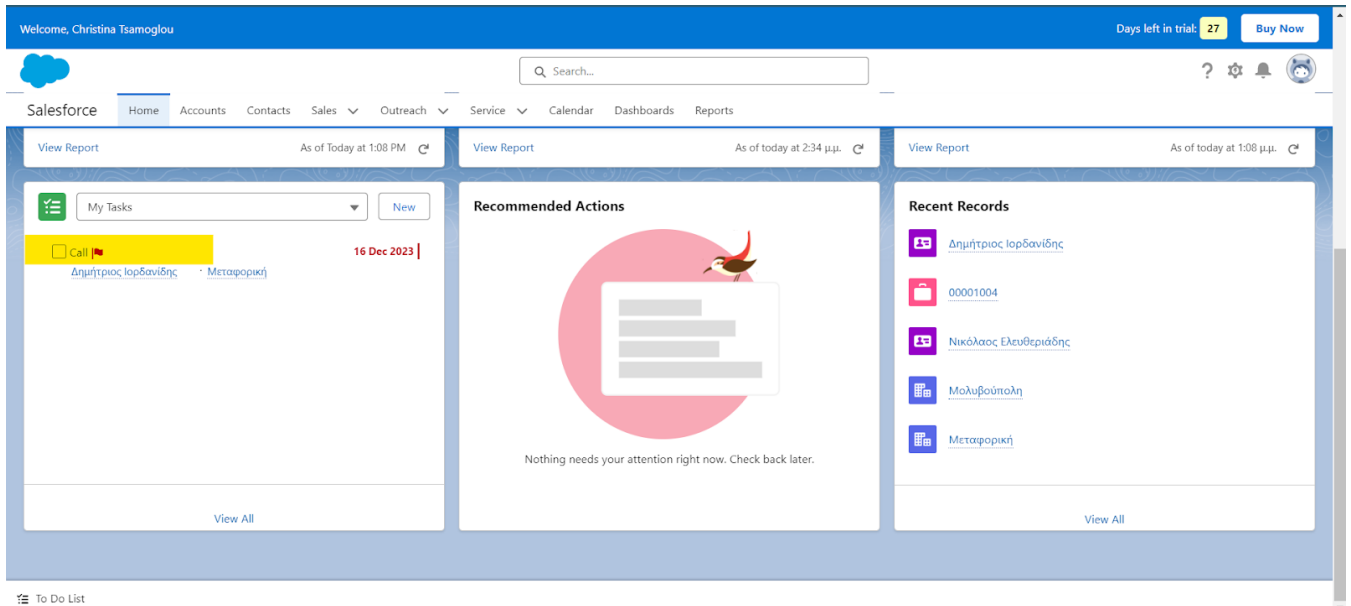
* Status: In Progress

* Priority: High

Save & New Cancel Save

- Για αποθήκευση του task επιλέγεται το Save.

- Στις 16/12 γίνεται η τηλεφωνική επικοινωνία με την μεταφορική και βεβαιώνει την εταιρεία ότι η παραγγελία έχει αποσταλεί.
 - Αρχικά, μέσω της αρχικής σελίδας επιλέγεται το task του τηλεφωνήματος προκειμένου να αλλάξει η κατάσταση και να οριστεί ως ολοκληρωμένο.



- Στη συνέχεια, η εταιρεία στέλνει email στο βιβλιοπωλείο "Μολυβούπολη" προκειμένου να ενημερώσει για τις πληροφορίες που πήρε από την μεταφορική σχετικά με την παραγγελία.
 - Στο κεντρικό μενού επιλέγεται η κατηγορία Contacts. Έπειτα, επιλέγεται η επαφή «Νικόλαος Ελευθεριάδης» που είναι συνδεδεμένη με το κατάσταση «Μολυβούπολη» που πρόκειται να σταλεί το email.

Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση

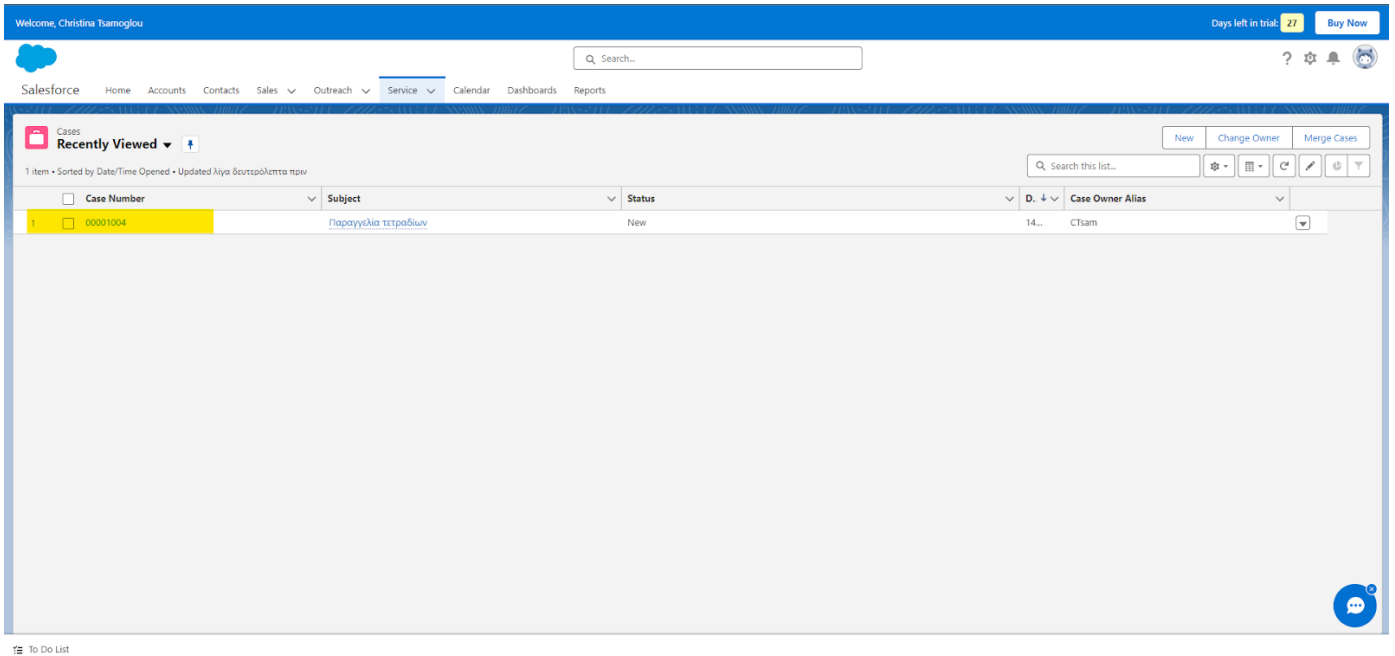
The screenshot shows the Salesforce CRM interface. At the top, there is a navigation bar with the user's name 'Welcome, Christina Tsamoglou' and a 'Buy Now' button. Below the navigation bar, there is a search bar and a menu with options like Home, Accounts, Contacts, Sales, Outreach, Service, Calendar, Dashboards, and Reports. The main content area displays a list of contacts under the heading 'Recently Viewed'. The list has columns for Name, Account Name, Phone, Email, and Contact Owner Alias. The first contact, Νικόλαος Ελευθεριάδης, is highlighted in yellow. Below the list, there is a 'To Do List' section.

Name	Account Name	Phone	Email	Contact Owner Alias
<input checked="" type="checkbox"/> Νικόλαος Ελευθεριάδης	Μολυβούπολη	697485547	moluboupoli@aegean.gr	CTsam
<input type="checkbox"/> Ελπίδα Παπαδοπούλου	Ελπίδα	694485712	elpida@bibliopolio.gr	CTsam
<input type="checkbox"/> Δημήτριος Ιορδανίδης	Μεταφορική	697418246	metaforiki@aegean.gr	CTsam
<input type="checkbox"/> Αντιώνης Παπαγεωργίου	SKAGG	696444589	skagg@emporio.gr	CTsam
<input type="checkbox"/> Μαρία Αντωνιάδου	Παγώνι	698521470	bibliopagoni@aegean.gr	CTsam
<input type="checkbox"/> Αγγελική Παπανικολάου	4 εποχές	698547821	tesserisepoxes@aegean.gr	CTsam

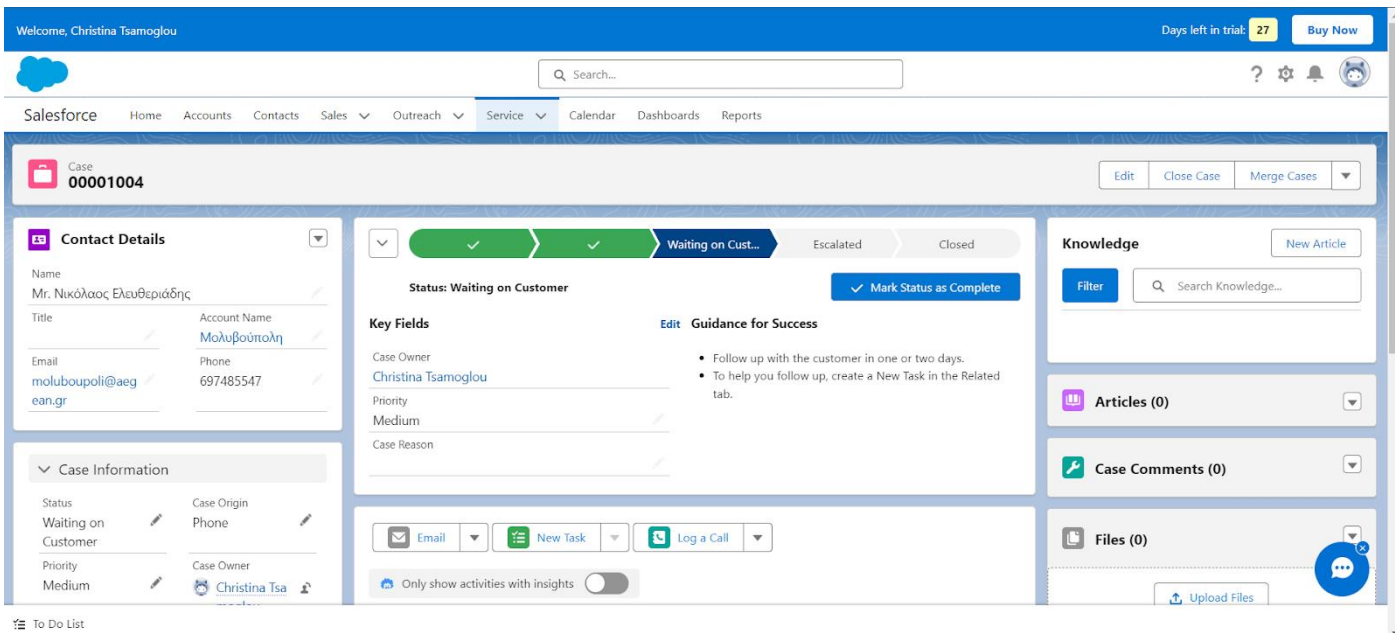
- Ύστερα δημιουργείται και αποστέλλεται το email για την ενημέρωση του πελάτη.

The screenshot shows the Salesforce CRM interface with an email composition window open. The window title is 'Καθυστερήση παραγγελίας'. The 'From' field is filled with 'Christina Tsamoglou <ctsamoglou@yahoo.com>'. The 'Recipients' field shows 'Recent (1) X' and a note: 'Recipient email addresses are hidden from each other when sending a list email'. The 'Subject' field is filled with 'Καθυστερήση παραγγελίας'. Below the fields is a rich text editor with a toolbar containing options for font size, bold, italic, underline, text color, background color, bulleted list, numbered list, link, and unlink. The email body contains the following text:
1 Καλησπέρα σας,
2 Θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε ότι μετά από την τηλεφωνική επικοινωνία που είχαμε με την συνεργαζόμενη μεταφορική εταιρεία, πληροφορηθήκαμε ότι η παραγγελία σας έχει αποσταλεί. Εντός λίγων
3 ημερών θα φτάσει στο κατάστημά σας.
4 Με εκτίμηση.
5
6
At the bottom of the window, there is a status bar showing '10/10 send limits remaining' and buttons for 'Save as Draft' and 'Preview and Send'.

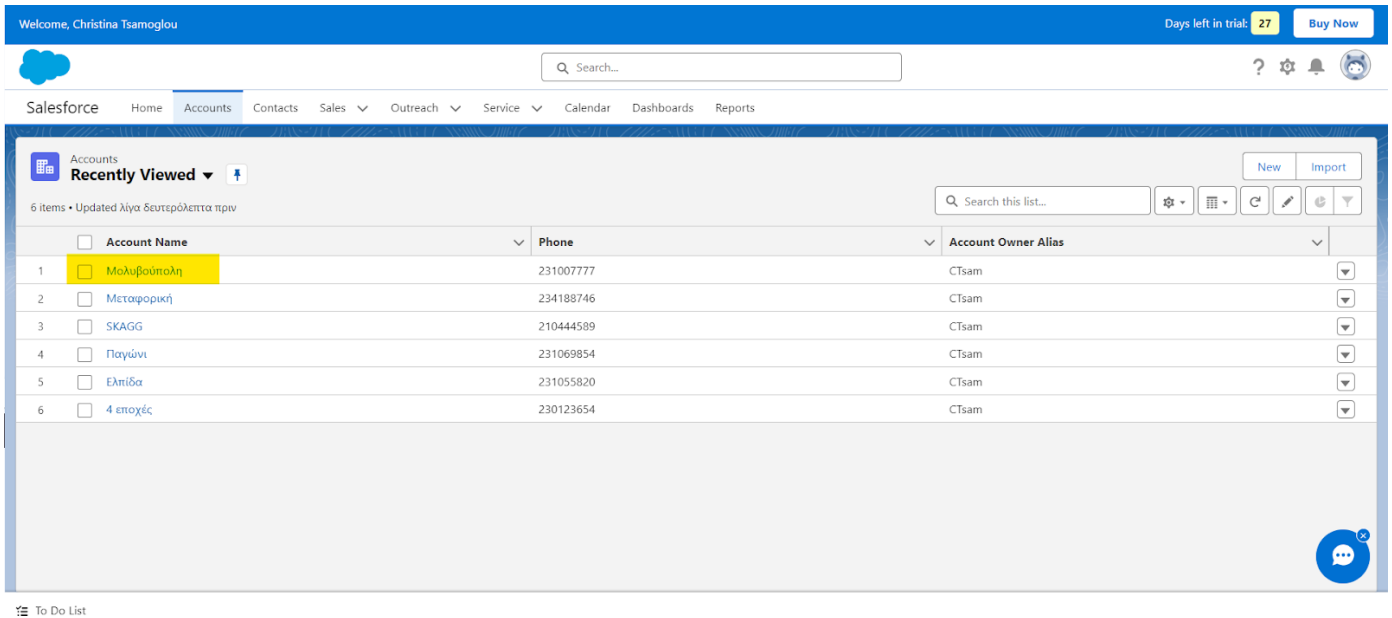
- Αφού σταλεί το email, ενημερώνεται η κατάσταση του Case που αφορά το πρόβλημα στην παραγγελία τετραδίων που έκανε το βιβλιοπωλείο.
 - Από το μενού γίνεται μετάβαση στην κατηγορία Service και έπειτα στην υποκατηγορία Cases.
 - Επιλέγεται το Case που πρόκειται να επεξεργαστεί.



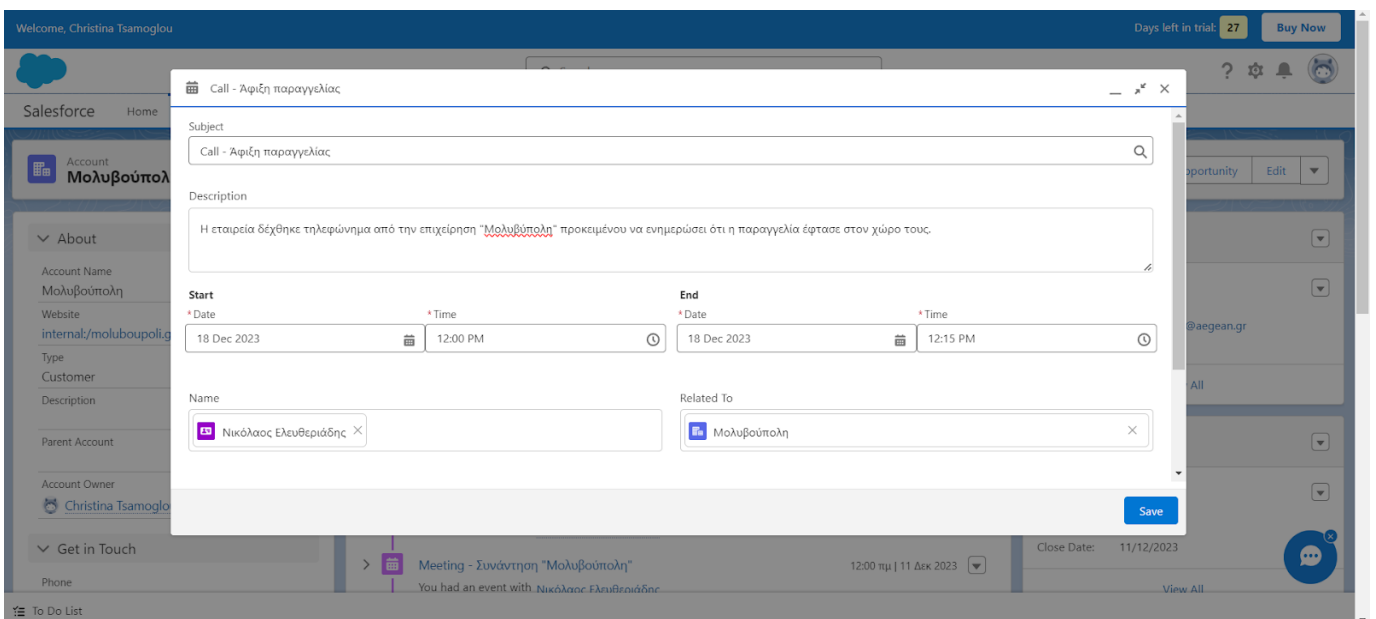
- Μέσω της επιλογής “Mark Status as Complete” γίνεται η ενημέρωση της κατάστασης του Case. Επιλέγεται η κατάσταση Waiting on Customer.



- Στις 18/12 τηλεφωνεί το βιβλιοπωλείο “Μολυβούπολη” στην εταιρεία και ενημερώνει πως η παραγγελία έχει φτάσει στον χώρο.
 - ο Πρώτο βήμα είναι να καταγραφεί η κλήση. Μέσω της κατηγορίας Accounts επιλέγεται η επιχείρηση “Μολυβούπολη”.



- ο Στη συνέχεια δημιουργείται νέο γεγονός με τη χρήση του New Event.
 - Ως θέμα του Event ορίστηκε: Call - Άφιξη παραγγελίας.
 - Στην περιγραφή: Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από την επιχείρηση "Μολυβούπολη" προκειμένου να ενημερώσει ότι η παραγγελία έφτασε στον χώρο τους.
 - Αποθηκεύτηκαν οι λεπτομέρειες της ώρας και ημερομηνίας του τηλεφωνήματος καθώς και το άτομο που τηλεφώνησε.



- Εφόσον έχει σταλεί με επιτυχία η παραγγελία, ενημερώνεται και το αντίστοιχο Case που αφορούσε το πρόβλημα της παραγγελίας. Η παραγγελία έχει φτάσει με επιτυχία στο βιβλιοπωλείο «Μολυβούπολη» επομένως το Case έχει ολοκληρωθεί.

The screenshot shows the Salesforce interface for a Case record with ID 00001004. The status is 'Closed'. The contact details include Name: Mr. Νικόλαος Ελευθεριάδης, Title: Μολυβούπολη, Email: moluboupoli@aeg.ean.gr, and Phone: 697485547. The case information shows Status: Closed, Priority: Medium, and Case Owner: Christina Tsamoglou. The interface also displays a 'Key Fields' section with 'Case Owner: Christina Tsamoglou' and 'Priority: Medium'. There are buttons for 'Email', 'New Task', and 'Log a Call' at the bottom. The top navigation bar includes 'Home', 'Accounts', 'Contacts', 'Sales', 'Outreach', 'Service', 'Calendar', 'Dashboards', and 'Reports'.

- Η εταιρεία ζήτησε μία πλήρη λίστα με τις επαφές που διατηρεί η εταιρεία σε συνδυασμό με τις επιχειρήσεις που εργάζεται κάθε επαφή.
 - Μέσω της κατηγορίας Reports επιλέχθηκε το New Report.
 - Επιλέχθηκαν τα στοιχεία που θα περιλαμβάνει η αναφορά.

The screenshot shows the 'Create Report' dialog box in Salesforce. The 'Category' is set to 'Recently Used'. The 'Report Type Name' is 'Contacts & Accounts' and the 'Category' is 'Standard'. The 'Details' section shows 'Contacts & Accounts' as the 'Standard Report Type' and 'My Contacts' as the 'Created By You' report. The 'Start Report' button is visible. The top navigation bar includes 'Home', 'Accounts', 'Contacts', 'Sales', 'Outreach', 'Service', 'Calendar', 'Dashboards', and 'Reports'.

- ο Ελέγχθηκαν όλα τα πεδία που περιέχει η αναφορά και μέσω της αριστερής στήλης αφαιρέθηκαν τα περιττά. Έπειτα, επιλέχθηκε το Run.

The screenshot shows the Salesforce Reports interface. At the top, there is a navigation bar with 'Salesforce' and various menu items like 'Home', 'Accounts', 'Contacts', 'Sales', 'Outreach', 'Service', 'Calendar', 'Dashboards', and 'Reports'. Below this, the report title 'New Contacts & Accounts Report' is displayed. A table with 6 rows and 11 columns is shown, containing contact information. The columns are: Salutation, First Name, Last Name, Account Name, Mailing Street, Mailing City, Mailing Country, Phone, Email, and Account Owner. The data is as follows:

	Salutation	First Name	Last Name	Account Name	Mailing Street	Mailing City	Mailing Country	Phone	Email	Account Owner
1	Ms.	Αγγελική	Παπανικολάου	4 εποχές	65 Leoforos Nikis	Thessaloniki	Greece	698547821	tesserisepoxes@aegean.gr	Christina Tsamoglou
2	Mr.	Δημήτριος	Ιορδανίδης	Μεταφορική	Αισώπου 5	Thermi	Greece	697418246	metaforiki@aegean.gr	Christina Tsamoglou
3	Mrs.	Ελπίδα	Παπαδοπούλου	Ελπίδα	-	Pylaia	Greece	694485712	elpida@bibliopolio.gr	Christina Tsamoglou
4	Mr.	Αντώνης	Παπαγεωργίου	SKAGG	16 Panepistimiou	Athina	Greece	696444589	skagg@emporio.gr	Christina Tsamoglou
5	Mrs.	Μαρία	Αντωνιάδου	Παγώνι	88 Leoforos Konstantinou Karamanli	Thessaloniki	Greece	698521470	bibliopagoni@aegean.gr	Christina Tsamoglou
6	Mr.	Νικόλαος	Ελευθεριάδης	Μολυβούπολη	2 Tsimiski	Thessaloniki	Greece	697485547	moluboupoli@aegean.gr	Christina Tsamoglou

- ο Η αναφορά με τα ονόματα επαφών και τις λεπτομέρειές τους αποθηκεύτηκε και στη συνέχεια έγινε εξαγωγή σε μορφή excel.

The screenshot shows the same Salesforce Reports interface, but now the report is fully loaded. The table contains 6 records. The 'Export' button is highlighted in yellow. The data in the table is as follows:

	Salutation	First Name	Last Name	Account Name	Mailing Street	Mailing City	Mailing Country	Phone	Email	Account Owner
1	Mrs.	Ελπίδα	Παπαδοπούλου	Ελπίδα	-	Pylaia	Greece	694485712	elpida@bibliopolio.gr	Christina Tsamoglou
2	Mrs.	Μαρία	Αντωνιάδου	Παγώνι	88 Leoforos Konstantinou Karamanli	Thessaloniki	Greece	698521470	bibliopagoni@aegean.gr	Christina Tsamoglou
3	Ms.	Αγγελική	Παπανικολάου	4 εποχές	65 Leoforos Nikis	Thessaloniki	Greece	698547821	tesserisepoxes@aegean.gr	Christina Tsamoglou
4	Mr.	Αντώνης	Παπαγεωργίου	SKAGG	16 Panepistimiou	Athina	Greece	696444589	skagg@emporio.gr	Christina Tsamoglou
5	Mr.	Νικόλαος	Ελευθεριάδης	Μολυβούπολη	2 Tsimiski	Thessaloniki	Greece	697485547	moluboupoli@aegean.gr	Christina Tsamoglou
6	Mr.	Δημήτριος	Ιορδανίδης	Μεταφορική	Αισώπου 5	Thermi	Greece	697418246	metaforiki@aegean.gr	Christina Tsamoglou

Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Salutation	First Name	Last Name	Account Name	Mailing Street	Mailing City	Mailing Country	Phone	Email	Account Owner					
2	Mrs.	Ελπίδα	Παπαδοπούλο	Ελπίδα		Pylaia	Greece	694485712	elpida@bibliopolio.gr	Christina Tsamoglou				
3	Mrs.	Μαρία	Αντωνιάδου	Παγώνι	88 Leoforos Konstantinou Karamanli	Thessaloniki	Greece	698521470	bibliopagoni@aegean.gr	Christina Tsamoglou				
4	Ms.	Αγγελική	Παπανικολάου	4 εποχές	65 Leoforos Nikis	Thessaloniki	Greece	698547821	tesserisepoxes@aegean.gr	Christina Tsamoglou				
5	Mr.	Αντώνης	Παπαγεωργίου	SKAGG	16 Panepistimiou	Athina	Greece	696444589	skagg@emporio.gr	Christina Tsamoglou				
6	Mr.	Νικόλαος	Ελευθεριάδης	Μολυβούπολη	2 Tsimiski	Thessaloniki	Greece	697485547	moluboupoli@aegean.gr	Christina Tsamoglou				
7	Mr.	Δημήτριος	Ιορδανίδης	Μεταφορική	Αισώπου 5	Thermi	Greece	697418246	metaforiki@aegean.gr	Christina Tsamoglou				
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														
17														
18														
19														
20														
21														
22														
23														
24														
25														
26														
27														
28														
29														
30														

8.2 Υλοποίηση σεναρίου Epsilon Office

Για την υλοποίηση του σεναρίου δημιουργήθηκε μία εικονική εταιρεία εμπορίου χαρτικής και γραφικής ύλης “Γραφειόραμα”. Η εταιρεία δέχεται τηλεφώνημα από έναν προμηθευτή για μία ενημέρωση για νέα κυκλοφορία τετραδίων από 100% ανακυκλωμένα υλικά. Η εταιρεία προχωράει σε παραγγελία του κωδικού και στη συνέχεια ενημερώνει τους πελάτες της για το νέο αυτό προϊόν.

- Αρχικά, η εταιρεία δέχεται τηλεφώνημα από τον προμηθευτή “SKAGG”, η οποία ενημερώνει για ένα νέο προϊόν γραφικής ύλης. Το προϊόν αυτό είναι ένα τετράδιο 50 φύλλων, το οποίο κατασκευάστηκε από 100% ανακυκλωμένα υλικά.
- Από το μενού του συστήματος, επιλέγεται η κατηγορία “Ενέργειες” προκειμένου να καταγραφεί η κλήση.
 - Με το σύμβολο “+” ανοίγει το πεδίο για καταχώρηση νέας ενέργειας.

Δημιουργία Ενέργεια

Κωδικός Ενέργειας

Τίτλος Ενέργειας

Τύπος Ενέργειας - Κανένα - Κατάσταση Ενέργειας - Κανένα -

Γενικά Συναλλασσόμενος Επισύναψη

Κωδικός Υπόθεσης - Κανένα - Υλοποιητής - Κανένα -

Ημερομηνία Ενέργειας 06/12/2023 00:00

Περιγραφή

Ομάδες - Κανένα -

Αποθήκευση Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

- Συμπληρώθηκαν τα πεδία με τις κατάλληλες πληροφορίες για την κλήση
 - Συμπληρώθηκε ο τίτλος εργασίας “Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος”
 - Ως τύπος εργασίας ορίστηκε η τηλεφωνική επικοινωνία.
 - Η κατάσταση της ενέργειας κρίθηκε ως ολοκληρωμένη.
 - Στην περιγραφή καταγράφηκε συνοπτικά ο σκοπός του τηλεφωνήματος: “Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά. “
 - Ως συναλλασσόμενος ορίστηκε ο προμηθευτής “SKAGG”.

Δημιουργία Ενέργεια ✕

Κωδικός Ενέργειας

Τίτλος Ενέργειας

Τύπος Ενέργειας

 ✕ ▾ Κατάσταση Ενέργειας
 ✕ ▾

Γενικά **Συναλλασσόμενος** **Επισύναψη**

Συναλλασσόμενος

 ✕ ▾

Ομάδες

 ▾Αποθήκευση Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση

Δημιουργία Ενέργειας

Κωδικός Ενέργειας

Τίτλος Ενέργειας
Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος

Τύπος Ενέργειας
ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κατάσταση Ενέργειας
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ

Γενικά | **Συναλλασσόμενος** | **Επισύναψη**

Κωδικός Υπόθεσης
- Κανένα -

Υλοποιητής
- Κανένα -

Ημερομηνία Ενέργειας
06/12/2023 09:45

Περιγραφή

Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά.

Ομάδες
- Κανένα -

Αποθήκευση | Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

- Τέλος, αποθηκεύεται η ενέργεια.

ΕPSILON

testUser

Όλες

testUser

Μαζική Επέξεργασία

Γενική Αναζήτηση

Ημερομηνία Ενέργειας

Ανά σελίδα

Εφαρμογή

Κωδικός	Κατάσταση Ενέργειας	Τύπος Ενέργειας	Συναλλασσόμενος	Τίτλος	Ημερομηνία	Περιγραφή	
00001	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	SKAGG	Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος	06/12/2023	Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά.	Ενέργεια

- Στο κεντρικό μενού επιλέγεται η κατηγορία “Είδη” και έπειτα το σύμβολο “+” ώστε να δημιουργηθεί το σχέδιο με τις απαραίτητες πληροφορίες του πιθανού προϊόντος.

Δημιουργία Είδος

Κωδικός Είδους

Όνομασία

Αγγλική Ονομασία

Βασικά Κατάταξη Ταυτοποίηση Τιμολόγηση Μέτρηση Αποθήκευση Λογιστική Eshop Επισύναψη

Ρόλος Είδους
ΕΙΔΟΣ

Κατάσταση Είδους
ENERGO

Εμπορικό Σήμα
- Κανένα -

Προμηθευτής

Σύντομη Περιγραφή

Αγγλική Σύντομη Περιγραφή

Περιγραφή

Αγγλική Περιγραφή

Παρατηρήσεις

Σχόλια

Αποθήκευση Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

- Συμπληρώνονται τα πεδία με τις πληροφορίες:
 - Ως ονομασία ορίζεται η “Μπλε τετράδιο ΑΥ”.
 - Ο ρόλος είδους είναι “ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ”.
 - Η κατάσταση είδους είναι “ΕΝΕΡΓΟ”.
 - Ως προμηθευτής ορίζεται ο “SKAGG”.
 - Στη σύντομη περιγραφή συμπληρώθηκαν τα βασικά στοιχεία του προϊόντος “Μπλε τετράδιο - 100% ανακυκλωμένα υλικά”.
 - Στην εκτενέστερη περιγραφή έγινε περαιτέρω ανάλυση του προϊόντος: “Μπλε τετράδιο 50 φύλλων από ανακυκλωμένα υλικά. Το χαρτί και το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από παλιά τετράδια, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία έγιναν επαναχρησιμοποιήσιμα. Το εξώφυλλο και η θήκη από το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από ανακυκλωμένα πλαστικά μπουκάλια”.

The screenshot displays the Epsilon Office CRM interface for a product record. The left sidebar shows a navigation menu with options like Αρχική, Προγράμματα, and Εργαλεία. The main content area is titled 'Κωδικός Είδους' and shows the following details:

- Κωδικός Είδους:** 00001
- Όνομασία:** Μπλε τετράδιο ΑΥ
- Αγγλική Όνομασία:** (Empty)
- Ρόλος Είδους:** ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ
- Κατάσταση Είδους:** ΕΝΕΡΓΟ
- Εμπροσικό Σήμα:** - Κανένα -
- Προμηθευτής:** 00005 | SKAGG
- Εύστομη Περιγραφή:** Μπλε τετράδιο - 100% ανακυκλωμένα υλικά
- Αγγλική Σύντομη Περιγραφή:** (Empty)
- Αγγλική Περιγραφή:** (Empty)
- Περιγραφή:** Μπλε τετράδιο 50 φύλλων από ανακυκλωμένα υλικά. Το χαρτί και το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από παλιά τετράδια, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία έγιναν επαναχρησιμοποιήσιμα. Το εξώφυλλο και η θήκη από το καρτελάκι πληροφοριών είναι φτιαγμένα από ανακυκλωμένα πλαστικά μπουκάλια.
- Παρατηρήσεις:** (Empty)
- Σχόλια:** (Empty)

At the bottom, there are buttons for 'Όχι' and 'Σε Απόθεμα', and a 'Ομάδες' section.

- Στην κατηγορία “Κατάταξη” :
 - Στην κατηγορία είδους ορίστηκε η επιλογή “ΧΑΡΤΙΚΑ”
 - Στην ηλικιακή ομάδα και το φύλο δεν επιλέχθηκε καμία κατηγορία.
 - Στη σεζόν ορίστηκαν “ΟΛΕΣ”.
 - Στην ομάδα είδους ορίστηκε η επιλογή “ΤΕΤΡΑΔΙΑ”

Τύπος Είδους: ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ
Μορφή Είδους: - Κανένα -

Βασικά
Χρώμα
Ταμειακή

Κατηγορία Είδους: ΧΑΡΤΙΚΑ
Ηλικιακή Ομάδα: - Κανένα -
Σεζόν Είδους: ΟΛΕΣ
Φύλο: - Κανένα -
Ομάδα Είδους: ΤΕΤΡΑΔΙΑ
Ετικέτες:
 Νέες Αφίξεις

- Ως χρώμα ορίστηκε ο ΜΠΛΕ.
- Ο κωδικός χρώματος είναι “#000080”.
- Στην περιγραφή χρώματος “Σκούρο βαθύ μπλε”.

Τύπος Είδους: ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ
Μορφή Είδους: - Κανένα -

Βασικά
Χρώμα
Ταμειακή

Όνομα: ΜΠΛΕ
Βασικό Χρώμα: ΜΠΛΕ
Κωδικός Χρώματος: #000080
Εμπορικό Σήμα: - Κανένα -
RGB:
Περιγραφή Χρώματος: Σκούρο βαθύ μπλε
Δημιουργία Χρώματος
Άκυρο

- Στο τμήμα ταμειακής ορίστηκε η επιλογή “ΔΙΑΦΟΡΑ”.

Διπλωματική εργασία: Υλοποίηση Σεναρίων CRM με τα Συστήματα Salesforce και Epsilon Office – Ανάλυση και Σύγκριση

Βασικά	Κατάταξη	Ταυτοποίηση	Τιμολόγηση	Μέτρηση	Αποθήκευση	Λογιστική	Eshop	Επισύναψη
Τύπος Είδους		Μορφή Είδους						
EMΠΟΡΕΥΜΑ		- Κανένα -						
Βασικά	Τμήμα Ταμειακής							
Χρώμα	ΔΙΑΦΟΡΑ							
Ταμειακή								

- Στον τομέα της τιμολόγησης συμπληρώθηκε το ποσό αγοράς ανά τεμάχιο και υπολογίστηκε αυτόματα η τιμή χωρίς ΦΠΑ.

Βασικά	Κατάταξη	Ταυτοποίηση	Τιμολόγηση	Μέτρηση	Αποθήκευση	Λογιστική	Eshop	Επισύναψη
Τιμή	0,25	€	Έκπτωση		%	Τελική Τιμή	0,25	€
Τιμή Χωρίς ΦΠΑ	0,20161	€	Κλάση ΦΠΑ	ΚΑΝΟΝΙΚΟΣ 24%		Κατηγορία Αιτίας Εξαιρέσεως ΦΠΑ	- Κανένα -	
<input checked="" type="checkbox"/> Ενημέρωση Τιμών Παραλλαγών								
► Περισσότερες Τιμές								

- Τέλος, επιλέχθηκε η “Αποθήκευση”.

- Στις 7/12 γίνεται η παραγγελία των τετραδίων από τον προμηθευτή.
 - ο Μέσω της κατηγορίας “Παραστατικά”, στον τομέα “Παραγγελίες” δημιουργείται μία νέα παραγγελία.
 - Στην φόρμα συμπληρώνεται ο προμηθευτής SKAGG.
 - Τρόπος πληρωμής “Κατάθεση στην τράπεζα”.
 - Αιτιολογία “Παραγγελία Τετραδίων”
 - Είδος “Μπλε Τετράδια ΑΥ”
 - Η ποσότητα παραγγελίας ανέρχεται στα 100 τεμάχια, με κόστος 0,25€ ανά τεμάχιο.

Προσθήκη νέου παραστατικού

Κύκλιμα: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ | Σειρά Παραστατικού: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΑΓΟΡΑΣ (ΠΑΡΑ) | Ημερομηνία Παραστατικού: 07/12/2023 | Κωδικός Παραστατικού: ΠΑΡΑ

Βασικά | Διακίνηση | Σχετιζόμενα | Λοιπά | Πρόσθετα | Ορατότητα

Συναλλασσόμενος: 00005 | SKAGG | Δικαιούχος: - Κανένα - | Πωλητής: - Κανένα -

Αιτιολογία: Παραγγελία τετραδίων | Τρόπος Πληρωμής: ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΑ

Είδος	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδας	Έκπτωση %	Ποσό	Ποσό ΦΠΑ
Μπλε τετράδια ΑΥ	ΤΕΜΑΧΙΟ	100	0,25	0,00	25,00	6,00
Σύνολο (Επιπαικτολογημένο)		100,00			25,00	6,00

Showing 1 to 2 of 2 rows

Ποσοστό Έκπτωσης: 0% | Ποσό έκπτωσης: 0,00 € | Καθαρή Αξία: 25,00 € | Αξία ΦΠΑ: 6,00 € | Πληρωτέο: 31,00 €

Αποθήκευση

- Στην Διακίνηση, επιλέγεται ως “Εντολέας” και “Παραλήπτης” η εταιρεία, ενώ ως “Αποστολέας” ο προμηθευτής SKAGG.
- Ως αιτούμενη ημερομηνία παράδοσης ορίζεται η 10/12.

Προσθήκη νέου παραστατικού

Κύκλιμα: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ | Σειρά Παραστατικού: ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΑΓΟΡΑΣ (ΠΑΡΑ) | Ημερομηνία Παραστατικού: 07/12/2023 | Κωδικός Παραστατικού: ΠΑΡΑ

Βασικά | Διακίνηση | Σχετιζόμενα | Λοιπά | Πρόσθετα | Ορατότητα

▼ Διακίνηση

Εντολέας: 00006 | Γραφεείο | Αποστολέας: 00005 | SKAGG | Παραλήπτης: 00006 | Γραφεείο

Σκοπός Διακίνησης: ΑΓΟΡΑ | Τρόπος Διακίνησης: - Κανένα - | Αριθμός Αυτοκινήτου: | Οδηγός: - Κανένα -

Αιτούμενη Ημερομηνία Παράδοσης: 10/12/2023 | Τύπος Παράδοσης: | Ημερομηνία Παράδοσης: |

Αιτούμενη Ημερομηνία Παραλαβής: | Τύπος Παραλαβής: | Ημερομηνία Παραλαβής: |

Σχόλια Διακίνησης

▼ Αποθήκευτικοί Χώροι

Ποσοστό Έκπτωσης: 0% | Ποσό έκπτωσης: 0,00 € | Καθαρή Αξία: 25,00 € | Αξία ΦΠΑ: 6,00 € | Πληρωτέο: 31,00 €

Αποθήκευση

- Στις 10/12 γίνεται παραλαβή του εμπορεύματος, επομένως γίνεται και η πληρωμή προς τον προμηθευτή.
 - Μέσω των παραστατικών, επιλέγεται η “Πληρωμή”
 - Ως συναλλασσόμενος ορίζεται η εταιρεία SKAGG.

Τρόπος πληρωμής	Σχόλια	Ποσό
- Επιλέξτε -		0,00
ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΑ		31,00
Συνολική εισπραχτή		31,00

- Ως σχετιζόμενο παραστατικό επιλέγεται αυτό της παραγγελίας.

Τρόπος πληρωμής	Σχόλια	Ποσό
- Επιλέξτε -		0,00
ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΑ		31,00
Συνολική εισπραχτή		31,00

- Μετά την παραλαβή του εμπορεύματος, γίνεται η καταγραφή της ποσότητας του προϊόντος που εισήλθε στην αποθήκη.
 - Αρχικά, μέσω της κατηγορίας “Είδη” επιλέγεται το προϊόν.
 - Επιλέγεται η αποθήκη που δρομολογήθηκε και αποθηκεύτηκε το προϊόν και έπειτα συμπληρώνεται η ποσότητα που παραλήφθηκε.
 - Πατώντας “Υποβολή” αποθηκεύεται η αλλαγή.

- Παράλληλα, μέσω του κεντρικού μενού και της επιλογής “Κινήσεις” εμφανίζονται όλες οι κινήσεις του προϊόντος που έχουν καταγραφεί ως τώρα, δηλαδή η παραγγελία και η προσθήκη του εμπορεύματος στην αποθήκη.

Κωδικός	Τύπος Κίνησης	Είδος	Βασικός Κωδικός	Παραστατικό	Ημερομηνία Παραστατικού	Ημερομηνία Καταχώρησης	Ποσότητα	Αξία	Αποθηκευτικός Χώρος	Κίνηση Παραστατικού	Ενέργειες
00002	Αύξηση Ποσότητας Υπολοίπου	Μπλε τετράδιο ΑΥ	ΦΑΠΟ 00001	ΦΑΠΟ 00001	10/12/2023	10/01/2024 - 12:00:00	100.00	0.00	KENTRIKOS	00002	Ενέργειες
00001	Παραγγελίες Αγορών Ποσότητα & Αξία	Μπλε τετράδιο ΑΥ	ΠΑΡΑ	ΠΑΡΑ	07/12/2023	10/01/2024 - 12:00:00	100.00	31.00	KENTRIKOS	00001	Ενέργειες

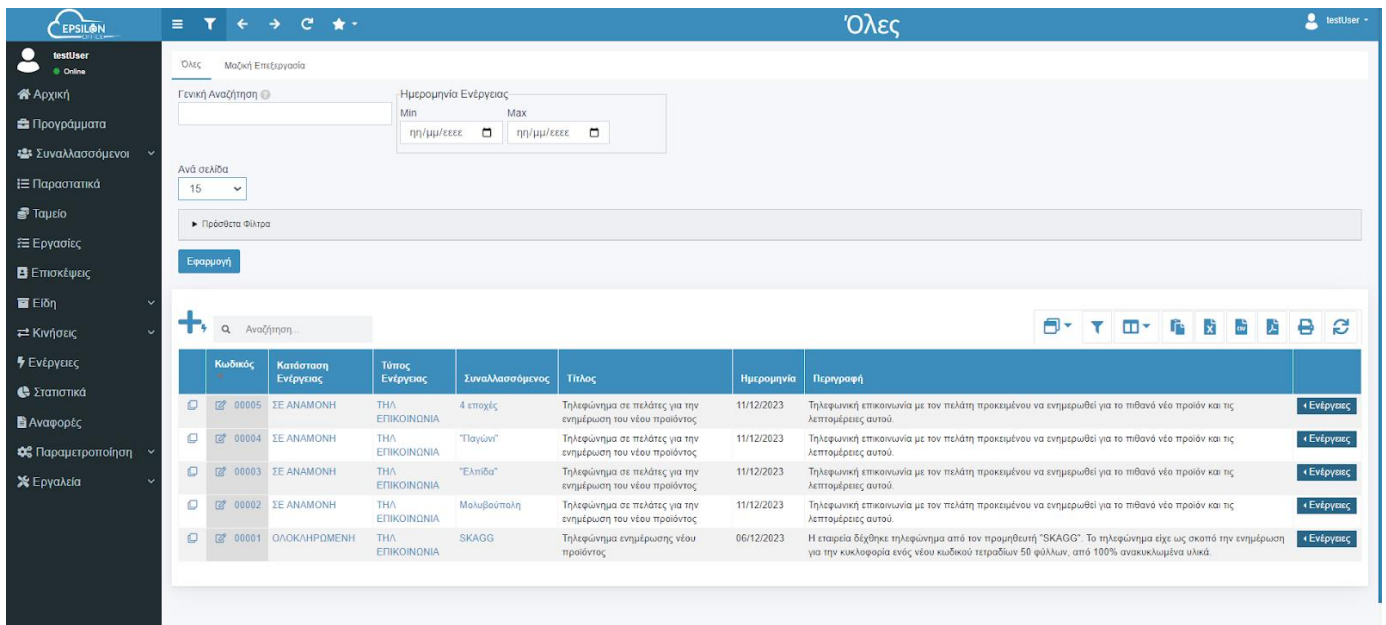
- Στις 10/12 ορίζονται τηλεφωνικές επικοινωνίες για κάθε έναν από τους πελάτες προκειμένου να ενημερωθούν για το νέο προϊόν.
 - Ως Τίτλος Ενέργειας ορίζεται “ Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος”.
 - Στον Τύπο Ενέργειας επιλέγεται “ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ”.
 - Η κατάσταση της ενέργειας βρίσκεται σε αναμονή.
 - Ως ημερομηνία ορίστηκε η 11/12 και ώρα 09:45.
 - Ως συναλλασσόμενος ορίστηκε το βιβλιοπωλείο “Μολυβούπολη”.
 - Στην περιγραφή της ενέργειας “Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού. “

*Οι διαδικασίες των ενεργειών για τη δρομολόγηση των τηλεφωνημάτων σε άλλους πελάτες έγινε με τον ίδιο τρόπο.

The image displays two screenshots of the Epsilon Office CRM interface, specifically the 'Δημιουργία Ενέργεια' (Create Activity) form. The top screenshot shows the 'Γενικά' (General) tab with the following fields: 'Κωδικός Ενέργειας' (Activity Code), 'Τίτλος Ενέργειας' (Activity Title) set to 'Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος', 'Τύπος Ενέργειας' (Activity Type) set to 'ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ', 'Κατάσταση Ενέργειας' (Activity Status) set to 'ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ', 'Κωδικός Υπόθεσης' (Case Code) set to '- Κανένα -', 'Υλοποιητής' (Executor) set to '- Κανένα -', 'Ημερομηνία Ενέργειας' (Activity Date) set to '11/12/2023 11:00', and 'Περιγραφή' (Description) containing the text 'Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.' The bottom screenshot shows the 'Συναλλασσόμενος' (Contact) tab with a dropdown menu for selecting a contact, currently showing '00004 | 4 επαχές'. Below the form, a table lists activities with columns for ID, Name, Type, Status, Description, Date, and Details.

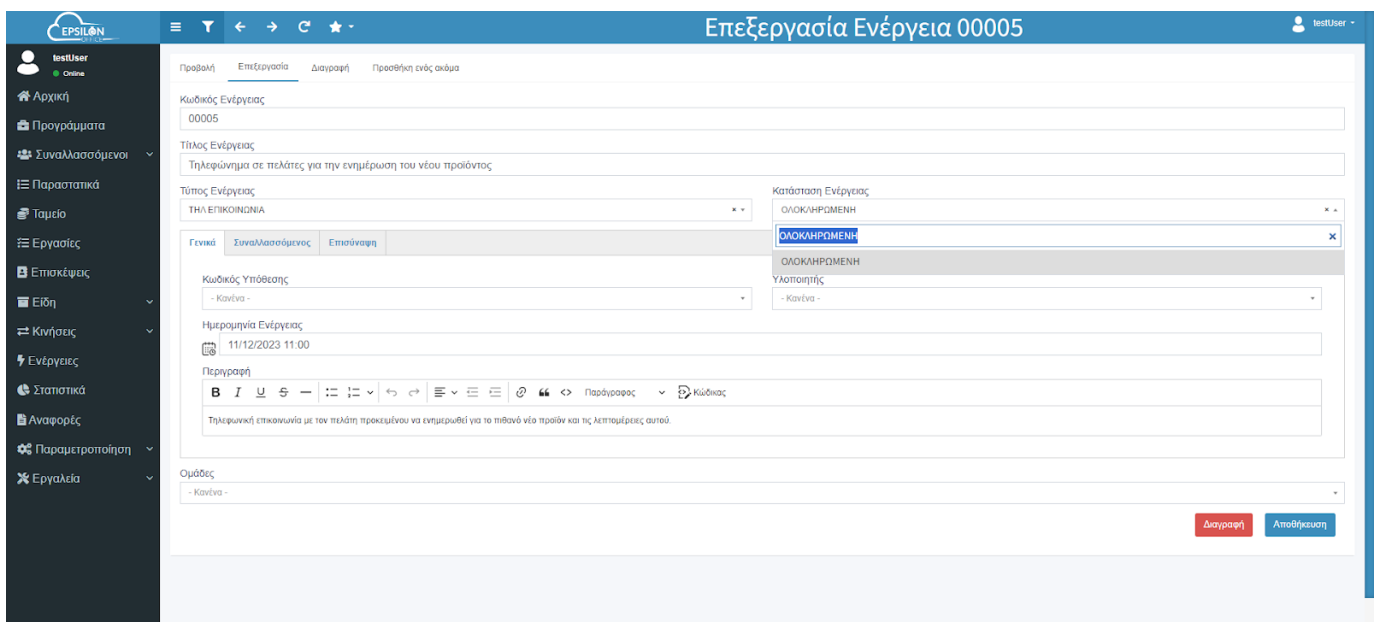
ID	Όνομα	Τύπος	Κατάσταση	Περιγραφή	Ημερομηνία	Λεπτομέρειες
00001	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	SKAGG	ενημέρωση του νέου προϊόντος	Λεπτομέρειες αυτού.
00002	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	SKAGG	Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος	06/12/2023 Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον πραγματικό "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά.

- Μετά την ολοκλήρωση της δημιουργίας των ενεργειών:



Κωδικός	Κατάσταση Ενέργειας	Τύπος Ενέργειας	Συναλλασσόμενος	Τίτλος	Ημερομηνία	Περιγραφή
00005	ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	4 εποχές	Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00004	ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	"Παύλι"	Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00003	ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	"Ελπίδα"	Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00002	ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Μελιβούπολη	Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00001	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	SKAGG	Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος	06/12/2023	Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά.

- Στις 7/12 μετά το πέρας των τηλεφωνημάτων οι ενέργειες αλλάζουν σε ολοκληρωμένες. Επιλέγοντας την κάθε ενέργεια, μέσω της επεξεργασίας αλλάζει η κατάσταση της καθεμιάς.



Επεξεργασία Ενέργεια 00005

Κωδικός Ενέργειας: 00005

Τίτλος Ενέργειας: Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος

Τύπος Ενέργειας: ΤΗΛ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κατάσταση Ενέργειας: ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ

Ημερομηνία Ενέργειας: 11/12/2023 11:00

Περιγραφή: Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.

- Στις 15/12 η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από το βιβλιοπωλείο “4 εποχές” προκειμένου να κανονιστεί ένα ραντεβού στην εταιρία για να συζητηθεί η παραγγελία του προϊόντος.
 - Αρχικά, καταγράφηκε το τηλεφώνημα στο σύστημα:
 - Ως τίτλος της ενέργειας “Τηλεφώνημα ορισμού ραντεβού”.
 - Τύπος ενέργειας: Τηλεφωνική επικοινωνία.
 - Η ενέργεια έλαβε μέρος στις 15/12 και ώρα 10:00 π.μ..
 - Περιγραφή ενέργειας: “Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από το βιβλιοπωλείο "4 εποχές" με σκοπό την δρομολόγηση συνάντησης για συζήτηση και κανονισμό παραγγελίας.”

The screenshot shows the 'Δημιουργία Ενέργειας' (Create Activity) form in the Epsilon Office CRM. The form is titled 'Δημιουργία Ενέργειας' and has a close button (X). The form fields are as follows:

- Κωδικός Ενέργειας: (Empty)
- Τίτλος Ενέργειας: Τηλεφώνημα ορισμού ραντεβού
- Τύπος Ενέργειας: ΤΗΛ.ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
- Κατάσταση Ενέργειας: ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ
- Κωδικός Υπόθεσης: - Κανένα -
- Υλοποιητής: - Κανένα -
- Ημερομηνία Ενέργειας: 15/12/2023 10:00
- Περιγραφή: Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από το βιβλιοπωλείο "4 εποχές" με σκοπό την δρομολόγηση συνάντησης για συζήτηση και κανονισμό παραγγελίας.
- Ομάδες: - Κανένα -

Buttons at the bottom: Αποθήκευση, Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

- Συναλλασσόμενος: Βιβλιοπωλείο “4 εποχές”.

The screenshot shows the 'Δημιουργία Ενέργειας' (Create Activity) form in the Epsilon Office CRM. The form is titled 'Δημιουργία Ενέργειας' and has a close button (X). The form fields are as follows:

- Κωδικός Ενέργειας: (Empty)
- Τίτλος Ενέργειας: Τηλεφώνημα ορισμού ραντεβού
- Τύπος Ενέργειας: ΤΗΛ.ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
- Κατάσταση Ενέργειας: ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ
- Κωδικός Υπόθεσης: (Empty)
- Υλοποιητής: (Empty)
- Ημερομηνία Ενέργειας: (Empty)
- Περιγραφή: (Empty)
- Ομάδες: - Κανένα -

Buttons at the bottom: Αποθήκευση, Αποθήκευση και Προσθήκη νέου

Below the form, there is a table of activities:

Κωδικός	Κατάσταση	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Μελιβούσπη	ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00002	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΤΗΛ. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Μελιβούσπη	Τηλεφώνημα σε πελάτες για την ενημέρωση του νέου προϊόντος	11/12/2023	Τηλεφωνική επικοινωνία με τον πελάτη προκειμένου να ενημερωθεί για το πιθανό νέο προϊόν και τις λεπτομέρειες αυτού.
00001	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ	ΤΗΛ. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	SKAGG	Τηλεφώνημα ενημέρωσης νέου προϊόντος	06/12/2023	Η εταιρεία δέχθηκε τηλεφώνημα από τον προμηθευτή "SKAGG". Το τηλεφώνημα είχε ως σκοπό την ενημέρωση για την κυκλοφορία ενός νέου κωδικού τετραδίων 50 φύλλων, από 100% ανακυκλωμένα υλικά.

- Έπειτα, δρομολογήθηκε η συνάντηση που ζητήθηκε από το βιβλιοπωλείο:
 - ο Τίτλος: Συνάντηση για την καταχώρηση παραγγελίας.
 - ο Τύπος ενέργειας: Συνάντηση.
 - ο Περιγραφή ενέργειας: Στις 17/12 ορίστηκε μία συνάντηση στα κεντρικά της εταιρείας προκειμένου να γίνει συζήτηση και παραγγελία του νέου προϊόντος.
 - ο Συναλλασσόμενος: Ως συναλλασσόμενος ορίστηκε το βιβλιοπωλείο “4 εποχές”.

The screenshot displays the 'Δημιουργία Ενέργειας' (Create Activity) form in the Epsilon CRM system. The form is titled 'Δημιουργία Ενέργειας' and is in Greek. It contains the following fields and values:

- Κωδικός Ενέργειας: (Empty)
- Τίτλος Ενέργειας: Συνάντηση για την καταχώρηση παραγγελίας
- Τύπος Ενέργειας: ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ
- Κατάσταση Ενέργειας: ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ
- Κωδικός Υπόθεσης: - Κανένα -
- Υλοποιητής: - Κανένα -
- Ημερομηνία Ενέργειας: 17/12/2023 00:00
- Περιγραφή: Στις 17/12 ορίστηκε μία συνάντηση στα κεντρικά της εταιρείας προκειμένου να γίνει συζήτηση και παραγγελία του νέου προϊόντος.
- Ομάδες: - Κανένα -

At the bottom right, there are buttons for 'Αποθήκευση' (Save) and 'Αποθήκευση και Προσθήκη νέου' (Save and Add New). The left sidebar shows the navigation menu with options like Αρχική, Προγράμματα, Συναλλασσόμενοι, Παραστατικά, Ταμείο, Εργασίες, Επισκέψεις, Είδη, Κινήσεις, Ενέργειες, Στατιστικά, Αναφορές, Παραμετροποίηση, and Εργαλεία.

- Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, οι δύο επιχειρήσεις συμφώνησαν την πώληση τεμαχίων από την εταιρεία “Γραφειόραμα” στο βιβλιοπωλείο “4 εποχές”. Επομένως, το βήμα που ακολούθησε ήταν η κοπή τιμολογίου.
 - Μέσω της κατηγορίας “Παραστατικά” του κεντρικού μενού, επιλέχθηκε ο τομέας “Πωλήσεις” και έπειτα το σύμβολο “+” για τη δημιουργία νέου τιμολογίου.
 - Στη Σειρά Παραστατικού ορίστηκε ότι θα κοπεί Τιμολόγιο.
 - Ως συναλλασσόμενος ορίστηκε το βιβλιοπωλείο “4 εποχές”.
 - Αιτιολογία: “Πώληση τετραδίων”.
 - Στο είδος δόθηκε ο κωδικός του προϊόντος που ζητήθηκε καθώς και η ποσότητα η οποία είναι 75 τεμάχια.
 - Αυτόματα συμπληρώθηκε το πεδίο του καθαρού ποσού, του ποσού ΦΠΑ καθώς και του πληρωτέου ποσού.

Επεξεργασία του Π-TIM 00001

Κύκλιμα: ΠΩΛΗΣΕΙΣ Σειρά Παραστατικού: Π-ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ (Π-TIM) Ημερομηνία Παραστατικού: 17/12/2023 Αριθμός Παραστατικού (Συμπλήρωση μέγιστου): 1

Βασικά Διακίνηση Σχετιζόμενα Λεπτά Πρόσθετα Ορατότητα

Συναλλασσόμενος: 00004 | 4 εποχές Δικαιούχος: -Κανένα - Πωλητής: -Κανένα -

Αιτιολογία: Πώληση τετραδίων Τρόπος Πληρωμής: ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΑ

Γραμμές Χρώσεις

Εναρξη Barcode Αναζήτηση Ενέργειες Γραμμών

Είδος	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδας	Έκπτωση %	Ποσό	Ποσό ΦΠΑ
1 Μπλε τετράδιο AY	TEMAXIO	75,00	0,90	0,00	67,50	16,20
Σύνολα (Επανεπιλογισμός)		75,00			67,50	16,20

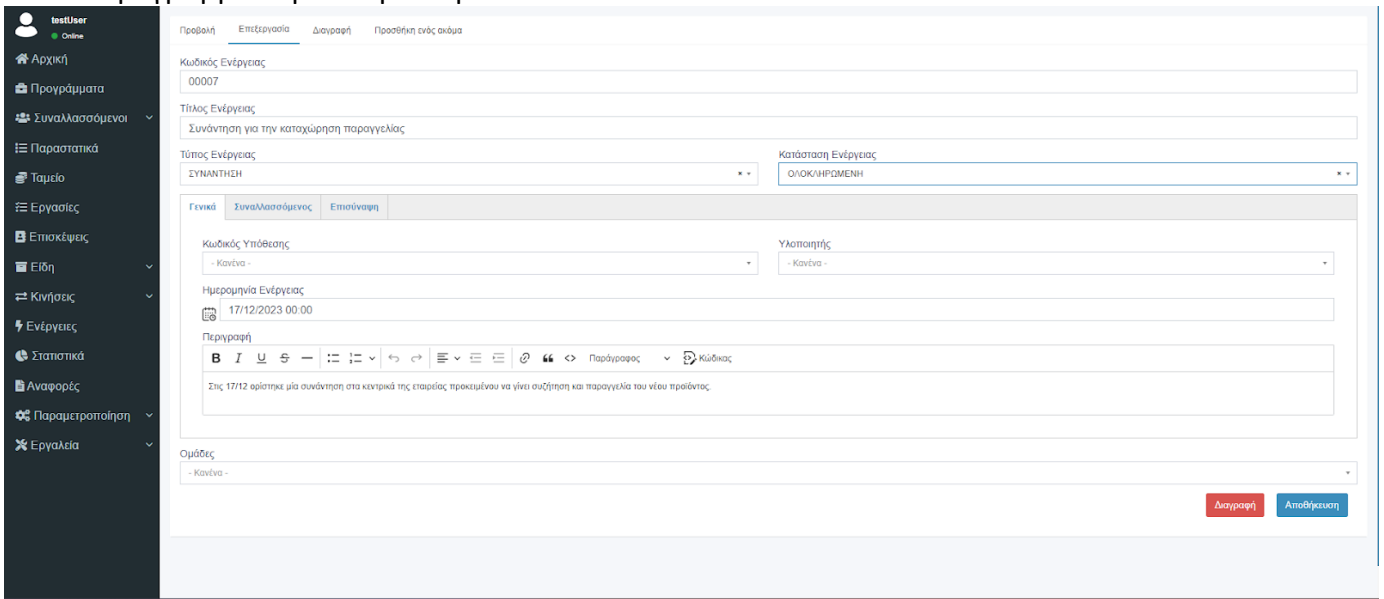
Showing 1 to 2 of 2 rows

Ποσοστό Έκπτωσης: 0,00000 % Ποσό έκπτωσης: 0,00 € Καθαρή Αξία: 67,50 € Αξία ΦΠΑ: 16,20 € Πληρωτέο: 83,70 €

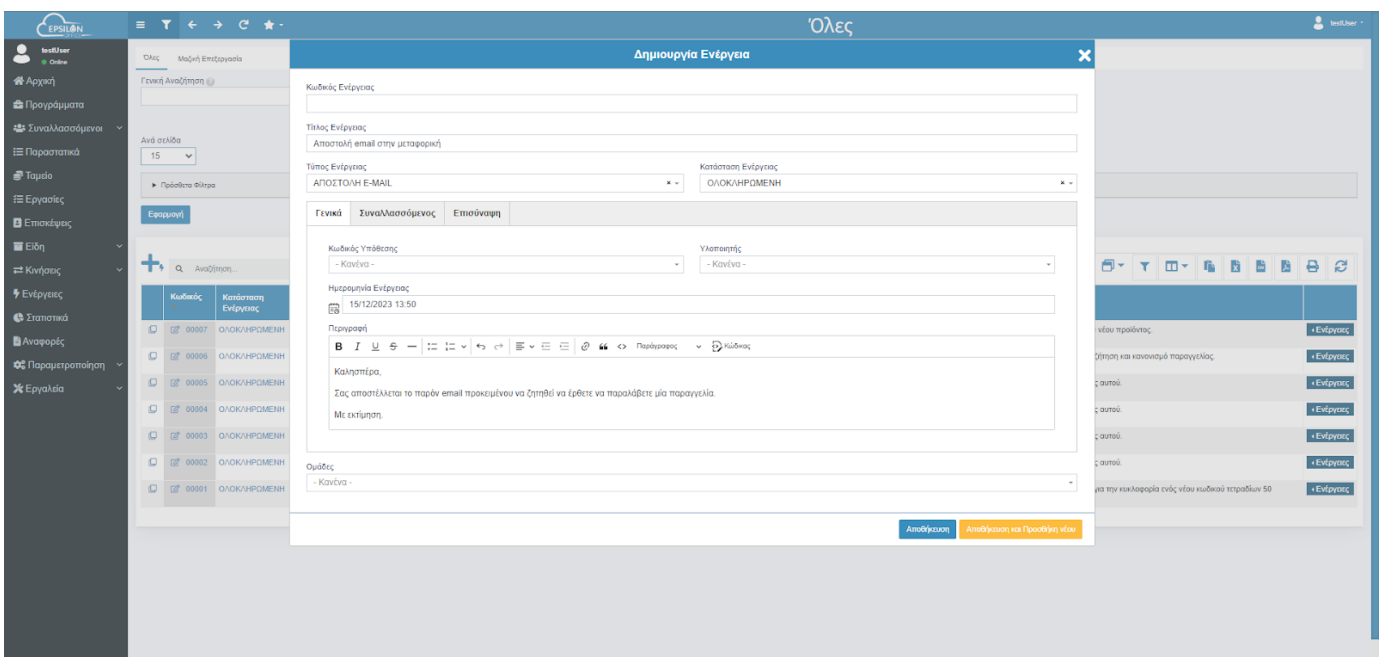
Ακυρώ Αποθήκευση Ενέργειες

- Στον τομέα της διακίνησης, συμπληρώθηκε ως εντολέας η εταιρεία και ως παραλήπτης το βιβλιοπωλείο “4 εποχές”.
- Ορίστηκε ως σκοπός διακίνησης η Πώληση.
- Ο τρόπος αποστολής επιλέχθηκε να είναι η Courier.

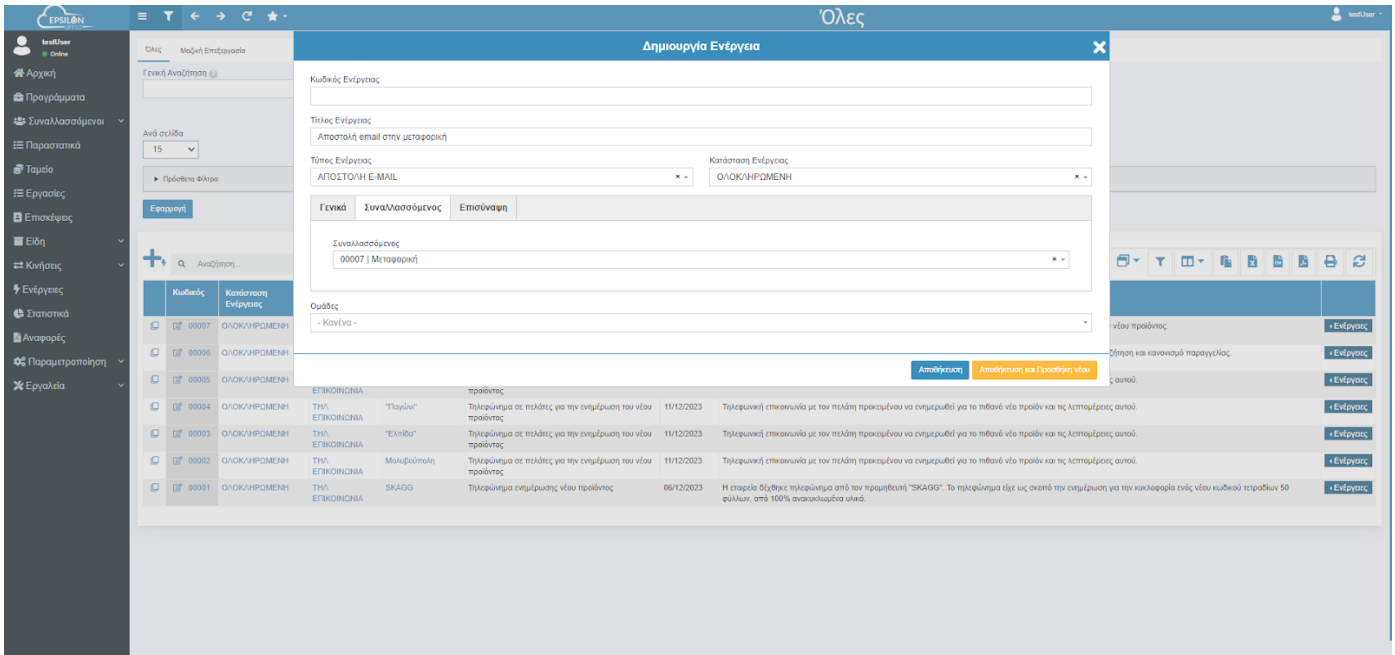
- Μετά την αποχώρηση του υπεύθυνου του βιβλιοπωλείου, άλλαξε η κατάσταση του προγραμματισμένου ραντεβού από “ΣΕ ΑΝΑΜΟΝΗ” σε “ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ”.



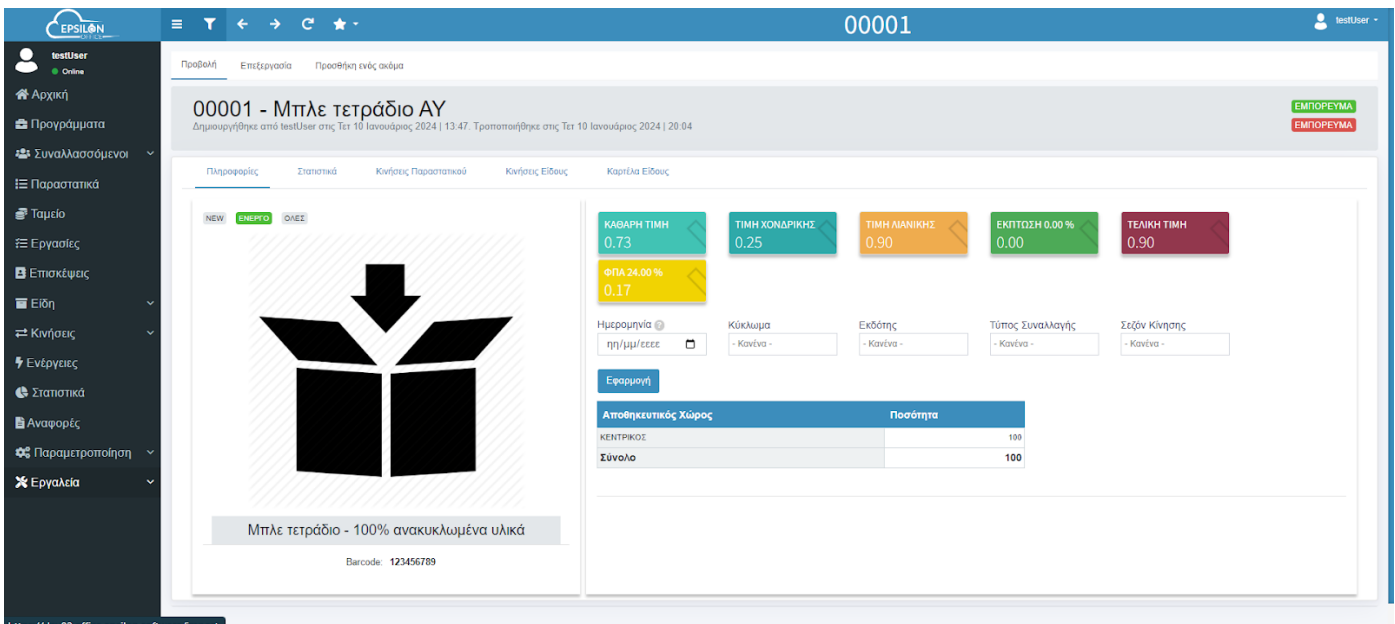
- Άμεσα η εταιρεία έστειλε email στην συνεργαζόμενη μεταφορική προκειμένου να έρθει να παραλάβει την παραγγελία.
 - Από το κεντρικό μενού και την κατηγορία Ενέργειες, δημιουργήθηκε νέα ενέργεια για την καταχώρηση του email.
 - Στον τίτλο της ενέργειας: Αποστολή email στην μεταφορική.
 - Ο τύπος επιλέχθηκε να είναι ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL.
 - Ορίστηκε ημερομηνία και ώρα στις 15/12. 13:50.
 - Στην περιγραφή προστέθηκε το κείμενο που θα αποτελέσει τον κορμό του email.



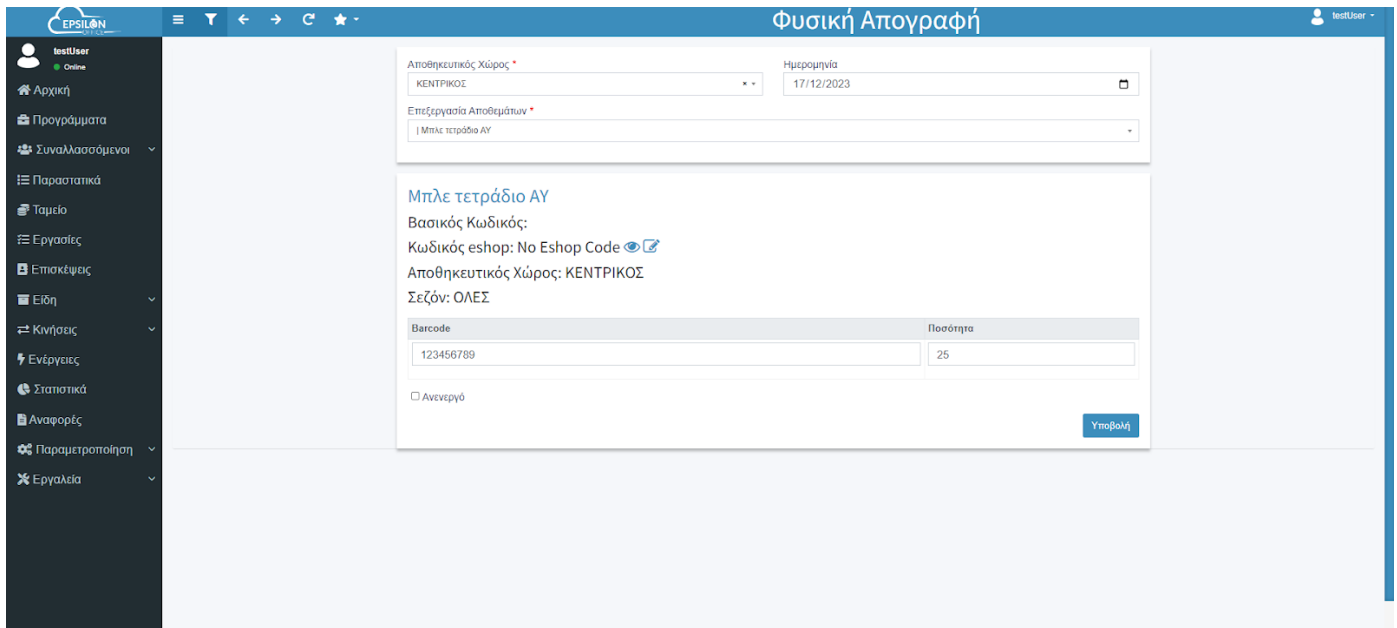
- Ως συναλλασσόμενος ορίστηκε η Μεταφορική.



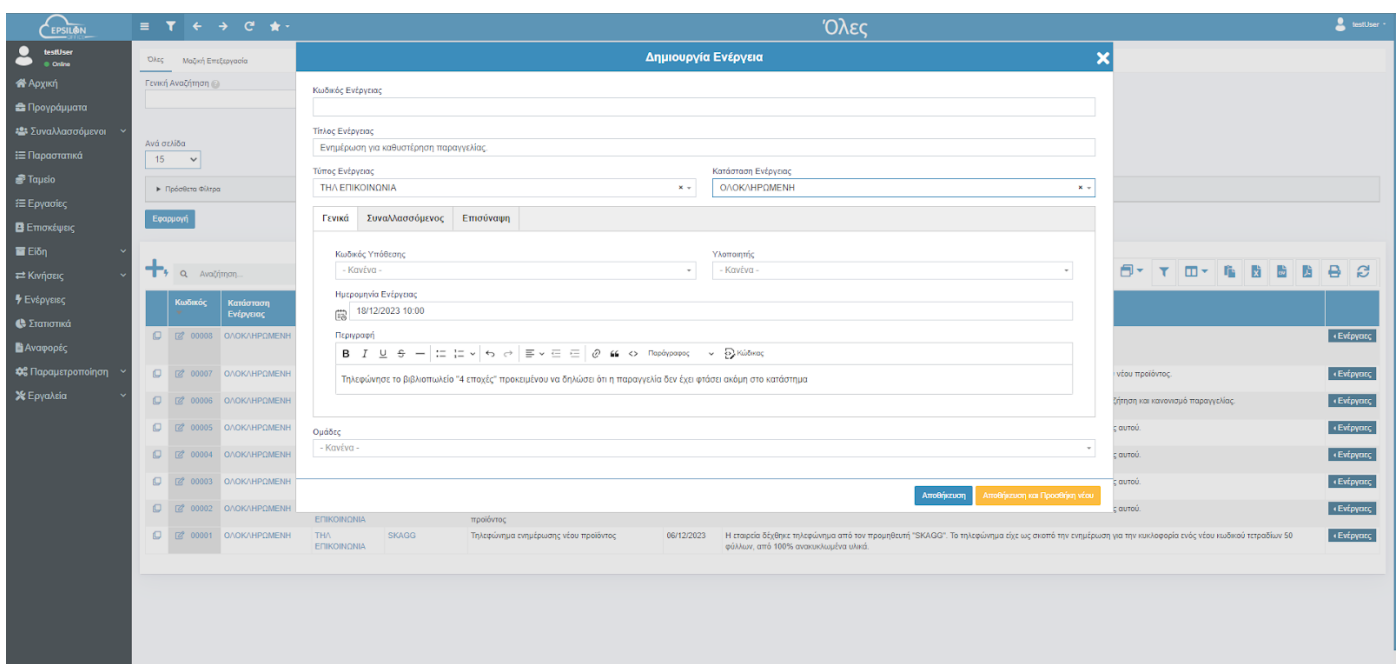
- Μετά την αποχώρηση της παραγγελίας με την μεταφορική εταιρεία, ήταν απαραίτητη η ενημέρωση του αποθέματος της αποθήκης. Μέσω του κεντρικού μενού και της επιλογής “Είδη”, επιλέχθηκε το προϊόν.



- Με την επιλογή της κεντρικής αποθήκης, έγινε η ενημέρωση του αποθέματος του προϊόντος.



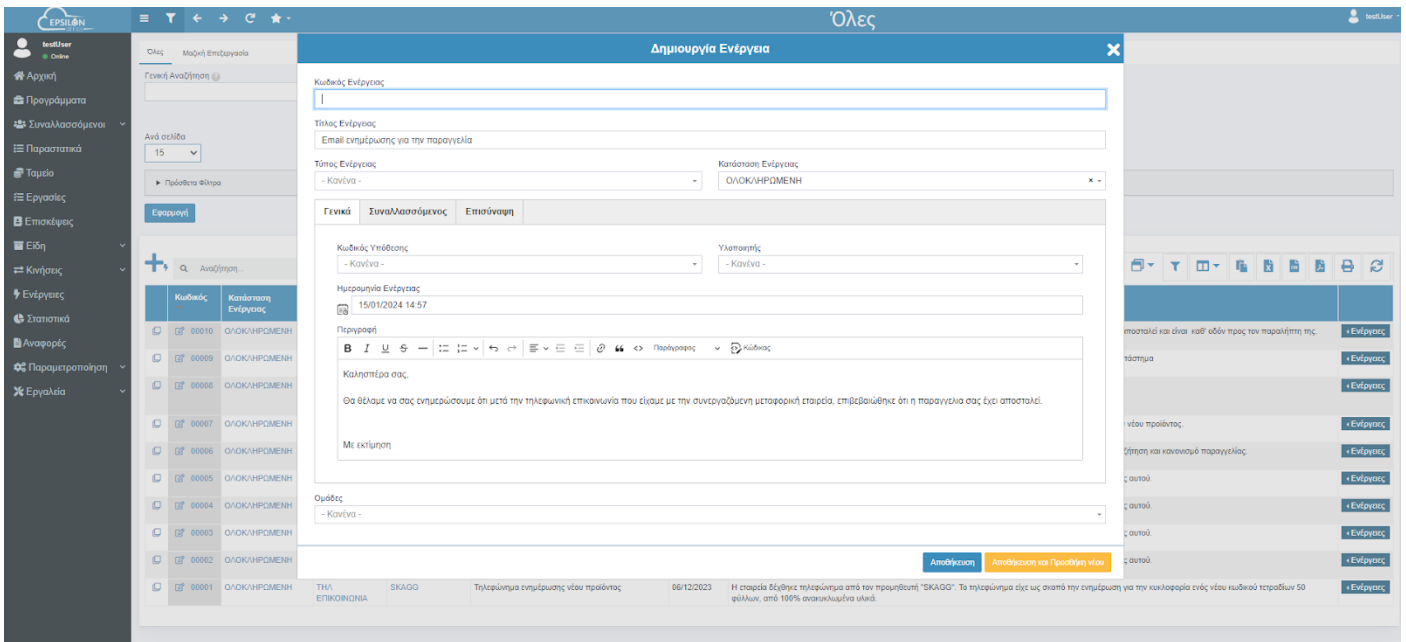
- Στις 18/12 η εταιρεία δέχτηκε τηλεφώνημα από το βιβλιοπωλείο "4 εποχές" για να γνωστοποιήσει το γεγονός ότι η παραγγελία δεν έχει φτάσει ακόμη στο κατάστημα.
 - Γίνεται η καταγραφή του τηλεφωνήματος.
 - Τίτλος ενέργειας: Ενημέρωση για καθυστέρηση παραγγελίας.
 - Τύπος ενέργειας: ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.
 - Κατάσταση: ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ.
 - Περιγραφή: Τηλεφώνησε το βιβλιοπωλείο "4 εποχές" προκειμένου να δηλώσει ότι η παραγγελία δεν έχει φτάσει ακόμη στο κατάστημα.
 - Συναλλασσόμενος: 4 εποχές.



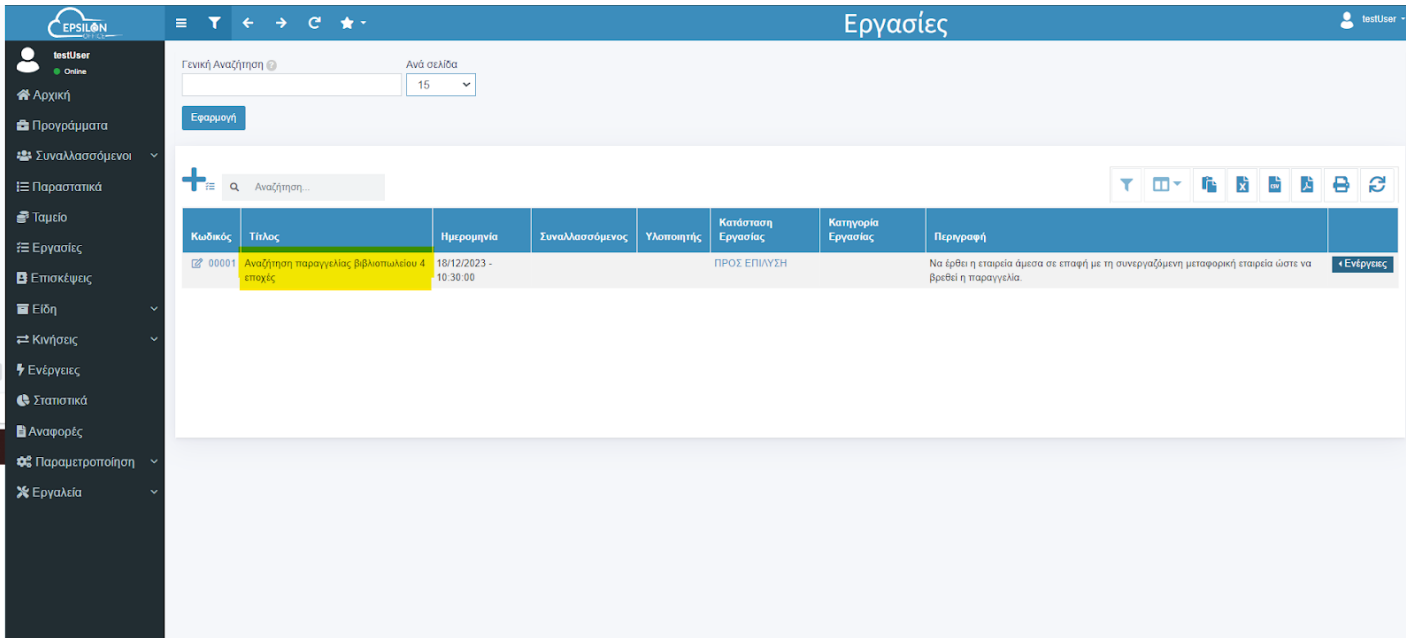
- Απευθείας δημιουργήθηκε Εργασία ώστε να δρομολογηθεί η επίλυση του ζητήματος που προέκυψε.
 - Μέσω της κατηγορίας “Εργασία” επιλέχθηκε το σύμβολο “+” προκειμένου να ανοίξει φόρμα συμπλήρωσης.
 - Τίτλος Εργασίας: Αναζήτηση παραγγελίας βιβλιοπωλείου 4 εποχές.
 - Συναλλασσόμενος: Μεταφορική.
 - Κατάσταση Εργασίας: Προς επίλυση.
 - Προτεραιότητα: Υψηλή.
 - Περιγραφή: Να έρθει η εταιρεία άμεσα σε επαφή με τη συνεργαζόμενη μεταφορική εταιρεία ώστε να βρεθεί η παραγγελία.

- Αμέσως ο υπάλληλος έρχεται σε τηλεφωνική επικοινωνία με την μεταφορική εταιρεία, η οποία βεβαιώνει ότι η παραγγελία έχει μόλις αποσταλεί προς το βιβλιοπωλείο.
 - Γίνεται καταγραφή της τηλεφωνικής επικοινωνίας.

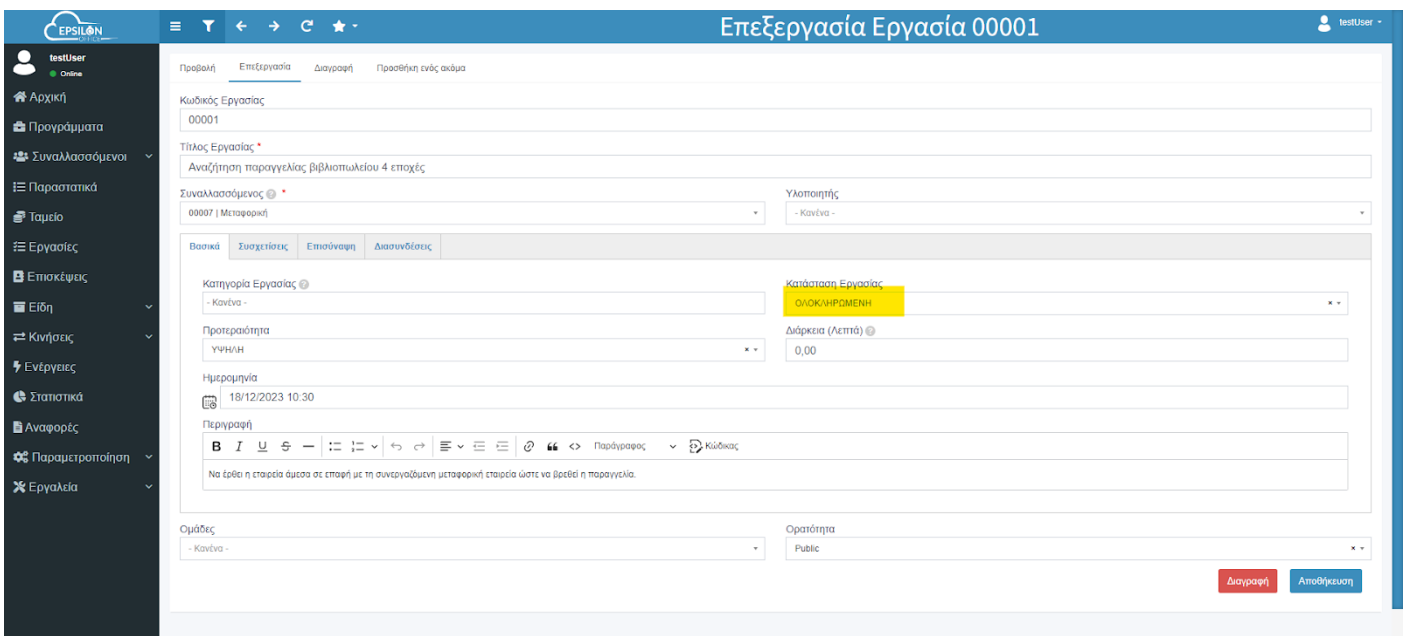
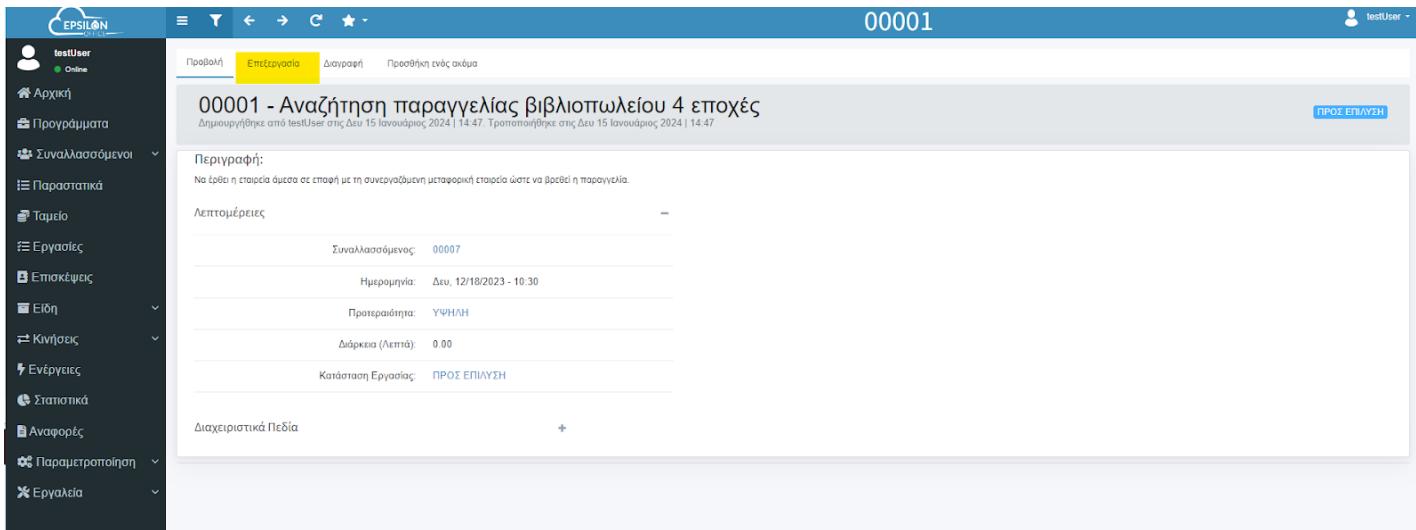
- Δρομολογείται η αποστολή ενός email προς το βιβλιοπωλείο προκειμένου να αναφερθούν όσα συζητήθηκαν με την μεταφορική.



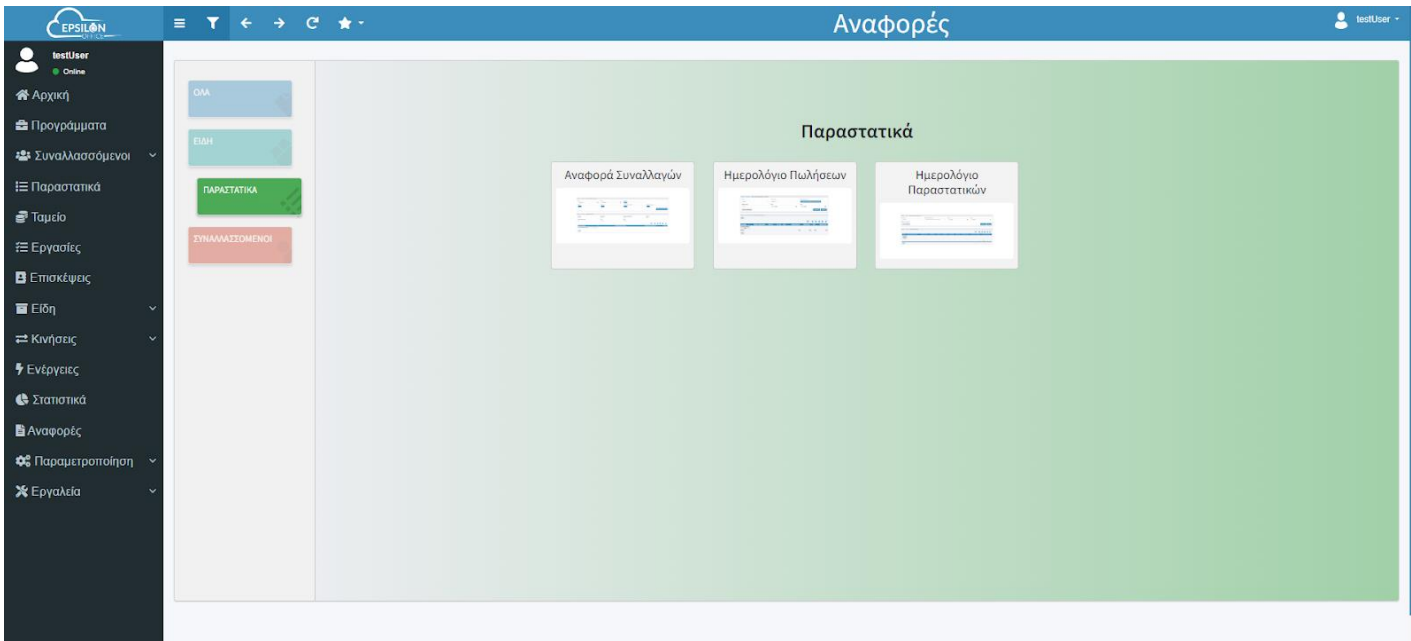
- Την επόμενη ημέρα το βιβλιοπωλείο ενημερώνει ότι παρέλαβε την παραγγελία με επιτυχία. Επόμενο βήμα είναι η ολοκλήρωση της εργασίας που βρίσκεται προς επίλυση.
 - ο Στην κατηγορία Εργασίες επιλέγεται αυτή που αφορά την παραγγελία.



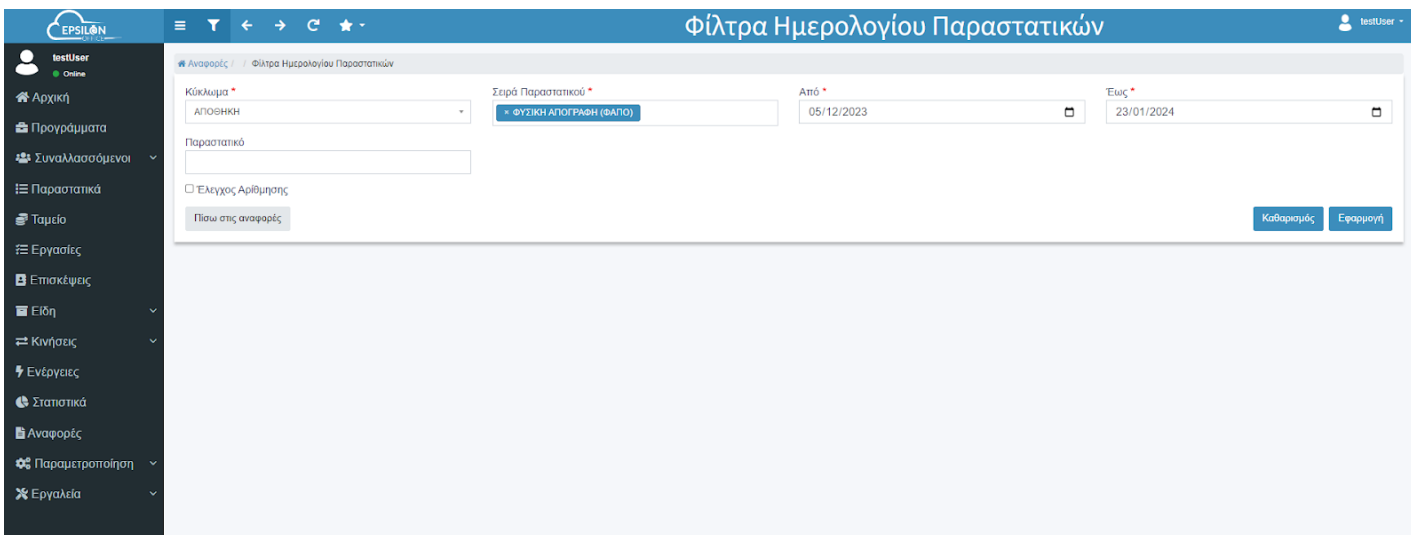
- Έπειτα, μέσω της επεξεργασίας αλλάζει η κατάσταση της ενέργειας από “ΠΡΟΣ ΕΠΙΛΥΣΗ” σε “ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ” και αποθηκεύεται



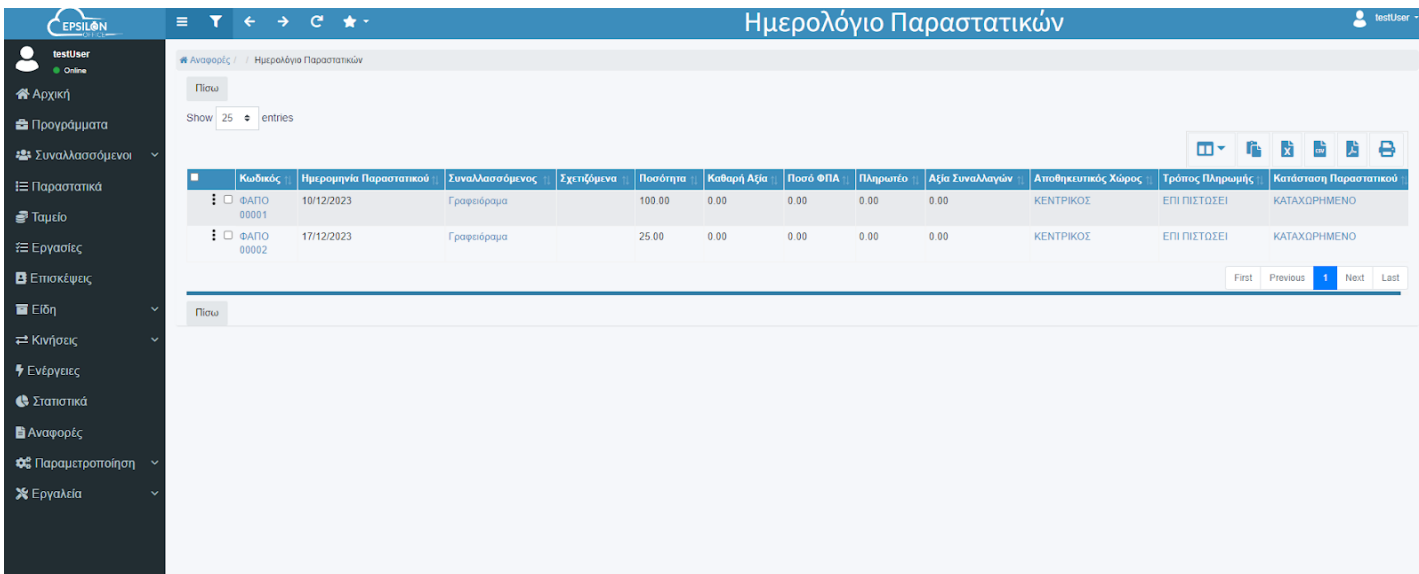
- Η εταιρεία θέλησε να έχει μία πλήρη εικόνα των παραστατικών που αφορούν το απόθεμα της αποθήκης.
- Μέσω του κεντρικού μενού, επιλέχθηκε ο τομέας “Αναφορές” και συγκεκριμένα η επιλογή “Παραστατικά”.



- Έπειτα, μέσω του “Ημερολόγιο Παραστατικών” συμπληρώθηκαν τα φίλτρα για την εφαρμογή του αποτελέσματος:
 - Στο Κύκλωμα επιλέχθηκε η “ΑΠΟΘΗΚΗ”.
 - Στη Σειρά Απογραφής επιλέχθηκε η επιλογή “ΦΥΣΙΚΗ ΑΠΟΓΡΑΦΗ”
 - Ορίστηκε ένα διάστημα ημερών από 5/12/2023 έως 23/01/2024.

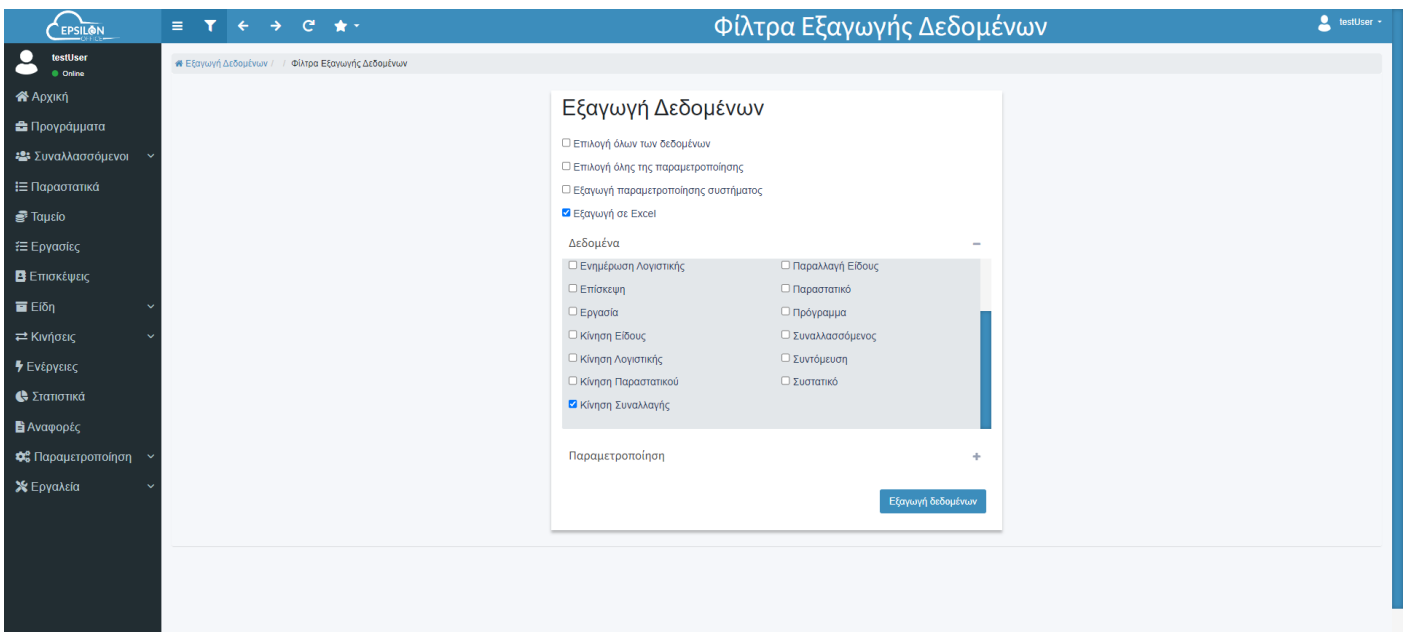


- Με την επιλογή “Εφαρμογή” εμφανίστηκαν τα παραστατικά που ζητήθηκαν:

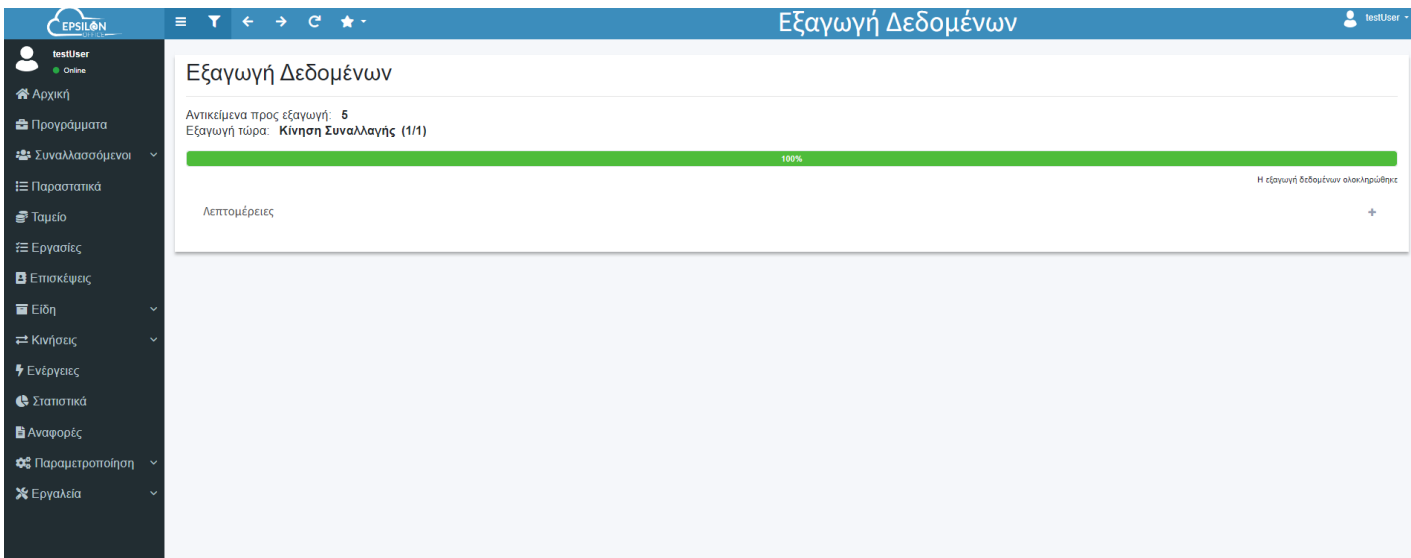


Κωδικός	Ημερομηνία Παραστατικού	Συναλλασσόμενος	Σχετιζόμενα	Ποσότητα	Καθαρή Αξία	Ποσό ΦΠΑ	Πληρωτέο	Αξία Συναλλαγών	Αποθηκευτικός Χώρος	Τρόπος Πληρωμής	Κατάσταση Παραστατικού
ΦΑΠΟ 00001	10/12/2023	Γραφείο		100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ	ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ	ΚΑΤΑΧΩΡΗΜΕΝΟ
ΦΑΠΟ 00002	17/12/2023	Γραφείο		25.00	0.00	0.00	0.00	0.00	ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ	ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ	ΚΑΤΑΧΩΡΗΜΕΝΟ

- Μέσω της κατηγορίας «Εργαλεία» και στη συνέχεια «Εξαγωγή σε αρχείο» επιλέχθηκε να αποθηκευτούν στη συσκευή δεδομένα.
 - Επιλέγεται η εξαγωγή σε αρχείο Excel και έπειτα τα δεδομένα που θα αποθηκευτούν, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι κινήσεις συναλλαγής.



- Γίνεται η εξαγωγή των δεδομένων.



- Το αρχείο Excel αποθηκεύεται στη συσκευή

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	title	field_relat	menu_linl	field_ajia	field_ajia	field_ajia	field_ariur	field_hme	field_hme	field_para	field_posc	field_seira	field_sxoli	field_syna	field_trap	field_trap	field_trap	field_trop	field_typos	kinshshs	synallaghs
2	00001	3fde867f-ε						2024-01-1		48bcb0ca-31.00000							katauesh_				
3	00002	0366bef5-		31.00000	0.00000	-31.00000		2024-01-1		b897b1da-31.00000	x_plhrvmt			97d88601-			katauesh_plhrvmh	promhueyth			
4	00003	ac1e4c7c-ι						2024-01-1		6fd46958-0.00000							epi_pistvs				
5	00004	8f52197f-ς		0.00000	83.70000	83.70000		2024-01-1		a1a0d391-83.70000	x_eispraks			98e98148-			katauesh_eisprajh	pelath			
6	00005	57fad374-						2024-01-1		844e1dab-0.00000							epi_pistvs				
7																					
8																					
9																					
10																					
11																					
12																					
13																					
14																					
15																					
16																					
17																					
18																					
19																					
20																					
21																					
22																					
23																					
24																					
25																					
26																					
27																					
28																					
29																					
30																					

9

Αποτελέσματα και συμπεράσματα της ανάλυσης των συστημάτων Epsilon Office και Salesforce

Η υλοποίηση σεναρίων στα συστήματα Epsilon Office και Salesforce βοήθησε στην δημιουργία μίας ολοκληρωμένης εικόνας για συστήματα της ίδιας κατηγορίας αλλά διαφορετικής δυναμικής. Από τη μία το σύστημα Epsilon Office το οποίο δημιουργήθηκε και παραμένει στην Ελλάδα με μεγάλη αναγνωρισιμότητα και από την άλλη το CRM της Salesforce το οποίο είναι μίας παγκόσμιας κλίμακας σύστημα με σημαντική πορεία στον χώρο μεγάλων εταιρειών. Παρακάτω παρουσιάζεται αρχικά η σύγκριση των συστημάτων και έπειτα τα σημαντικά θετικά και αρνητικά του καθένα.

9.1 Σύγκριση συστημάτων Salesforce και Epsilon Office

Προκειμένου να γίνει σωστή σύγκριση και αξιολόγηση δύο συστημάτων CRM θα πρέπει να αναλυθούν διάφορα βασικά κριτήρια, ανάλογα με τις ανάγκες και τις προτεραιότητες της κάθε επιχείρησης. Στην περίπτωση των Salesforce και Epsilon Office παρατηρούνται σημαντικές ομοιότητες και περιπτώσεις στις οποίες τα συστήματα καθίστανται ιδανικά για τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες σημαντικές διαφορές οι οποίες μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην απόφαση για την επιλογή του πιο κατάλληλου. Παρακάτω αναλύονται σε κατηγορίες τα θετικά και τα αρνητικά των συστημάτων ανάλογα με την επιχείρηση:

Η κύρια διαφορά μεταξύ των δύο συστημάτων είναι ότι το σύστημα Epsilon Office είναι ένα ERP σύστημα στο οποίο εκτός των άλλων, συμπεριλαμβάνονται και κάποιες δυνατότητες που αφορούν CRM. Στο σύστημα Salesforce είναι εξ ολοκλήρου CRM.

Οι κατηγορίες:

1. Λειτουργικότητα:

- a. Epsilon Office: Το σύστημα περιέχει πληθώρα επιλογών, όπως η διαχείριση πελατών, πωλήσεων, αποθήκης. Είναι ένα σύστημα που μπορεί να ανταπεξέλθει σε κάθε είδος επιχείρησης ή οργανισμού. Επίσης, η δυνατότητα της cloud υπηρεσίας το καθιστά ιδανικό καθώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανά πάσα ώρα σε οποιοδήποτε μέρος. Βέβαια, η έλλειψη ημερολογίου δυσκολεύει την οργάνωση των ραντεβού ή των υποχρεώσεων του πελάτη.
- b. Salesforce: Είναι ένα σύστημα δομημένο ώστε να μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες που έχει μία επιχείρηση όπως οι πωλήσεις, το μάρκετινγκ, η διαχείριση των πελατών αλλά και η διαχείριση του εσωτερικού της επιχείρησης. Διαθέτει ξεχωριστή διαχείριση επιχειρήσεων και πελατών. Η επιλογή cloud είναι επίσης διαθέσιμη.

2. Ευχρηστία:

- a. Epsilon Office: Το σύστημα είναι φτιαγμένο με βάση τις ανάγκες μικρών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Είναι δομημένο με εύκολο τρόπο ώστε να γίνεται άμεσα κατανοητό από κάθε άτομο ανεξάρτητα από τις γνώσεις που διαθέτει. Είναι φτιαγμένο στην ελληνική γλώσσα, πράγμα που το καθιστά εύχρηστο για άτομα που δυσκολεύονται με τις ξένες γλώσσες.
- b. Salesforce: Η πληθώρα δυνατοτήτων μπορεί εκ πρώτης όψεως να φαίνεται χαοτική, ωστόσο το σύστημα είναι ιδιαίτερα εύχρηστο. Διαθέτει μενού το οποίο κατανέμει με σωστό και κατανοητό τρόπο τις κατηγορίες ώστε όποια υποκατηγορία κι αν αναζητεί ο χρήστης να είναι εύκολο να τη βρει. Ωστόσο, η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι η αγγλική με αποτέλεσμα να γίνεται λιγότερο εύκολη η διαχείριση από το ελληνικό κοινό το οποίο δε διαθέτει εξειδικευμένες γνώσεις στο αγγλικό λεξιλόγιο.

3. Προσαρμοστικότητα:

- a. Epsilon Office: Η εταιρεία που παρέχει το σύστημα δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να επιλέξει υπηρεσίες ανάλογα με τις απαιτήσεις της επιχείρησής του. Για παράδειγμα, στην περίπτωση που ενδιαφερθεί για το σύστημα ένας γιατρός θα μπορεί να επιλέξει να προστεθεί κατηγορία για την οργάνωση των ραντεβού.
- b. Salesforce: Η Salesforce δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να προσαρμόσει ο ίδιος το περιβάλλον και τις επιλογές που θα έχει ώστε να γίνει το σύστημα όσο γίνεται πιο κατάλληλο για τις ανάγκες της επιχείρησής του.

4. Συμβατότητα με σύστημα ERP:

- a. Epsilon Office: Το CRM σύστημα είναι ενσωματωμένο στο ERP της ίδιας εταιρείας επομένως η χρήση και ο συνδυασμός είναι εύκολο να επιτευχθούν και να μη δημιουργηθεί πρόβλημα στην εταιρεία στην ανταλλαγή και διαχείριση δεδομένων.
- b. Salesforce: Η εταιρεία παρέχει τη επιλογή της επέκτασης των δυνατοτήτων προκειμένου να μπορεί να συνδεθεί σωστά και με ευκολία με ERP άλλων εταιρειών χωρίς να υπάρξει πρόβλημα στις υπηρεσίες. Ωστόσο, η έλλειψη συστήματος ERP μπορεί να δυσκολέψει την εταιρεία που δείχνει ενδιαφέρον καθώς θα αυξήσει το κόστος εγκατάστασης και συντήρησης δύο συστημάτων.

5. Υποστήριξη:

- a. Epsilon Office: Η εταιρεία παρέχει άμεση τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών ώστε ο χρήστης να παραθέσει ένα πρόβλημα ή κάποια απορία που μπορεί να προκύψει. Επιπλέον διαθέτει υποστήριξη σε περιπτώσεις που ο χρήστης δε γνωρίζει κάτι ή υπάρξει πρόβλημα με το σύστημα.
- b. Salesforce: Το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας διαθέτει προσωπικό το οποίο μπορεί να εξυπηρετήσει τους χρήστες και τους πελάτες μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας ή email. Επίσης η εταιρεία διαθέτει αυτοματοποιημένο bot για τις συνήθεις ερωτήσεις.

6. Αναφορές και Analytics:

- a. Epsilon Office: Το σύστημα διαθέτει επιλογές δημιουργίας αναφορών και προσφέρει έτοιμες φόρμες αναφορών προκειμένου να διευκολυνθεί ο χρήστης και να δημιουργήσει γρήγορα ότι χρειάζεται. Μπορεί να τις προσαρμόσει με διάφορα φίλτρα. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργηθούν γραφήματα με παραμέτρους που ο ίδιος ο χρήστης ορίζει.
- b. Salesforce: Η εταιρεία έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην δημιουργία αναφορών προκειμένου να γίνεται όσο πιο εύκολα γίνεται από τους χρήστες. Δίνεται η δυνατότητα επιλογής από μία πληθώρα έτοιμων αναφορών αλλά και η δημιουργία μίας νέας με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που βοηθούν τον χρήστη να εξυπηρετηθεί όσο γίνεται καλύτερα. Επίσης, υπάρχει δυνατότητα δημιουργίας διαγράμματος σε μορφή πίτας ή ραβδοδιάγραμμα με παραμέτρους που θέτει ο χρήστης.

7. Κινητή Δυνατότητα:

- a. Epsilon Office: Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της μέσω cloud επομένως η χρήση γίνεται πιο εύκολη σε οποιοδήποτε μέρος. Επιπλέον, ο χρήστης μπορεί να εργαστεί και από το κινητό του καθώς γίνεται προσαρμογή της σελίδας στις διαστάσεις της κινητής συσκευής. Οι εργασίες μπορούν να γίνουν κανονικά χωρίς καμία επιπλοκή και απώλεια.

- b. Salesforce: Η επιλογή της εταιρείας να δημιουργήσει το σύστημα σε cloud ωφελεί τους χρήστες καθώς μπορούν και το χρησιμοποιούν από κάθε συσκευή όποτε θελήσουν. Ωστόσο, η εταιρεία έχει δημιουργήσει εφαρμογή για τις φορητές συσκευές η οποία διατίθεται σε όλα τα λογισμικά προκειμένου να γίνει ακόμη ευκολότερη η εμπειρία χρήσης. Η εφαρμογή δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να συνδεθεί με τις υπηρεσίες που διαθέτει στο κινητό ώστε να γίνει συγχρονισμός του ημερολογίου, των επαφών και του email.

9.2 Θετικά και αρνητικά συστήματος Epsilon Office

9.2.1 Θετικά

1. Το σύστημα Epsilon Office παρέχει ένα εύχρηστο περιβάλλον προσαρμοσμένο ώστε να εξυπηρετεί όλους τους χρήστες ανεξαρτήτως ηλικίας.
2. Υπάρχει δυνατότητα λεπτομερούς αποθήκευσης πληροφοριών των πελατών και των εταιρειών. Ως αποτέλεσμα έχει την ευκολότερη κατηγοριοποίηση και διαχείριση αυτών με βάση είτε την περιοχή της έδρας των πελατών, το μέγεθος της επιχείρησης και άλλα.
3. Δίνεται η δυνατότητα αποθήκευσης των ειδών ή/και των υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση με τη δυνατότητα προσθήκης πολλών λεπτομερειών, όπως το μέγεθος, ο όγκος, το βάρος αλλά και η αποθήκες που πρόκειται να αποθηκευτούν. Το αποτέλεσμα είναι η καλύτερη διαχείριση του εμπορεύματος και του χώρου αποθήκευσης.
4. Η δυνατότητα εξατομίκευσης του συστήματος με βάση το είδος της επιχείρησης του πελάτη δίνει τη δυνατότητα για προσαρμογή σε τυχόν αλλαγές που προκύψουν αλλά και αποφυγή περιττών πεδίων στο σύστημα.

9.2.2 Αρνητικά

1. Η απουσία του ημερολογίου προκαλεί προβλήματα στην οργάνωση ραντεβού και υποχρεώσεων που πιθανόν να έχει η εταιρεία. Επιπλέον, είναι δυσκολότερη η ταυτόχρονη οργάνωση από παραπάνω από έναν υπαλλήλους.
2. Σημαντικό χαρακτηριστικό που απουσιάζει από το σύστημα είναι η δημιουργία καμπανιών με σκοπό την αποστολή διαφόρων προσφορών ή για ενημέρωση νέων προϊόντων στους πελάτες.

9.3 Θετικά και αρνητικά συστήματος Salesforce

9.3.1 Θετικά

1. Το σύστημα παρέχει εύκολη κατηγοριοποίηση πελατών και συνεργατών ανάλογα με τον παράγοντα που επιθυμεί ο χρήστης. Η κατηγοριοποίηση αυτή μπορεί να βοηθήσει στην αποστολή μαζικών email, στην οργάνωση και δημιουργία ευκαιριών και σε άλλες ενέργειες.
2. Η δυνατότητα του συστήματος να παρέχει πληθώρα έτοιμων αναφορών δίνει στον χρήστη την ευκαιρία να δημιουργήσει αναφορές σε πολύ λιγότερο χρόνο και με μειωμένους πόρους.
3. Μέσω των αυτοματοποιημένων email που διαθέτει το σύστημα επιτυγχάνεται καλύτερη επικοινωνία με τους πελάτες. Η δυνατότητα που προσφέρει για αποστολή έτοιμων email σε ρυθμισμένο χρόνο επιτρέπει στην εταιρεία να κρατάει στενή επαφή με τους πελάτες και απελευθερώνει χρόνο στο προσωπικό για την ενασχόληση με άλλα ζητήματα.

9.3.2 Αρνητικά

1. Το κόστος αγοράς και συντήρησης του συστήματος είναι αρκετά υψηλό. Η διαδικασία της πρώτης επαφής με την εταιρεία, της αγοράς, εγκατάστασης και συντήρησης του συστήματος απαιτεί υψηλό κόστος.
2. Η εκπαίδευση του προσωπικού πάνω στο σύστημα απαιτεί χρόνο και μπορεί να επιφέρει νέα έξοδα στην εταιρεία, καθώς το σύστημα προσφέρει πολλές δυνατότητες τις οποίες για να μάθουν οι εργαζόμενοι θα πρέπει να έρθουν σε επαφή με τους συνεργάτες της εταιρείας.

9.4 Συμπεράσματα

Τα συστήματα CRM είναι ιδιαίτερα σημαντικά για τις επιχειρήσεις καθώς τις βοηθούν να διαχειρίζονται τα δεδομένα τους με μεγάλη αποτελεσματικότητα. Η αποδοτικότητά τους τα καθιστά απαραίτητα στις επιχειρήσεις διότι επικεντρώνονται στις πελατειακές σχέσεις. Έχουν ως στόχο την σωστή προσέγγιση και διατήρηση της καλής σχέσης επιχείρησης-πελάτη.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η σωστή επικοινωνία βοηθά στην υγιή διατήρηση σχέσεων. Έτσι και τα συστήματα CRM στοχεύουν στην βέλτιστη επικοινωνία μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών προκειμένου να κρατήσουν το ενδιαφέρον τους προς την επιχείρηση ενεργό και να κατανοήσουν τις ανάγκες τους. Επίσης, τα CRM βοηθούν με την ανάλυση των δεδομένων που μία επιχείρηση λαμβάνει από τους πελάτες της ώστε να βγάλει ορισμένα πορίσματα χρήσιμα για την σωστή και κερδοφόρα συνέχιση της συνεργασίας. Τα πορίσματα αυτά μπορούν να βοηθήσουν στην εξατομικευμένη οργάνωση του τρόπου που να συνεχίσει η επιχείρηση να κρατά το ενδιαφέρον των πελατών ξεχωριστά. Ορισμένα από τα δεδομένα αυτά μπορούν να είναι οι ανάγκες των πελατών, οι προτιμήσεις αλλά και οι συμπεριφορές. Μία εξίσου σημαντική χρήση του CRM είναι η άμεση επικοινωνία για διάφορες λύσεις και παράπονα που πιθανό να προκύψουν στους πελάτες της επιχείρησης. Επιπλέον, είναι σημαντικό εργαλείο για την διαχείριση του εσωτερικού της επιχείρησης διότι βοηθάει στην οργάνωση και την επικοινωνία των εργαζομένων. Με ένα καλό προφίλ της επιχείρησης προς τους πελάτες, αυξάνονται οι πωλήσεις αυτής και δημιουργούνται νέες συνεργασίες, καθώς οι πελάτες συστήνουν την επιχείρηση και σε νέους πιθανούς πελάτες.

Τα παραπάνω είναι σημαντικά προκειμένου μία επιχείρηση να μείνει δυνατή στην αγορά και να μπορεί να ανταπεξέλθει στο έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Είναι σημαντικό από τις επιχειρήσεις να μπορέσουν να βρουν ένα σύστημα που τα ταιριάζει στις ανάγκες και τις απαιτήσεις που η ίδια έχει. Για τον λόγο αυτό έχουν δημιουργηθεί πολλά συστήματα CRM από διάφορες εταιρίες. Τα δύο συστήματα που αναλύθηκαν στην συγκεκριμένη διπλωματική εργασία είναι το “Salesforce” και το “Epsilon Office”. Το σύστημα “Epsilon Office” είναι ένα σύστημα ERP το οποίο όμως έχει ενσωματωμένο το πεδίο του CRM. Είναι ένα σύστημα φιλικό προς τον χρήστη, με μεγάλη ποικιλία δυνατοτήτων και επιλογών. Είναι σύστημα που μπορεί να προσαρμοστεί ανάλογα με την επιχείρηση που θα το επιλέξει ώστε να κάνει την εμπειρία χρήστης όσο το δυνατό καλύτερη. Το σύστημα “Salesforce” είναι ένα σύστημα παγκόσμιας κλίμακας που εξυπηρετεί όλων των ειδών τις επιχειρήσεις καθώς και αυτό έχει την επιλογή της προσαρμογής με βάση τις ανάγκες του χρήστη. Διαθέτει εύκολο περιβάλλον και καλή εξυπηρέτηση πελατών,

Η σωστή επιλογή του συστήματος CRM είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς οι επιχειρήσεις πλέον δέχονται καθημερινά πληθώρα δεδομένων που είναι αναγκασμένες να επεξεργαστούν προκειμένου να μπορέσουν να παραμείνουν στην επικαιρότητα και να διατηρήσουν ένα καλό όνομα στην αγορά. Εξίσου σημαντική είναι η χρήση των συστημάτων CRM στους οργανισμούς, προκειμένου να μπορέσουν και αυτοί να διατηρήσουν μία καλή εικόνα.

Είτε εταιρεία είτε οργανισμός, είναι σημαντικό να επιλέγεται το σωστό CRM και πρωτίστως να γίνεται έρευνα προκειμένου να εξετασθεί αν συμφέρει η αγορά του συστήματος και αν αυτό θα βοηθήσει στην οργάνωση. Είναι εξαιρετικά σημαντική κίνηση καθώς η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, η αρχική εγκατάσταση και τα κόστη συντήρησης είναι ιδιαίτερα υψηλά. Ωστόσο, έχει αποδειχθεί ότι είναι μία επένδυση που επιφέρει κέρδη και βοηθά ουσιαστικά στην επιχείρηση ή τον οργανισμό.

Βιβλιογραφία

- Ahani, A., N. Z. A. Rahim and M. Nilashi. (2017). "Forecasting social CRM adoption in SMEs: A combined SEM-neural network method". *Computers in Human Behavior* 75, 560-578.
- Bahari, T. F., Elayidom, M. S. (2015). "An efficient CRM-data mining framework for the prediction of customer behaviour". *Procedia Computer Science*, 46, 725–731.
- Ben, E. U., Udo, E. S., Abner, I. P. (2019). "Customer relationship management model: A business strategy in a competitive business climate". *International Journal of Supply Chain Management*, 8(6), 1189–1198.
- Dalla Pozza, I., Goetz, O., Sahut, J. M. (2018). "Implementation effects in the relationship between CRM and its performance". *Journal of Business Research*, 89, 391–403.
- Damiri, D. M., Raharja, A. C. S. J. (2017). "The influence of customer relationship management through customer retention of creative industry in a culinary sub-sector at Bandung city". *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 5(06), 15–26.
- Goodhue, D.L., B.H. Wixom and H.J. Watson (2002). "Realizing business benefits through CRM: hitting the right target in the right way". *MIS Quarterly Executive* 1 (2), 79-94.
- Greenberg, P. (2010). "The impact of CRM 2.0 on customer insight". *Journal of Business & Industrial Marketing* 25 (6), 410-419.
- Ismail, H.B., D. Talukder and M.F.A.K. Panni (2007). "Technology dimension of CRM: the orientation level and its impact on the business performance of SMEs in Malaysia". *International Journal of Electronic Customer Relationship Management* 1 (1), 16-29.
- Kang, J.C. (2004). "A study on the factors associated with the success of CRM in the insurance company". *Journal of the Korean Data Information Science Society* 15 (1), 197–224.
- Ko, E., S.H. Kim, M. Kim and J.Y. Woo (2008). "Organizational characteristics and the CRM adoption process". *Journal of Business Research* 61 (1), 65-74.
- Ko, E., S.J. Lee and J.Y. Woo. (2004). "Current CRM adoption in the Korean apparel industry". *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles* 30 (1), 1-11.
- Kyriakou, N., Loukis, E. (2019). "ICT Resources and Capabilities, Economic Crisis and CRM Adoption". *Proceedings of 13th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS 2019)*, September 27 - 28, 2019, Naples, Italy.
- Maklan, S. and S. Knox (2009). "Dynamic capabilities: the missing link in CRM investments". *European Journal of Marketing* 43 (11), 1392-1410.
- Meena, P., Sahu, P. (2021). "Customer Relationship Management Research from 2000 to 2020: An Academic Literature Review and Classification". *Vision* 25(2). 136–158.
- Mitussis, D., O'Malley, L. and M. Patterson (2006). "Mapping the re-engagement of CRM with relationship marketing". *European Journal of Marketing* 40 (5-6), 572-589.

- Nguyen, T.H. and Teresa S.W. (2013). "The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 20 (4), 824-848.
- Peltier, J., J. Schibrowsky and Y. Zhao (2009). "Understanding the antecedents to the adoption of CRM technology by small retailers: entrepreneurs vs owner-managers". *International Small Business Journal* 27 (3), 307-336.
- Reijonen, H. and T. Laukkanen (2010). "Customer relationship oriented marketing practices in SMEs". *Marketing Intelligence & Planning* 28 (2), 115-136.
- Richard, J.E., P.C. Thirkell and S.L. Huff (2007). "The strategic value of CRM: a technology adoption perspective". *Journal of Strategic Marketing* 15(5), pp. 421-439.
- Definition of Information Systems
<https://zapier.com/blog/what-is-information-systems/#examples>
- Definition of ERP
<https://dynamics.microsoft.com/el-gr/erp/what-is-erp/>
- Definition and history of ERP
https://en.wikipedia.org/wiki/Enterprise_resource_planning
- Definition of CRM
<https://www.bitrix24.eu/articles/8-basic-criteria-for-choosing-a-crm-system.php>
- Definition of CRM
<https://dynamics.microsoft.com/el-gr/crm/what-is-crm/>
- Advantages and Disadvantages of CRM
<https://targetintegration.com/advantages-and-disadvantages-of-crm/>
- History of CRM
<https://www.salesforce.com/ap/hub/crm/the-complete-crm-history/>
- Salesforce
https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.getstart_help.htm&type=5
<https://resources.docs.salesforce.com/246/latest/en-us/sfdc/pdf/basics.pdf>