

به نام خدا

لیست سرفصلهای سیستم مهندسی فروش به شرح زیر به استحضار می رسد:

تدوین ، راه اندازی و پیاده سازی واحد و سیستم سازمانی مهندسی فروش در مجموعه ، طی ۵ مرحله کلی زیر، صورت می پذیرد :

۱- تدوین شیوه نامه و سند راهبردی و طراحی سیستم سازمانی مهندسی فروش و باشگاه مشتریان مجموعه .

۲- اجرای عملیاتی و استقرار سیستم سازمانی مهندسی فروش و باشگاه مشتریان مجموعه .

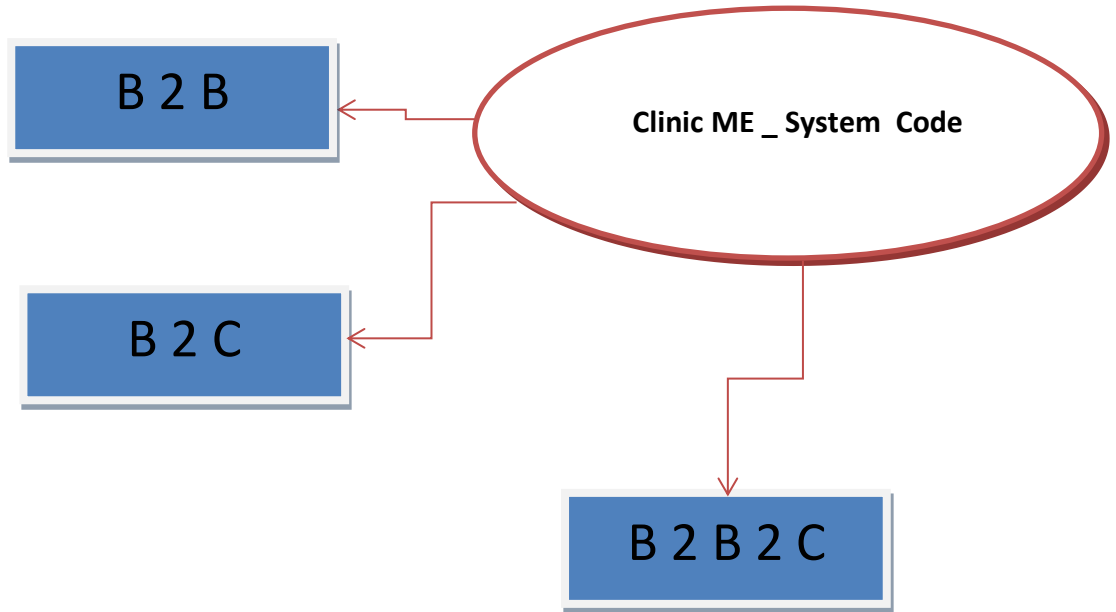
۳- آنالیز و پیاده سازی نرم افزار مهندسی فروش مجموعه و زیرسیستمهای آن از جمله **Mystery و Market Story ، Network Marketing ، CEM ، CRM ، Market story Shopping** و ... در بخش **Server** (سازمانی)

۴- پیاده سازی و یکپارچه سازی پرتال سمت وب **Client** (مشتریان نهایی) .

۵- آموزش فرآیندهای سیستم به کلیه پرسنل مرتبط و کاربری و مدیریت نرم افزار به کاربران نرم افزار.

لازم به ذکر است که پس از استقرار سیستم مهندسی فروش، طراحی و پیاده سازی سیستم های **SCM** (مدیریت ارتباط با زنجیره تامین) و **ERM** (مدیریت ارتباط با کارمندان) و یکپارچه نمودن آنها با سیستم مهندسی فروش و باشگاه مشتریان امکان پذیر می باشد.

سیستم مهندسی فروش و باشگاه مشتریان در لایه ۳، خود در سه سطح تعریف می گردد:



- سیستم جامع مهندسی فروش در فازهای توسعه در سه سطح B2B و B2C و B2B2C قابل تعریف می باشد.
- سیستم مهندسی فروش آرانی قابلیت ارتباط با سیستمهای مختلف از طریق متدهای API را دارا می باشد.
- انتقال اطلاعات مشتریان قبلی و جاری در قالب خواندن از سیستم فروش مجموعه، به صورت اتوماتیک و نرم افزاری امکانپذیر می باشد.

سرفصلهای سطح B2C :

- **Loyalty Customer Coding** : اختصاص کد مجزا و رمز منحصر بفرد به هر مشتری یکپارچه با کد منحصر بفرد در سیستم فروش و مالی مجموعه .
- **Ranking مشتریان** : بر اساس گردش مالی در بازه زمان یا تعداد انجام خرید در بازه زمانی مشخص به صورت منحصر بفرد هر مشتری، محاسبه اتوماتیک Rank مشتری پس از تسویه مالی کالا یا محصول دریافت شده.
- **ضریب گروه محصول در Ranking** : محاسبه Rank مشتری در سیستم، بسته به محصول خریداری شده گروه های کالایی مختلف با ضرایب مختلف و تاثیر متفاوت آنها در Rank مشتری.
- **کارت وفاداری و اعتباری هوشمند** : امکان صدور کارت وفاداری هوشمند و رمز مربوط به کارت برای مشتریها بر اساس شرایط ورود به باشگاه مشتریان و لایه های امنیتی.
- **Coin** : محاسبه اتوماتیک شارژ اعتبار به صورت Coin در کارت هر مشتری پس از هر تسویه و پرداخت مشتری .
- **ضریب محصول در Coin** : محاسبه Coin قابل شارژ در کارت مشتری در سیستم، بسته به محصول خریداری شده در گروه های کالایی مختلف با ضرایب مختلف و تاثیر متفاوت آنها در اعتبار مشتری.
- **Coin Use** : امکان استفاده از Coin مجموعه با ارائه کارت اعتباری مجموعه و رمز به صورت حضوری در مراجعات بعدی مشتری یا اشخاص دیگر ارائه دهنده کارت مشتری .
- **Coin Use** : امکان استفاده از Coin مجموعه در مراحل توسعه بعدی به صورت آنلاین با ارائه کد اعتباری مجموعه و رمز در درگاههای آنلاین فروش مجموعه .
- **Coin Use** : امکان استفاده از Coin مجموعه در مراحل توسعه بعدی در ابرباشگاهها با ارائه کارت، یا کد اعتباری مجموعه و رمز در درگاههای آنلاین یا کارتخوان های خارج از مجموعه.
- **ضریب فصل خرید** : امکان سیاستگذاری متفاوت low Season و High Season به صورت رویداد و تاثیر متفاوت در شارژ اعتبار کارت مجموعه مشتری بسته به فصول مختلف تقاضا.

➤ سیستم **Event Management** شامل:

- تعاریف رویداد :

- رویدادهای همگانی.
- رویدادهای برند مجموعه Brand Event.
- رویدادهای تقویم اختصاصی مشتری.
- رویدادهای CEM (مدیریت تجربه مشتری شامل :
First Sale , Missing ,)
- رویدادهای Network Marketing
- رویدادهای اصل پارتو :
- گروه بندی داده های مشتریان براساس پروفایل شغلی.
- گروه بندی داده های مشتریان براساس منطقه جغرافیایی
- رویدادهای اینستاگرام.
- رویدادهای شبکه های اجتماعی.
- رویدادهای جشنواره

- اطلاع رسانی :

- اطلاع رسانی از طریق sms،
- ، e_mail
- پنل شخصی هر مشتری در پرتال سیستم بر روی وب سایت مجموعه (در صورت فعال بودن سامانه پرتال سمت وب سایت مشتری مهندسی فروش)
- امکان لینک شدن با سیستم Call Center در صورت وجود زیرساخت و افزونه مربوطه سمت Call Center
- امکان استفاده از پیامهای تولید شده برای ارسال در شبکه های اجتماعی مشتریان.

- Offer Management :

- limited Time Credit
- RANK +
- Credit per Target
- Credit per Service
- Gift/Service

➤ سیستم **Network Marketing** :

- شناسایی مشتریان معرف .
- کد معرفی.
- مزایای معرفی شونده در اذای داشتن معرف معتبر.
- اختصاص اعتبار (Coin) **Network Marketing** به هریک از مشتریان معرفی کننده مشتری جدید به مجموعه پس از ثبت نام مشتری معرفی شده و تسویه مالی معرفی شونده، با در نظر گرفتن موارد حقوقی، شرایط، و سیاستهای مجموعه در شیوه نامه مربوطه.
- امکان شارژ اعتبار **Network Marketing** معرف به اذای n بار تسویه معرفی شونده و یا بازه زمانی از اولین پذیرش معرفی شونده.
- تعریف رویدادهای **Network Marketing** به صورت فصلی و شیوه نامه مربوط به رویدادهای **Network Marketing**.

➤ **گراف عادت** : محاسبه گراف عادت مشتری بر اساس n بار آخر خرید از مجموعه .

- سیستم **Missing** : سیستم **Missing** مشتری براساس انحراف از گراف عادت خرید مشتری از مجموعه در N بار آخر پرداخت با %T تلورانس تحمل و دادن خروجی اتوماتیک به سیستم رویداد CEM و اختصاص آفر خودکار به مشتریان مربوطه.

➤ **رضایت سنجی** :

- (در صورت فعال بودن سامانه پرتال سمت وب سایت مشتری مهندسی فروش)
- **رضایت سنجی از فرآیند خرید و تحویل** پس از پایان خرید مشتری.
- به صورت ارسال متن حاوی لینک آنلاین اختصاصی شده رضایت سنجی مشتری از فرآیندهای خرید و تحویل در دو مرحله:
- مرحله اول میزان رضایت کلی از فرآیند خرید و تحویل در قالب انتخاب گزینه های **عالی** ، **خوب** ، **متوسط** ، **ضعیف**، **ناراضی** و تولید خودکار و لحظه ای گزارشات درصد رضایت مندی مشتریان در لحظه.
- مرحله دوم، تشخیص هوشمند طیف انتخاب شده راضی یا ناراضی و انتخاب آسان دلیل ناراضیتی یا رضایتمندی به صورت پارامتریک و **Box** ورود نظرات، انتقال خودکار رضایتمندی به پروفایل هر مشتری.

- **رضایت سنجی از کیفیت محصول استفاده شده** در بازه زمانی چند ماه پس از پایان خرید مشتری.
- به صورت ارسال متن حاوی لینک آنلاین اختصاصی شده رضایت سنجی مشتری از کیفیت محصول دریافت شده در دو مرحله:
- مرحله اول میزان رضایت کلی از کیفیت محصول دریافت شده در قالب انتخاب گزینه های عالی، خوب، متوسط، ضعیف، ناراضی و تولید خودکار و لحظه ای گزارشات درصد رضایت مندی مشتریان در لحظه.
- مرحله دوم، تشخیص هوشمند طیف انتخاب شده راضی یا ناراضی و انتخاب آسان دلیل ناراضیتی یا رضایتمندی به صورت پارامتریک توسط شخص مشتری و **Box** ورود نظرات، انتقال خودکار رضایتمندی به پروفایل هر مشتری.

➤ **Gift Card:**

- **Gift Card** با امکان خرید زود هنگام با شارژ هدیه مازاد توسط مجموعه و برای هدیه دادن به دیگران، در هنگام مصرف مانده اعتبار در کد هدیه گیرنده شارژ می گردد.
- امکان تولید کدهای تخفیف درصدی و کدهای اعتباری با مبلغ مشخص با مدت زمانی مشخص و قابلیت یک بار یا چند بار مصرف برای ارگانها، شرکتهای و سازمانهای مورد مارکتینگ مجموعه.

➤ **سناریو رفتار با مشتری Market Story (مدیریت دانش):**

- تعریف شرح وظیفه های متفاوت در قبال انواع مشتریان یا مشتری خاص و اعلام شرح وظیفه به پرسنل فروش در پروفایل مشتری.
- تدوین سناریو های رفتار با مشتری توسط پرسنل جاری و استفاده در شیوه نامه مارکت استوری.
- سرفصلهای مدیریتی دانش

➤ **پروفایل مشتری :**

- به اداء هر مشتری در پروفایل شخصی نتایج لحظه ای رضایت سنجی Update می گردد.
- نمودار عادات محصولی براساس تکمیل تجربه مشتری در مجموعه و اطلاعات دریافتی از سیستم، به اداء هر مشتری در پروفایل شخصی ایشان تکمیل می گردد

- سوابق خرید و اعتبارهای دریافتی از پرداخت و سوابق معرفی هر مشتری در پروفایل ثبت می شود.
- هر مشتری در پروفایل Time Line خصوصیات اخلاقی دارد که در موارد خاص قابل ثبت می باشد.

سرفصلهای سطح B2B :

- **تعریف لایه های مختلف B در سطوح :**
 - نماینده فروش
 - مشتری عمده
 - Dealer
- **B Customer Coding :** اختصاص کد مجزا و رمز منحصر بفرد به هر مشتری نماینده فروش یکپارچه با کد منحصر بفرد در سیستم فروش و مالی مجموعه .
- **B Ranking :** بر اساس گردش مالی در بازه زمان یا تعداد انجام خرید در بازه زمانی مشخص به صورت منحصر بفرد هر مشتری، محاسبه اتوماتیک Rank مشتری پس از تسویه مالی کالا یا محصول دریافت شده.
- **ضریب گروه محصول در Ranking :** محاسبه Rank مشتری B در سیستم ، بسته به محصول خریداری شده گروه های کالایی مختلف با ضرایب مختلف و تاثیر متفاوت آنها در Rank مشتری.
- **(در صورت وجود پرتال B) پنل اختصاصی هر مشتری B :** امکان صدور کد هوشمند و رمز مربوط برای هر فروشگاه B .
- **B Coin :** محاسبه اتوماتیک شارژ اعتبار به صورت Coin در کد هر مشتری پس از هر تسویه و پرداخت مشتری .
- **ضریب محصول در B Coin :** محاسبه Coin قابل شارژ در کد مشتری B در سیستم ، بسته به محصول خریداری شده در گروه های کالایی مختلف با ضرایب مختلف و تاثیر متفاوت آنها در اعتبار مشتری.
- **Coin Use :** امکان استفاده از B Coin در خریدهای بعدی مربوط به تسویه شده ها.

- **B Coin Use** : امکان استفاده از B Coin مجموعه در مراحل توسعه بعدی به صورت سفارشات آنلاین B با ارائه کد اعتباری مجموعه و رمز در درگاههای آنلاین فروش مجموعه.
- **Coin Use** : امکان استفاده از Coin مجموعه در مراحل توسعه بعدی در ابرباشگاهها با ارائه کارت، یا کد اعتباری مجموعه و رمز در درگاههای آنلاین یا کارتخوان های خارج از مجموعه.
- **ضریب فصل خرید** : امکان سیاستگذاری متفاوت low Season و High Season بر اساس موارد ماهانه، هفتگی و حتی ساعاتی از روز. به صورت رویداد و تاثیر متفاوت در شارژ اعتبار کد B مشتری بسته به فصول مختلف تقاضا.

➤ سیستم B2B Event Management شامل:

- تعاریف رویداد :

- رویدادهای همگانی.
- رویدادهای برند مجموعه Brand Event.
- رویدادهای تقویم اختصاصی هر فروشگاه.
- رویدادهای CEM (مدیریت تجربه مشتری شامل :
- First Sale , Missing ,
- رویدادهای Network Marketing
- رویدادهای اصل پارتو B به صورت تفکیک از C :
- گروه بندی داده های مشتریان براساس پروفایل شغلی.
- گروه بندی داده های مشتریان براساس منطقه جغرافیایی
- رویدادهای اینستاگرام.
- رویدادهای شبکه های اجتماعی.
- رویدادهای جشنواره

- اطلاع رسانی :

- اطلاع رسانی از طریق sms،
- e_mail ،
- پنل شخصی هر مشتری در پرتال سیستم بر روی وب سایت مجموعه (در صورت فعال بودن سامانه پرتال B2B سمت وب سایت مشتری مهندسی فروش)

- امکان لینک شدن با سیستم Call Center در صورت وجود زیرساخت و افزونه مربوطه سمت Call Center

- Offer Management :

- limited Time Credit
- RANK +
- Credit per Target

➤ سیستم Network Marketing :

- شناسایی مشتریان معرف .
- کد معرفی.
- مزایای معرفی شونده در اذای داشتن معرف معتبر.
- اختصاص اعتبار (Coin) B2B Network Marketing به هریک از فروشگاههای معرفی کننده فروشگاه جدید به مجموعه پس از ثبت نام مشتری معرفی شده و تسویه مالی معرفی شونده، با در نظر گرفتن موارد حقوقی، شرایط، و سیاستهای مجموعه در شیوه نامه مربوطه.
- امکان شارژ اعتبار Network Marketing معرف به اذای n بار تسویه معرفی شونده و یا بازه زمانی از اولین پذیرش معرفی شونده.
- تعریف رویدادهای Network Marketing به صورت فصلی و شیوه نامه مربوط به رویدادهای Network Marketing.

➤ گراف عادت : محاسبه گراف عادت مشتری بر اساس n بار آخر خرید از مجموعه .

- **سیستم B Missing :** سیستم Missing مشتری براساس انحراف از گراف عادت خرید مشتری از مجموعه در N بار آخر پرداخت با %T تلورانس تحمل و دادن خروجی اتوماتیک به سیستم رویداد CEM و اختصاص آفر خودکار به مشتریان مربوطه.

➤ رضایت سنجی B2B:

- (در صورت فعال بودن سامانه پرتال B2B سمت وب سایت مشتری مهندسی فروش)
- رضایت سنجی از فرآیند خرید و تحویل پس از پایان خرید مشتری.
- به صورت ارسال متن حاوی لینک آنلاین اختصاصی شده رضایت سنجی مشتری از فرآیندهای خرید و تحویل در دو مرحله:
- مرحله اول میزان رضایت کلی از فرآیند خرید و تحویل در قالب انتخاب گزینه های عالی ، خوب ، متوسط ، ضعیف، ناراضی و تولید خودکار و لحظه ای گزارشات درصد رضایت مندی مشتریان در لحظه.
- مرحله دوم، تشخیص هوشمند طیف انتخاب شده راضی یا ناراضی و انتخاب آسان دلیل ناراضیتی یا رضایتمندی به صورت پارامتریک و Box ورود نظرات، انتقال خودکار رضایتمندی به پروفایل هر مشتری.
- رضایت سنجی از کیفیت محصول استفاده شده در بازه زمانی چند ماه پس از پایان خرید مشتری.
- به صورت ارسال متن حاوی لینک آنلاین اختصاصی شده رضایت سنجی مشتری از کیفیت محصول دریافت شده در دو مرحله:
- مرحله اول میزان رضایت کلی از کیفیت محصول دریافت شده در قالب انتخاب گزینه های عالی ، خوب ، متوسط ، ضعیف، ناراضی و تولید خودکار و لحظه ای گزارشات درصد رضایت مندی مشتریان در لحظه.
- مرحله دوم، تشخیص هوشمند طیف انتخاب شده راضی یا ناراضی و انتخاب آسان دلیل ناراضیتی یا رضایتمندی به صورت پارامتریک توسط شخص مشتری و Box ورود نظرات، انتقال خودکار رضایتمندی به پروفایل هر مشتری.

➤ سناریو رفتار با مشتری Market Story (مدیریت دانش):

- تعریف شرح وظیفه های متفاوت در قبال انواع مشتریان یا مشتری خاص و اعلام شرح وظیفه به پرسنل فروش در پروفایل مشتری.
- تدوین سناریو های رفتار با مشتری توسط پرسنل جاری و استفاده در شیوه نامه مارکت استوری.
- سرفصلهای مدیریت دانش

➤ پروفایل مشتری B :

- به اداء هر مشتری در پروفایل شخصی نتایج لحظه ای رضایت سنجی Update می گردد.
- نمودار عادات محصولی براساس تکمیل تجربه مشتری در مجموعه و اطلاعات دریافتی از سیستم ، به اداء هر مشتری در پروفایل شخصی ایشان تکمیل می گردد
- سوابق خرید و اعتبارهای دریافتی از پرداخت و سوابق معرفی هر مشتری در پروفایل ثبت می شود.
- هر مشتری در پروفایل Time Line خصوصیات اخلاقی دارد که در موارد خاص قابل ثبت می باشد.
- هر مشتری در پروفایل Time Line خصوصیات اخلاقی دارد که در موارد خاص قابل ثبت می باشد.

➤ پرتال مشتریان سمت وب B فروشگاه ، Dealer و مشتری C (روی وب سایت مجموعه) یکپارچه با سیستم مهندسی فروش

- پنل کاربری اختصاصی هر مشتری با کد و رمز اختصاصی.
- امکان تکمیل فرم برروی پرتال توسط خود مشتری.
- امکان ارسال لینک ورود به پنل اختصاصی هر مشتری از طریق پیامک، دایرکت اینستاگرام ، واتساپ یا سایر شبکه های اجتماعی و ارسال نام کاربر و رمز عبور اختصاصی هر مشتری.
- دسترسی به اعتبارات و رتبه و سوابق خرید و خدمات در پنل هر مشتری.
- آفرهای اختصاصی مربوط به هر مشتری.
- رویدادهای همگانی و اختصاصی هر مشتری.
- امکان ارسال لینک رضایت سنجی و ثبت در پنل اختصاصی هر مشتری.
- فرم های مرتبط.
- امکان ویرایش فرم اطلاعات شخصی در پنل هر مشتری و درج و اصلاح در پایگاه داده مرکزی.

سیستم های مکمل یکپارچه با سیستم مهندسی فروش :

➤ سیستم جامع بازاریابی Marketing :

➤ هر بازاریاب مجموعه ، در سیستم کد مجزا و منحصر بفرد می گیرد.
➤ هر بازاریاب از طریق کد و رمز خودش می تواند وارد پنل بازاریابی خودش بشود و به ثبت موارد بازاریابی روزانه به صورت آنلاین پردازد.

➤ امکان ثبت پیگیریهای روزانه هر یک از کد مشتری های مربوط به بازاریاب در هر لحظه، خارج از مجموعه و به صورت آنلاین در پنل اختصاصی هر بازاریاب.

➤ امکان تفکیک مشتریان مجموعه بر اساس پارامترهای زیر به منظور تعریف اکشنهای اطلاع رسانی، رویداد و پیگیری:

- منطقه جغرافیایی

- نوع گروه محصول مورد نیاز.

- نوع روش آشنایی

- شبکه های اجتماعی : Instagram, Whatsap, Telegram, Linkedin

- شغل

- میزان تحصیلات

- رده سنی

➤ امکان استفاده از داده های مختلف سیستم مهندسی فروش و تعریف اطلاع رسانی های مختلف اتوماتیک و اختصاص رویدادها و آفرهای مختلف به گروههای مختلف در هر رویداد.

➤ امکان گزارش گیری پیگیریهای بازاریابان توسط مدیر بازاریابی

➤ رتبه بندی بازاریاب های مجموعه براساس امتیاز دریافت شده از هر تبدیل مشتری بالقوه به فروش

➤ محاسبه پورسانت بازاریابی از تبدیل امتیازات و جمع و برداشت در بازه های ماهانه یا هفتگی.

➤ جداول ثبت پیگیری توسط بازاریاب به صورت دورکاری و آنلاین.

➤ تشکیل لیست مشتریان آزاد (توسط خود مجموعه یا ورود از مرکز تماس) و امکان انتخاب مشتری از لیست مشتریان آزاد یا ثبا اولیه توسط بازاریاب.

➤ امکان اختصاص و دسته بندی مشتریان بین بازاریابان براساس سوابق یا تخصص و ...