

## "פתרון עסקי אינו מתחיל בברזלים או בשורות קוד.

הוא נובע מפילוסופיה עסקית, שלתוכה יצקנו את הפתרון הטכנולוגי והניהולי שילווה אותך לעשור הבא"

חוסנו וצמיחתו של ארגון מבוססים על יכולתו **לגדול ולשמור** על לקוחותיו. חברת **Syata** פיתחה עם השנים פילוסופיה ארגונית מהמובילות בתחום ניהול קשרי לקוחות חווית לקוח, מנגנוני מכירה, שירות ותמיכת לקוחות. המטרה הינה ש-**Syata CRM** תשמש את הארגון כמנוע צמיחה ושימור על הקיים ו**תאפשר את מדידת התכנים** למינוף ולא רק ככלי הישרדותי.

הפלטפורמה כוללת אלמנטים ייחודיים ומהותיים לפתרון מקיף הדרוש לצמיחה עסקית, כגון: מנוע פילוח, טלמרקטינג – Contact Center, הקפצת מסך, מרכזית IP, (Computer Telephony Integration) CTI, שילוב מלא, יכולות התממשקות למערכות חוצות ארגון, בקרה ושליטה.

תקציר הנקודות המייחדות את המוצר המאפשרות יתרון למשתמש ייחודיות עסקית בפעילות המוקד:

### **נוצמות Syata CRM:**

- כרטיס לקוח כולל היסטוריית התקשרויות ופעילויות, מוצרים, מערך פגישות

#### **מנוע ייבוא נתונים:**

בעזרת מנגנון הייבוא ניתן לייבוא נתונים באופן מאוד פשוט ע"י מיפוי השדות, הייבוא מבצע את הפעולות הבאות: בדיקת חוקיות של הנתונים כמו (טלפון, כתובת מייל, תעודת זהות) בדיקת כפילויות של הנתונים כמו (טלפון, תעודת זהות, מייל, מספר חברה, שם חברה..)

#### **1. טיוב נתונים:**

המערכת מעדכנת את שמות הערים לפי טבלת ערים ומשנה את הערים שנכתבו בקיצור כמו ב"ש ל- באר-שבע או שמות שנכתבו עם טעות איות כמו ירושלם ל- לירושלים. למערכת מנגנוני לוגיקה שמונעים הזנת נתונים לא מטוייבים, וכפולים.

#### **2. מנוע פילוח רב עוצמה:**

גמישותו ואיתנותו של מנוע הפילוח מאפשרת לחברה להחליט **בדיוק רב איזה Data** היא צריכה לפלח מתוך הארגון על מנת להציע את המוצר הנכון ביותר בזמן הנכון ללקוח הנכון. עם יכול גמישות בקביעת הפרמטרים המובילים לתוצאות מכירה מדייקות. כיצד ומתי לחזור אל לקוחות עם סטאטוס סיום שונה כמו "יקר לי", מנוי בחברה אחרת ... הנתונים יועבדו בזמן אמת ויצגו בקמפיינים הנדרשים ללא כל פעולה ממנהל המוקד.

**המנוע מאפשר לבצע פילוח מדויק, לפי התכונות והחתיכים הרצויים ולהתמקד בלקוחות לצורך קמפיינים בזמן אמת.**



- **ארכיון מסמכים:**

- יכולת לנהל את מסמכי החברה באופן אלקטרוני
- לשלוח מסמכים במייל מהארכיון.
- לשתף מסמכים בארגון
- יכולת לאתר מסמכי לקוח וטפסים בקלות רבה.

- **מנגנון ניהול קמפיינים וטלמרקטינג רב עוצמה**

- סרגל התנגדויות
- אופציה לממשקים למרכזיה, למערכות עוטפות ומערכות Legacy
- מערכת Business Intelligent אינטגרלית
- אופציה לתמיכה באתרים מבוזרים וניהול מרכזי
- הוספת שדות דינאמיים תמיכה בהיבטים פיננסיים:
  - הגדרת יעדי מכירות
  - הקצאת משאבים
  - מערכת הזמנות ותשלומים מותאמת לאפיון הלקוח
  - ניהול מלאי מתנות למוצרים שונים
- הדרכה והטמעה מהירה
- פתרון (CRM, CTI, BI,) All In One

**עוצמות המערכת יעניקו לחברה**

**כלי צמיחה עסקי, שיעצים את התוצאות העסקיות**

**ויגביר את הקשר עם קהל הלקוחות**

## מנגנון לקליטת לידים מדפי נחיתה:

דף נחיתה מיועד לייצר פניות על בסיס קבוע מלקוחות שמחפשים את השירות באינטרנט. מטרתו של דף הנחיתה היא לייצר אינטראקציה מיידית עם לקוח שמתעניין בשירות מבלי "להעמיס" עליו מידע. הלקוח הפוטנציאלי מקבל מספר פרטים מסקרנים בדף נחיתה ומבצע פעולה של יצירת קשר באמצעות השארת פרטים בטופס ליצירת קשר. מיד עם הזנת הנתונים בדף הנחיתה מערכת הקליטה מקבלת את הליד ומזינה אותו אל מערכת ה-CRM. המערכת מציעה:

- גמישות בטבלת קליטת הלידים ושדות הנתונים בעזרת מייל.
- חלוקת הלידים יכולה להיות אוטומטית
- חלוקה לידים של כל הקודם זוכה
- חלוקת לידים מבוקרת חלוקה ידנית שמתבצעת על ידי המנהל לכל נציג ונציג
- המערכת מסכמת את הלידים שהגיעו מכל ספק
- מאפשרת צפייה וניתוח סטאטוס הסיום לכל שיחה
- מסך מנהל לניתוח הפעילות בחתך ספק, קמפיין, מוצר, נציג...
- אפשרות לייצוא הנתונים ל-XLS.

## משלוח מסרונים

מודול המסרונים מאפשר משלוח הודעות באופן גורף או ממוקד עם יכולת חיווי מהלקוח והזנת התשובה אל הקמפיין באופן מידי. ניתן לשלוח מסרונים מתיק לקוח, מסך הזמנות, לקבוצה באופן גורף עם יכולת מענה למסרון. המענה נקלט במערכת ומזינה אותו אל מערכת ה-CRM. המערכת מציעה:

- לכל אלה שהחזירו מענה של מעוניין תתבצע חלוקת מסרונים באופן אוטומטית
- חלוקת מסרונים של כל הקודם זוכה
- חלוקת מסרונים מבוקרת חלוקה ידנית שמתבצעת על ידי המנהל לכל נציג ונציג
- המערכת מסכמת את המסרונים שהגיעו מהלקוחות עם המענה כמו, כמות שענו מעוניין, לא מעוניין, הסר..
- מאפשרת צפייה וניתוח סטאטוס הסיום לכל שיחה המשויכת לבעל המסרון.
- אפשרות לייצוא הנתונים ל-XLS.

## נציגים עם יכולות וכישורים (Skill base)

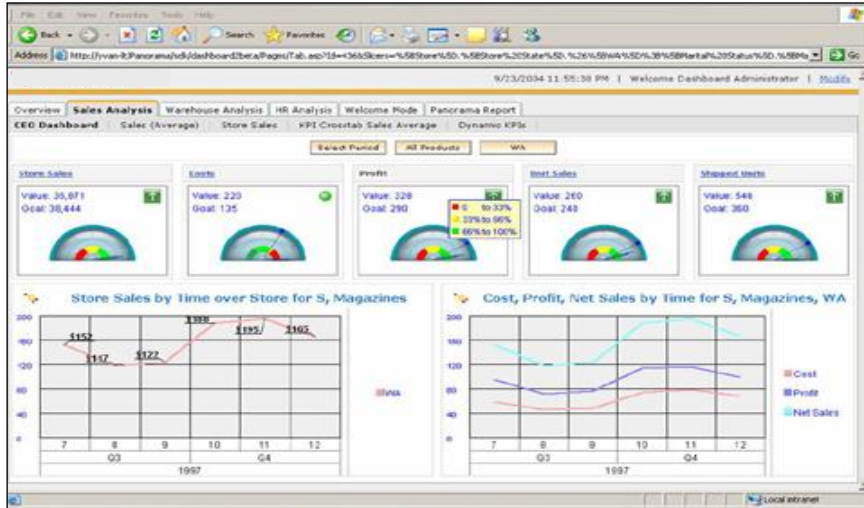
**כרטיס לקוח** - כרטיס לקוח כולל את מלוא המידע לגבי הלקוח, וכל התכתובות אשר בוצעו בעבר, לדוגמא: הזמנות, חשבונות, מכתבים, דואר אלקטרוני, פקס, טלפון. מידע זה מאורגן ב"תמונת 360 מעלות". בנוסף, קיימת גישה לחיוג ממסך המערכת ע"י ה- Softphone לחיוג מהיר

3. **חייגן** Preview, Progresses **מובנה בתוך המערכת ללא צורך בחומרה** Soft Dallier
4. **הקפצת מסך לקוח (על ידי ממשק למרכזיה)**
5. **הקלטת שיחות** ושיוכם ישירות לתיק הלקוח (רק הנתיב לא ההקלטה פיזית)
6. **מערך הזמנות**
7. **מסך פלזמה שמציג את נתוני הפעילות עם יכולת לשנות צלילים הקפצת תמונת הנציג...**
8. **Business Intelligence (BI) ומחולל דוחות**

המערכת מאפשרת בניית קוביות תלת ממידיות של מידע למדידת תכנים והצגתם ב- Dashboard

- KPI (Key Performance Indicators)
- הצלבת ערכים של הכנסות מול הוצאות

- תכנון פעילות המוקד מול ביצוע
- תכנון מול צפי לפי קמפיין



רצ"ב דוגמאות דוחות ממערכת ה-BI של סייעתא תוכנה

דוח יעדי מכירות : דוח מכירות ביחס לכמות השיחות עם יעד יומי של המוקד.

KPI

KPI  
ערך: 132 יעד: 100

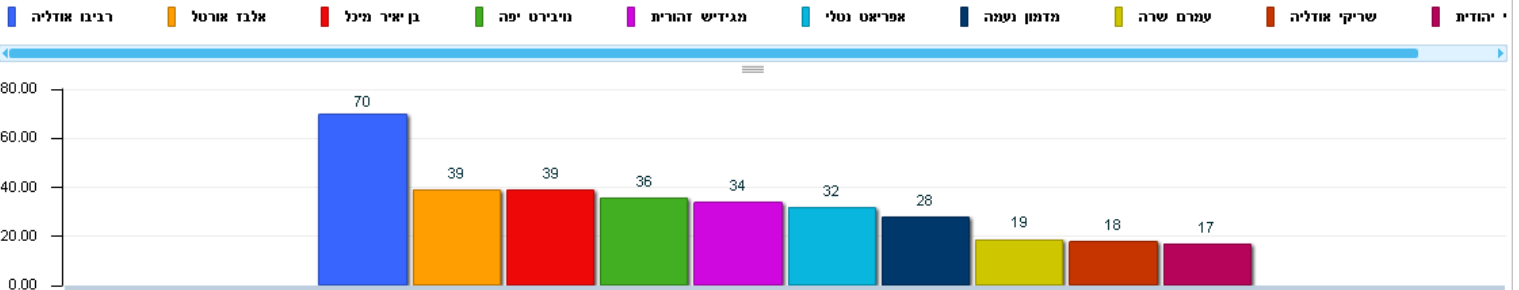


KPI

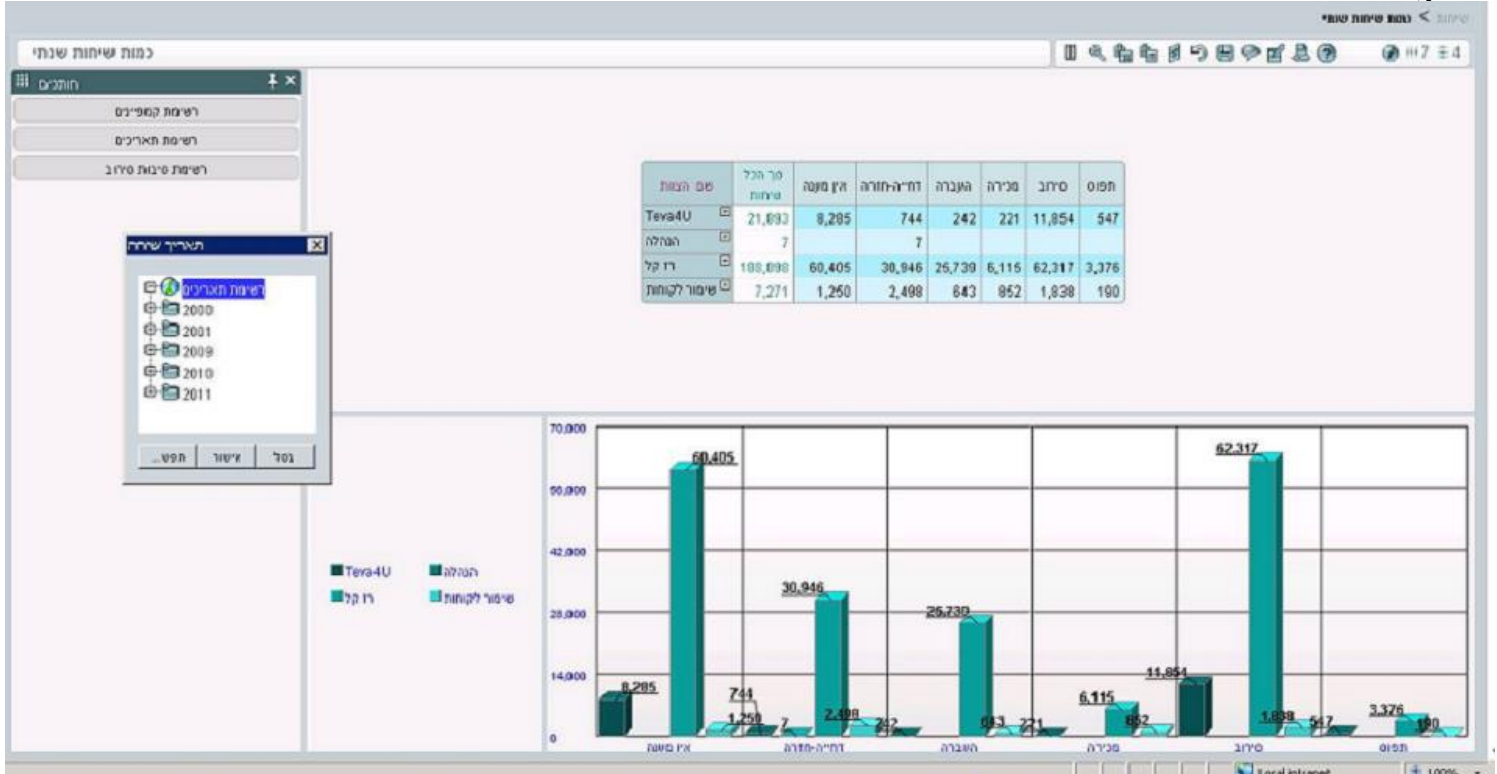
מכירות חודשי מול יעד  
ערך: 2,008 יעד: 2,070



ערכים עבור נציג



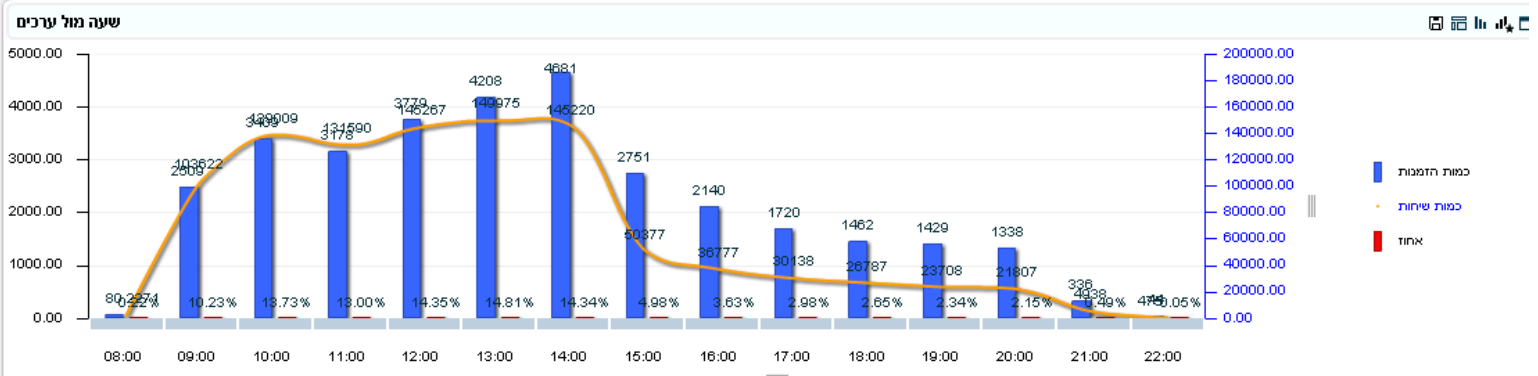
**דוח סטאטוס וכמות השיחות : שמקף את התפלגות סיומות השיחה אל מול הלקוח, שים לב במקום שמסומן + ניתן לרדת לרמת הנציג. לדוח קיימים מימדים של:**  
**קמפיין: על משיכה של המימד אל הצוות ניתן לראות את התפלגות לפי קמפיינים**  
**מימד הזמן : על ידי משיכה של המימד אל הקמפיינים הצוות הנציג ניתן לראות את ההתפלגות לפי זמן יום, חודש, רבעון, שנה...**



**דוח בקרת שיחות : שמקיף את התפלגות של משכי הזמן של עבודת הנציג בעמדה.**

שם נציג	כמות שיחות	זמן עבודה ברוטו	זמן שיחות נטו	זמן בהפסקה
קודרבץ אנסטסיה	1,344	143.01	64.81	1,537.37
סטרואשולי רויטל	5,257	1,800.13	268.71	457.80
בניטה בת אל	1,815	600.19	36.67	421.50
אזיקרי קובי	21	9.77	0.32	360.79
לגריטי לרון	5,703	572.30	125.11	253.57
שביס אוהד	22	5.29	0.29	166.85
אדריאן יסמין	14,034	1,340.31	523.47	102.06
זוהר נטלי	7,395	744.33	271.23	94.99
מרגיע כהן אוסנת	1,622	260.26	57.67	83.50
צרי תמי	480	124.86	11.59	53.45
אדיווב תמי	5,754	247.74	131.62	9.65

דוח פרודוקטיביות בציר הזמן : שמקף את התפלגות של משכי הזמן של עבודת הנציג בעמדה אל מול המכירות בציר הזמן. לדוח קיימים מימדים של:קמפיין: על משיכה של המימד אל הצוות ניתן לראות את התפלגות לפי קמפיינים מימד השיחות : כמות השיחות שבוצעו ותוצאות המכירה בלבד על ציר הזמן של משך היום. קמפיין: על משיכה של המימד אל ציר הזמן ניתן לראות את התפלגות המכירות את לפי קמפיינים בציר הזמן



שעה	01:00	02:00	03:00	04:00	05:00	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00
כמות המנות	5	3	3	5	2	3	1	80	2509	3409	3178	3779	4208	4681	2751	2140	1720	1462	1429	1338	336	44
כמות שיחות	66	50	41	35	36	31	55	2271	103622	139009	131590	145267	149975	145220	50377	36777	30138	26787	23708	21807	4938	475
אחוז	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.22%	10.23%	13.73%	13.00%	14.35%	14.81%	14.34%	4.98%	3.63%	2.98%	2.65%	2.34%	2.15%	0.49%	0.05%

## מערכת ה-CRM מסייעת לחברה:

- למדוד, להבין ולפעול לגבי תפקוד התאגיד על מחלקותיו.
- המערכת מאפשרת למדוד ביצועים, תכנים ואיכויות
  - איכות- מדידת רמת שירות עפ"י תפוקות כמותיות
    - שילוב של זמן, משך טיפול
    - מדידת האיכות במוקד הפרונטאלי, טלפוני
    - איכות הנציג
    - הצוות
    - המחלקה
  - זמנים
    - זמני טיפול באירועים
    - משך הטיפול באירוע
    - אירוע שזמן הטיפול חורג
  - בחינת התהליכים
    - אבחון בבעיות חוזרות
    - שיפור תהליכים
    - תקלות חוזרות

מערכת ה-CRM מאפשרת לארגון לדעת הכין הוא נמצא ולאן הוא רוצה להגיע!

