TABULKA SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

v rámci zadávacího řízení s názvem:

*„****Digitalizace společnosti Innovation One s.r.o.****“*

**logický celek:**

***„BackEnd Obchod“***

Zadavatel upozorňuje, že dodavatel musí být schopen realizovat implementaci systému za dodržení běžných pracovních činností. Dodavatel současně se svou nabídkou předloží návrh k zajištění trvalé podpory při provozu systému. Zadavatel v rámci realizace předmětu zakázky poskytne součinnost pří napojení na stávající systémy.

# ZÁKLADNÍ POPIS

Tato zadávací dokumentace určuje požadavky na vývoj a dodávku CRM systému, který bude sloužit k efektivní správě a automatizaci procesů spojených s poptávkami od zákazníků, identifikací příležitostí a sledováním potenciálních obchodů. Cílem je zajistit, aby naše firma byla schopna lépe reagovat na poptávky z různých zdrojů a efektivně spravovat obchodní příležitosti.

implementace napomůže zvýšení efektivity uživatelů systémů při výkonu jejich typizovaných administrativních činností, tím zvýšit jejich produktivitu práce a ziskovost projektových zakázek společnosti. Modul bude sestávat s funkčnostmi popsanými v subkapitolách níže.

# Obecné požadavky na funkcionalitu

* Do systému budou přistupovat uživatelé s různou úrovní oprávnění a rolemi. Jeden uživatel může mít přiděleno více uživatelských rolí a pokrývat tak flexibilně dle potřeb společnosti jednotlivé byznys role.
* Pro každou roli uživatele existuje uživatelský účet s příslušnými oprávněními, přes který se uživatel do systému přihlašuje.
* Robustní nástroje pro správu uživatelských práv, auditování a zabezpečení dat. Integruje se s Azure Active Directory pro autentizaci a správu identit.
* Funkce systému musí být provázány na všechny ostatní moduly, které jsou uvedeny v rámci tohoto výběrového řízení
* Centralizovaná databáze pro ukládání a správu dat z různých zdrojů. Zajišťuje konzistenci a integritu dat mezi aplikacemi Data finanční povahy jsou prointegrovány do Ekonomického systému Pohoda
* integruje s aplikacemi a službami v rámci ekosystému Microsoft 365, jako je SharePoint, Teams a Outlook.
* Umožňuje vývojářům na straně objednavatele přizpůsobit a rozšířit funkce pomocí vlastního kódu, pokud je to potřeba.
* Služba pro automatizaci pracovních postupů a toku dat. Integruje se s různými aplikacemi a umožňuje vytvářet složité automatizační scénáře. Podporuje spouštění akcí na základě událostí, plánovaných úloh nebo ručního spuštění.
* Jednoduchá a intuitivní uživatelská rozhraní pro zákazníky a administrátory.
* Možnost importu a exportu dat.
* Zajištění ochrany osobních údajů dle platných legislativních předpisů.

# Požadované Moduly a funkce

## Modul: Lead Management

Proces lead managementu v B2B prostředí, implementovaný do CRM systému, by měl být systematický a cílený, aby zajistil úspěšnou konverzi potenciálních zájemců (leadů) na kvalifikované příležitosti a nakonec na zákazníky. Zde je ideální postup:

### Evidence - Sběr Leadů:

* Sbírání potenciálních zájemců z různých zdrojů, jako jsou webové formuláře, marketingové kampaně, sociální média, eventy a další.
* Všechny tyto kontakty jsou ukládány do CRM systému a evidovány jako leady. Lead z webové prezentace a Online prostředí jsou propisovány do CRM automaticky + se zpětně zobrazují na FrontEnd Portále zákazníka, pokud spustil registraci firmy

### Přidělení leadu na obchodníka:

* Přidělování leadů na obchodníky je důležitým procesem v oblasti řízení zákaznických vztahů (CRM) a prodeje. Cílem je zajistit, že každý lead je správně a efektivně zpracován a že je přidělen obchodníkovi, který má nejlepší předpoklady pro jeho konverzi na zákazníka.
  + **Ruční Přidělení:** V tomto případě má tým prodejců možnost ručně vybrat, který obchodník bude pracovat na určitém leadu. Tato metoda je často používána v menších firmách, kde počet leadů není velký a obchodníci mají přehled o svých potenciálních klientech.
  + **Podle Kritérií:** Přidělování může být založeno na určitých kritériích, jako jsou geografická oblast, průmyslový sektor, velikost firmy, nebo jiné charakteristiky, které jsou pro firmu důležité. Například pokud firma cílí na různé průmyslové odvětví, může přidělovat leady obchodníkům s specializací v daném odvětví.

### Kvalifikace Leadů:

* Každý získaný lead je důkladně kvalifikován. To znamená, že se zjišťuje, zda má lead potenciál stát se zákazníkem.
* Kvalifikace by měla zahrnovat zjišťování potřeb, zájmů a rozpočtu potenciálního zákazníka.

### Kontaktování a Nurturing:

* Členové týmu kontaktují kvalifikované leady a začínají budovat vztah.
* V této fázi je důležité poskytovat relevantní informace a hodnotu potenciálním zákazníkům, aby se upevnil zájem.

### Uzavření leadu a otevření příležitosti

* Přeměna leadu na příležitost (opportunity) je kritickým krokem v procesu správy zákaznických vztahů (CRM) a obchodního procesu. Tento proces zahrnuje kvalifikaci leadu, identifikaci možného obchodu a přípravu na konverzi na zákazníka.
* V okamžiku, kdy byl lead kvalifikován s pomocí parametrů: rozpočet, termíny, relevanci, autoritu rozhodování (kdo má pravomoc rozhodnout) a další faktory, je lead uzavřen a přeměněn na Příležitost, viz. Modul příležitosti

### Sledování historie komunikace

* CRM systém automaticky zaznamenává veškerou komunikaci a aktivity spojené s klienty.
* Každý kontakt s klientem nebo potenciálním zákazníkem je identifikován a sledován.
* Identifikace může být založena na e-mailové adrese, telefonním čísle, jménu klienta nebo jiných identifikačních údajích
* Historie komunikace je přístupná všem autorizovaným zaměstnancům, kteří mají oprávnění k danému klientovi nebo příležitosti. To zlepšuje týmovou spolupráci a umožňuje lepší servis klientům.
* systém poskytuje jedno místo, kde můžete sledovat všechny interakce s klienty bez ohledu na kanál. To zlepšuje efektivitu a umožňuje rychle reagovat na klientovy potřeby.
* Následuje popis tohoto procesu:

### Stavy leadů

Tyto stavy pomáhají vytvořit strukturovaný proces pro správu leadů a umožňují identifikovat, které potenciální zákazníky je třeba zaměřit a jakým způsobem pokračovat v jejich konverzi na skutečné zákazníky.

* **Identifikace leadu:** V tomto stavu je lead zaznamenán poprvé, zpravidla po prvním kontaktu nebo získání informací o potenciálním zákazníkovi. Identifikace leadu znamená zařazení základních informací o potenciálním zákazníkovi do systému CRM, například jméno, kontaktní údaje a první získané informace. V této fázi nebyl lead ještě detailněji zkoumán a nebyla provedena žádná kvalifikace.
* **Ověření leadu:** Ověření leadu je procesem, ve kterém se prověřují informace o leadu a zjišťuje se, zda má potenciál stát se kvalifikovanou příležitostí. V této fázi může být provedeno ověření kontaktních údajů, zájmu o naše produkty nebo služby a první zhodnocení relevantnosti potenciálního zákazníka.
* **Návrh na zpracování leadu:** Návrh na zpracování leadu značí, že byl identifikován potenciál v daném leadu a navrhujeme další kroky pro jeho zpracování. To může zahrnovat přesměrování leadu kvalifikovaným prodejcem nebo začátek procesu kvalifikace. Návrh na zpracování signalizuje, že lead má dostatečný potenciál pro další práci.
* **Kvalifikace:** je procesem, kterým se lead detailněji zkoumá a posuzuje se jeho schopnost a pravděpodobnost stát se příležitostí pro obchod.

## Modul: Správa Příležitostí

Příležitost bude modul ve které se již nachází kvalifikované obchodní příležitosti, tedy obchodní příležitosti, které mají definovaný rámcový rozpočet, rámcový termín pro realizaci, rámcový rozsah dodávky, známe osoby s rozhodovací pravomocí. Tyto funkce umožňují efektivní správu a konverzi potenciálních zájemců na zákazníky a současně poskytují cenné informace pro rozhodování a analýzu prodejního procesu. Úspěšně dokončená příležitost pokračuje do modulu zakázka.

### Základní informace o příležitosti

* Základní identifikační údaje o příležitosti, název, jméno klienta, odhad uzavření příležitosti, pravděpodobnost úspěchu, přiřazení na obchodníka, nebo team, zdroj příležitosti.
* Team na straně dodavatele a zákazníka

### Evidence nabídek

Evidování nabídek u příležitosti v CRM je důležitou součástí prodejního procesu a umožňuje sledovat a spravovat nabídky, které jsou tvořeny a prezentovány potenciálním zákazníkům. Zde je způsob, jak mají být nabídky evidovány v rámci CRM:

* Vytvoření nabídky jako samostatného záznamu.
* Propojení nabídky s konkrétní příležitostí.
* Sledování různých verzí nabídky a historie změn.
* Určení stavu nabídky (odeslána, ve fázi jednání, uzavření, odmítnutí).
* Ukládání historie všech nabídek spojených s příležitostí.
* Možnost připojení dokumentů a smluv k nabídkám.
* Sledování konverze nabídek na uzavřené obchody.
* Generování reportů o nabídkách pro analýzu výkonnosti a úspěšnosti nabídek.

### Platební Milníky

Evidování platebních milníků v CRM je klíčové pro efektivní správu finančního toku a sledování platby za produkty nebo služby.

* Definice platebních milníků s popisem, termínem splatnosti a částkou, včetně možnosti evidovat základ daně a DPH
* Propojení každého platebního milníku s konkrétní příležitostí.
* Sledování stavu platebních milníků (Nová, naplánováno, schváleno, vyfakturováno, zaplaceno, zrušeno).
* Možnost nastavení automatických upozornění na nadcházející platební milníky.
* Ruční nebo automatická fakturace přímo ze systému, včetně odeslání faktury na email klienta
* Generování reportů o platebních milnících pro finanční analýzu.
* Přehled všech platebních milníků spojených s konkrétní příležitostí včetně termínů a částek.

### Kapacitní Plánování

Těmito body by mělo být zajištěno efektivní plánování a správa zdrojů v rámci příležitostí v CRM systému, což pomáhá optimalizovat nasazení pracovníků a dosáhnout úspěšných výsledků projektu. V této etapě plánování kapacit potřebujeme plánovat primárně na úrovni kategorií rolí.

* Definice potřebných zdrojů.
* Kategorizace rolí.
* Stanovení kapacitního plánu.
* Sledování dostupnosti zdrojů.
* Rezervace zdrojů.
* Zohlednění kvalifikací a dovedností.
* Reportování a analýza kapacity.
* Komunikace se zdroji.
* Aktualizace kapacitního plánu.

### Sledování historie komunikace

* CRM systém automaticky zaznamenává veškerou komunikaci a aktivity spojené s klienty.
* Každý kontakt s klientem nebo potenciálním zákazníkem je identifikován a sledován.
* Identifikace může být založena na e-mailové adrese, telefonním čísle, jménu klienta nebo jiných identifikačních údajích
* Historie komunikace je přístupná všem autorizovaným zaměstnancům, kteří mají oprávnění k danému klientovi nebo příležitosti. To zlepšuje týmovou spolupráci a umožňuje lepší servis klientům.
* systém poskytuje jedno místo, kde můžete sledovat všechny interakce s klienty bez ohledu na kanál. To zlepšuje efektivitu a umožňuje rychle reagovat na klientovy potřeby.

### Sledování stavu a fáze příležitostí

Stavy příležitostí v rámci CRM systému jsou základními kategoriemi, které pomáhají organizaci a sledování prodejního procesu a jeho vývoje. Tyto stavy příležitostí umožňují prodejnímu týmu a vedení firmy lépe sledovat a řídit průběh jednotlivých obchodů a efektivněji plánovat své prodejní aktivity.

* **Stavy otevřené příležitosti:**
  + **Nová:** Příležitost byla právě vytvořena nebo zaznamenána do systému. Je to počáteční stav, kdy prodejní tým teprve začíná zkoumat potenciál této příležitosti.
  + **Ve fázi jednání:** Příležitost se nachází ve fázi aktivního jednání s klientem nebo zákazníkem. Prodejní tým pracuje na plánech a návrzích a snaží se posunout příležitost směrem k uzávěrce.
  + **Uzávěra v dohledu:** Příležitost je v pokročilé fázi a uzávěra obchodu je na dohled. V této fázi jsou diskutovány detaily a prověřují se informace před potenciálním uzávěrem.
* **Stavy uzavřené příležitosti**
  + **Vyhráno:** Příležitost byla úspěšně uzavřena a stala se zakázkou nebo obchodem. Plány a nabídky byly schváleny, a byla podepsána smlouva.
  + **Prohrané:** Příležitost byla ztracena a nevedla k uzávěru obchodu. Důvody pro neúspěch mohou být různé, například konkurenční nabídka nebo rozhodnutí klienta jít jiným směrem.
  + **Zrušené:** Příležitost byla zrušena z nějakého důvodu. To může zahrnovat změnu potřeb klienta, neplatnost příležitosti nebo jiné faktory, které vedly k jejímu zrušení.

### Automatické upozornění na důležité termíny a události

Termíny slouží k organizaci a plánování událostí a aktivit v rámci jednotlivých příležitostí, což usnadňuje sledování průběhu prodejního procesu a včasné reakce na potřeby klientů, jako např. Plánovaná schůzka, Prezentace, Termín odeslání nabídky, Aktualizace stavu, Kontaktovat klienta, Průběžný report, Fakturace, Termíny dalšího kontaktu, Závěrečný report, Odeslání podkladů pro klienta, Termín uzávěrky kvalifikace, Plánované opětovné zhodnocení

### Ukládání a správa dokumentů a materiálů souvisejících s příležitostmi

* Společná práce nad jedním dokumentem.
* Fulltextové vyhledávání.
* Automatické indexování dokumentů.
* Verzování dokumentů.
* Sdílení externím partnerům.
* Připojení dokumentů k příležitostem.
* Fulltextový index nad všemi dokumenty.
* Archivace a dlouhodobé uchovávání.
* Možnost vložení metadata.

### Spolupráce a sdílení informací v rámci týmu prodejců:

Tato funkcionalita podporuje týmovou spolupráci, zvyšuje transparentnost a umožňuje rychlou a efektivní komunikaci mezi členy prodejního týmu, což v konečném důsledku pomáhá dosahovat lepších výsledků v prodeji a péči o klienty.

* **Centrální Datový Sklad:** Existuje centrální datový sklad, kde jsou uloženy veškeré relevantní informace o příležitostech, klientech a obchodech.
* **Přístupová Práva:** Každý člen týmu má přiřazená přístupová práva, která určují, ke kterým informacím a příležitostem mají přístup.
* **Sdílení Příležitostí:** Členové týmu mohou snadno sdílet příležitosti, které jsou relevantní pro jiného člena týmu.
* **Spolupráce na Dokumentech:** Tým může společně pracovat na dokumentech a materiálech souvisejících s příležitostmi.
* **Komentáře a Diskuze:** Možnost komentovat a diskutovat přímo v rámci každé příležitosti, což umožňuje rychlou komunikaci a výměnu názorů.
* **Notifikace a Upozornění:** Automatické notifikace a upozornění na důležité události a změny v příležitostech.
* **Spolupráce na Plánech a Akcích:** Tým může spolupracovat na plánech a akcích spojených s příležitostmi, aby dosáhl společných cílů.
* **Možnost Přiřazování Příležitostí:** Vedoucí týmu může přiřazovat příležitosti jednotlivým členům týmu na základě jejich schopností a dostupnosti.
* **Monitoring a Analýzy:** Systém umožňuje monitorovat výkonnost jednotlivých členů týmu a provádět analýzy efektivity prodejních strategií.

### Přidělování příležitostí jednotlivým prodejcům nebo týmům

Přidělování příležitostí obchodníkům nebo týmům je důležité pro efektivitu prodejního procesu. Pomáhá optimalizovat výkonnost, specializaci, a sledování výsledků, což zvyšuje šance na úspěšné uzávěry obchodů a lepší péči o klienty.

* Distribuce podle zkušeností a dovedností prodejců.
* Upozornění a notifikace o nových příležitostech.
* Dynamické přidělování při změnách v týmu.
* Přidělování na základě geografie.
* Transparentnost a auditovatelnost procesu.

### Reporting

* **Pro obchodního ředitele**
  + Celkový počet aktivních příležitostí.
  + Celková hodnota aktivních příležitostí.
  + Průměrná pravděpodobnost uzávěrky příležitostí.
  + Výkonnost jednotlivých prodejních zástupců.
  + Porovnání očekávaných a skutečných tržeb z uzavřených příležitostí.
  + Vývoj stavů příležitostí (otevřené, uzavřené, ztracené).
  + Důvody pro ztrátu příležitostí.
  + Sledování nákladů a ziskovosti.
* **Pro obchodníka**
  + Aktuální seznam příležitostí a jejich stavy.
  + Plánované aktivity a termíny spojené s příležitostmi.
  + Historie veškeré komunikace s klientem týkající se příležitostí.
  + Aktualizace a hodnocení kvalifikace příležitostí.
  + Sledování pravděpodobnosti uzávěrky.
  + Příprava a poskytování zpráv pro obchodního ředitele.
  + Připojení dokumentů a smluv k příležitostem.
  + Nastavení automatických upozornění na důležité události a termíny.

# Prohlášení dodavatele

Já (my) níže podepsaný (í)       čestně prohlašuji (eme), že výše uvedené údaje jsou pravdivé, a že dodavatel       v případě jeho výběru zadavatelem v předmětné veřejné zakázce dodá zboží přesně dle technických a obchodních podmínek ve své nabídce.

V     dne

…………..………………………….

(*Jméno, Příjmení, Podpis a pozice osoby oprávněné jednat za dodavatele*)