SOFTapp
INFORMATION SYSTEMS

Renault

MANUÁL

Marketing NV-CRM

Obsah

1 O modulu marketing 5
1.1 Menu marketingu 5
1.2 Statistika 6
1.3 Nastavení cílů 7
2 Kvalita databáze 8
2.1 Duplicita zákazníků 8
2.2 Neúplnost záznamů – zákazníci 8
2.3 Neúplnost záznamů - vozidla 10
3 Číselníky 10
3.1 Typy schůzek 10
3.2 Zdroje kontaktů 12
3.3 Typy uzavření OP 12
3.4 Blacklist 13
3.5 Texty 14
3.6 Cíle 15
4 Práce se zákazníkem 16
4.1 Číselník zákazníků 16
4.2 Karta obchodního partnera 17
4.3 Obchodní případ 19
4.3.1 Založení obchodního případu 20
4.3.2 Menu obchodní případy 22
4.3.3 Připárování nabídky/objednávky k existujícímu OP 23
4.3.4 Uzavření obchodního případu 24
4.4 Naplánování schůzky 24
4.5 Komunikace se zákazníkem 25
5 Prodejní proces 27
5.1 Zákazník „z ulice“ 27
5.1.1 Konfigurace v CSB 27
5.1.2 Nabídka v DMS Salon 27

5.1.3 Naplánování kontaktu po nabídce 28
5.1.4 Testovací/předváděcí jízda 29
5.1.5 Kontakt po testovací/předváděcí jízdě 30
5.1.6 Objednávka z nabídky v DMS Salon 31
5.1.7 Schůzka pozvání na předání a předání vozu 32
5.1.8 Předání vozu – výdej vozu v DMS Salon a uzavření obchodního případu 33
5.1.9 Kontakty v rámci poprodejní péče 33
5.2 Zákazník „z leadu“ 34
6 Práce se zákazníky 34
6.1 Filtrování zákazníků 34
6.2 Hromadné operace 35
6.2.1 Komunikace 36
7 Plánovač úkolů a schůzek 36
7.1 Kopie schůzek 40
7.2 Realizace schůzek 40
7.3 Upozornění na schůzky 42
7.4 Práce s provozovnami 43
7.5 Plánování na jiného uživatele 45
8 Úkolovník 46
8.1 Aktivace funcionality 46
8.2 Nastavení přístupových práv 46
8.2.1 Popis jednotlivých práv 47
8.3 Typy schůzek 49
8.4 Plnění plánu 50
9 Propojení modulů Marketing a Salon 51
9.1 Nastavení modulu Salon 51
9.2 Následný kontakt po nabídce 52
9.3 Odevzdání vozidla 53
9.4 Následný kontakt po prodeji vozidla 54
9.5 Uzavření obchodního případu 56

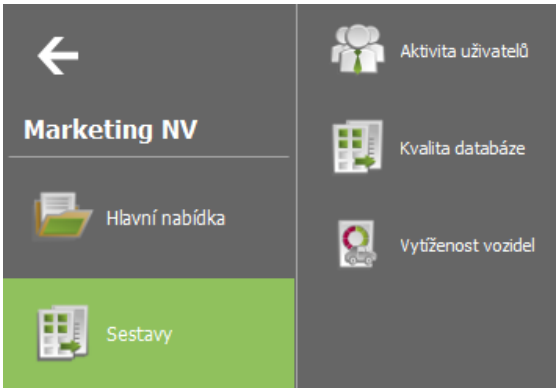
10 Leady 56
10.1 Zpracování leadu 57
10.2 Zapsání nové aktivity 58
10.2.1 Aktivita – Naplánovat schůzku 58
10.2.2 Jiná realizace 58
10.2.3 Typ kontaktu EMAIL 59
10.3 Historie 60
11 Potencionální zákazníci 60
11.1 Import seznamu 61
11.2 Smazání seznamu a potencionálního zákazníka 62
11.3 Blacklist 62
11.4 Přidání PZ do lokální kampaně 62
12 Lokální kampaně 63
12.1 Vytvoření kampaně 63
12.2 Editace kampaně 65
12.3 Smazání kampaně 65
12.4 Přidání členů 65
12.5 Zpracování kampaně 66
12.5.1 Postup při odeslání direct mailu 67
12.6 Historie kampaně 69
13 Zpětné kontaktování 70
13.1 Kontaktování telefonicky 71
13.2 Kontaktování SMS zprávou, e-mailem nebo direct mailem 71
13.3 Historie zpracování 73
13.4 Odložené volání 73
14 Sestavy 74
14.1 Vytíženost vozidel 74
15 Parametry 75
15.1 Globální parametry 75
15.2 Uživatelské parametry 77

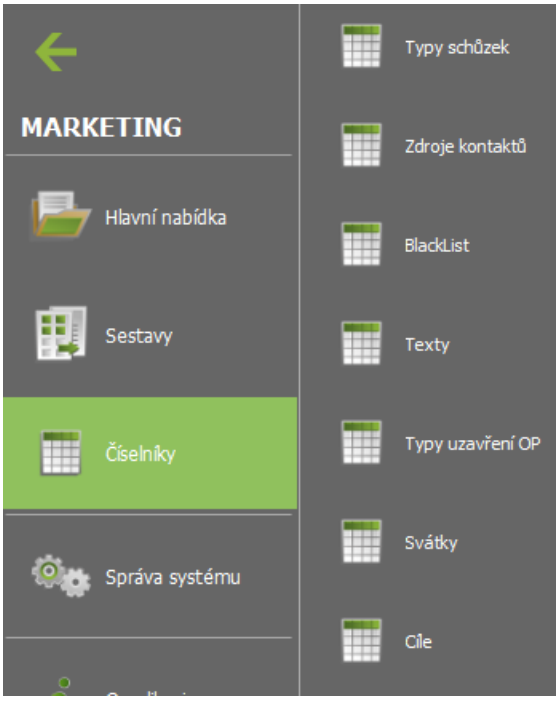
1 O modulu marketing

Modul Marketing je nový marketingový nástroj pro prodejce, call centra, recepci a servisní techniky. Modul umožňuje práci s jednotlivými zákazníky i skupinami zákazníků. Součástí programu je také přehledný plánovač pro plánování aktivit prodejců, call center a recepce. Pro vedoucí pracovníky je modul nástrojem pro sledování, kontrolu a vyhodnocení činnosti prodejců a telefonních operátorů. Součástí programu je i kontrola kvality databáze z hlediska obchodních partnerů a vozidel.

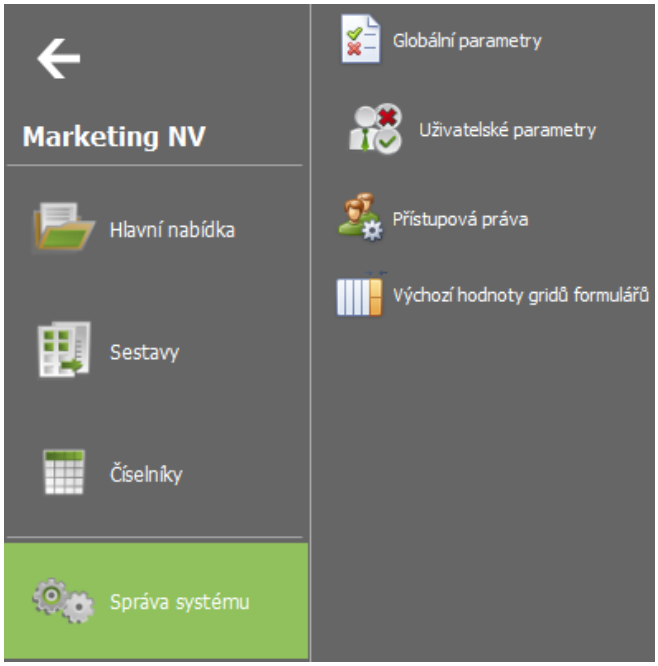
1.1 Menu marketingu

Menu modulu Marketing je snadné a přehledné. V hlavní nabídce naleznete všechny možnosti pro práci se zákazníkem. V sestavách najdete nástroje pro vyhodnocení zaměstnanců i databáze a vytíženost vozidel pro snadnější plánování předváděcích jízd. V nabídce číselníky naleznete jednotlivé číselníky. Mezi nejdůležitější číselníky patří typy schůzek, zdroje kontaktů a typy uzavření OP. Tyto tři číselníky jsou představeny dále v kapitole 3. Ve volbě o aplikaci postupně naleznete informace o novinkách v programu a ve volbě manuál naleznete celkový manuál modulu.



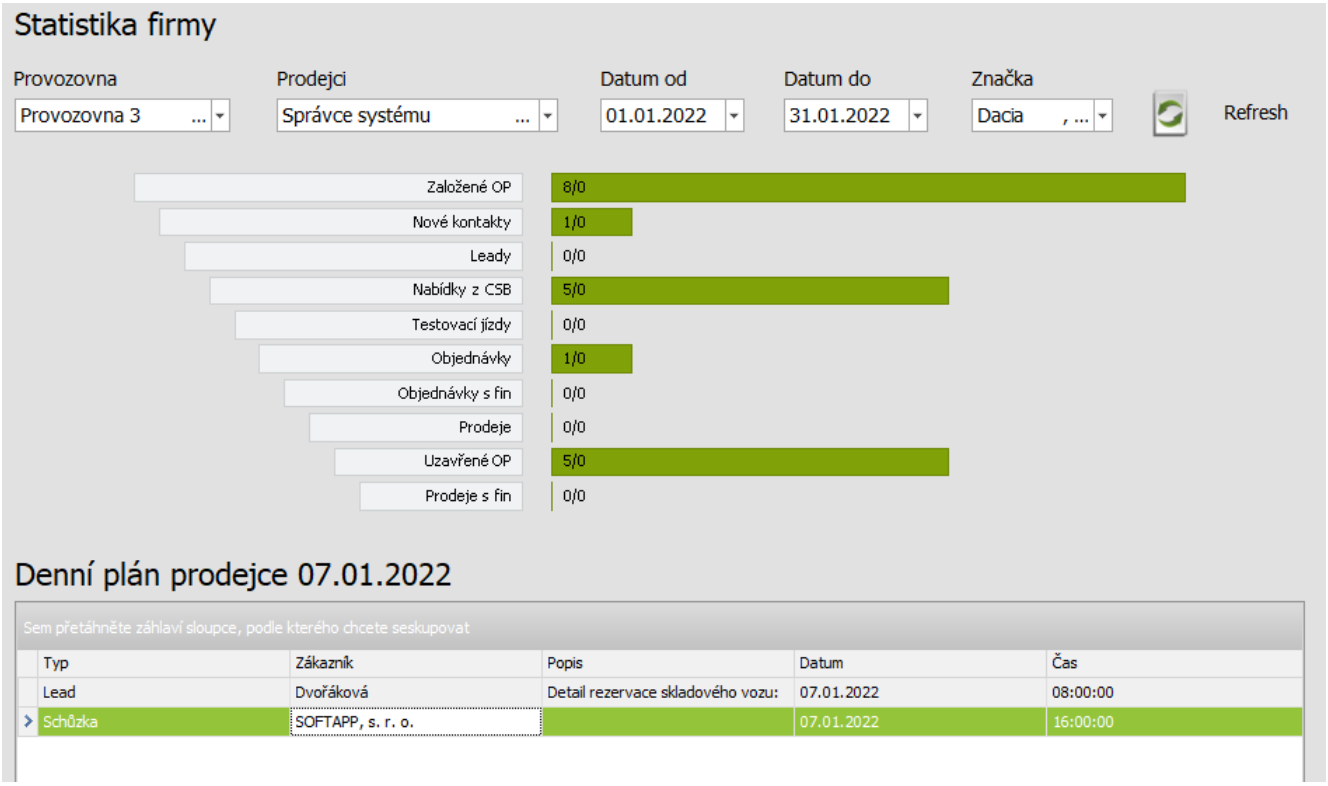


Ve volbě správce systému naleznete parametry pro nastavení programu a přístupová práva uživatelů. Také zde najdete možnost **výchozí hodnoty gridů formulářů** - slouží k resetování uživateli nastavených sloupců a velikostí polí, tedy vrátí program do původní podoby.



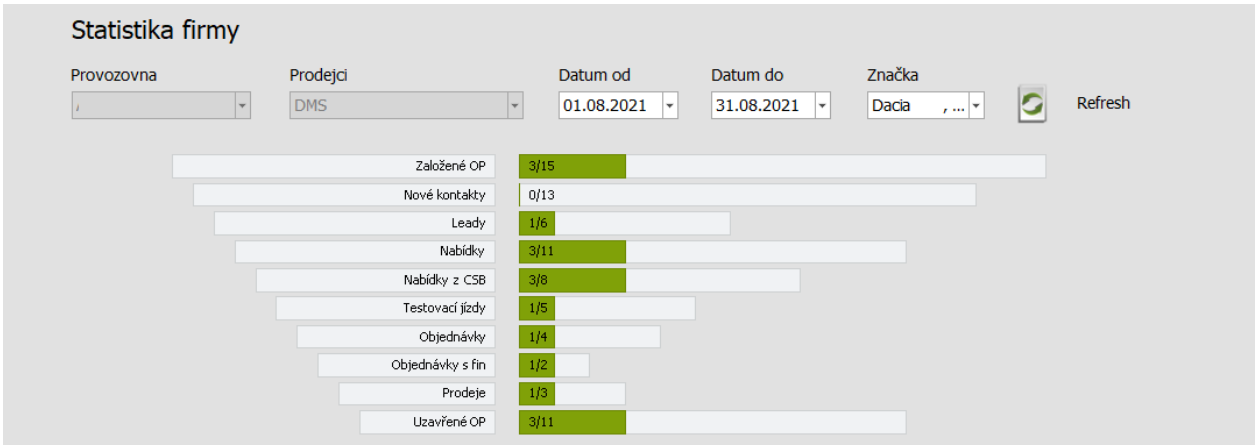
1.2 Statistika

Ve statistice nabízí modul Marketing sledování plnění cílů. Cíle lze sledovat dle provozoven, dle jednotlivých prodejců a za vybrané období a dle značky vozu. Běžný uživatel vidí ve statistice firmy své plnění cílů za zvoleného období a podle značky vozu. Pod statistikou firmy je denní plán prodejce, kde uživatel vidí naplánované aktivity na dnešní den a přiřazené leady. V denním plánu prodejce se uživateli zobrazí i připomenutí uzavřeného obchodního případu. Dvojklikem na konkrétním řádku se uživateli zobrazí detail záznamu.

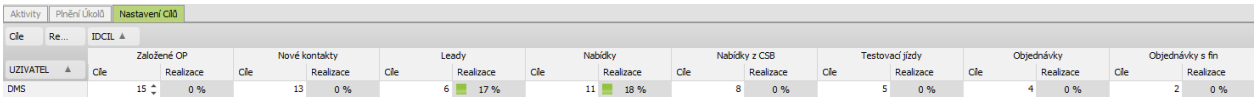


1.3 Nastavení cílů

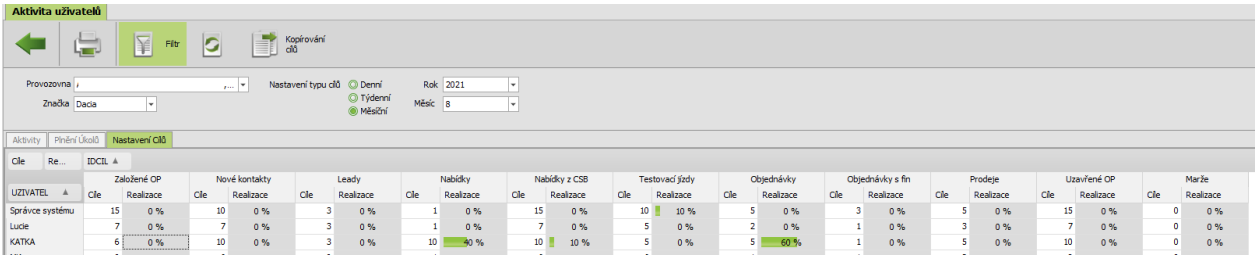
V modulu Marketing máte možnost nastavit cíle prodejců, které by měli za dané období naplnit, a plnění těchto cílů sledovat. Plnění cílů zahrnuje data ze Salonu i Marketingu a jejich sledování/kontrolu provádí vedoucí. Plnění cílů můžete sledovat na několika místech modulu Marketing. Prvním místem je volba *Statistiky*, kde naleznete marketingový trychtýř.



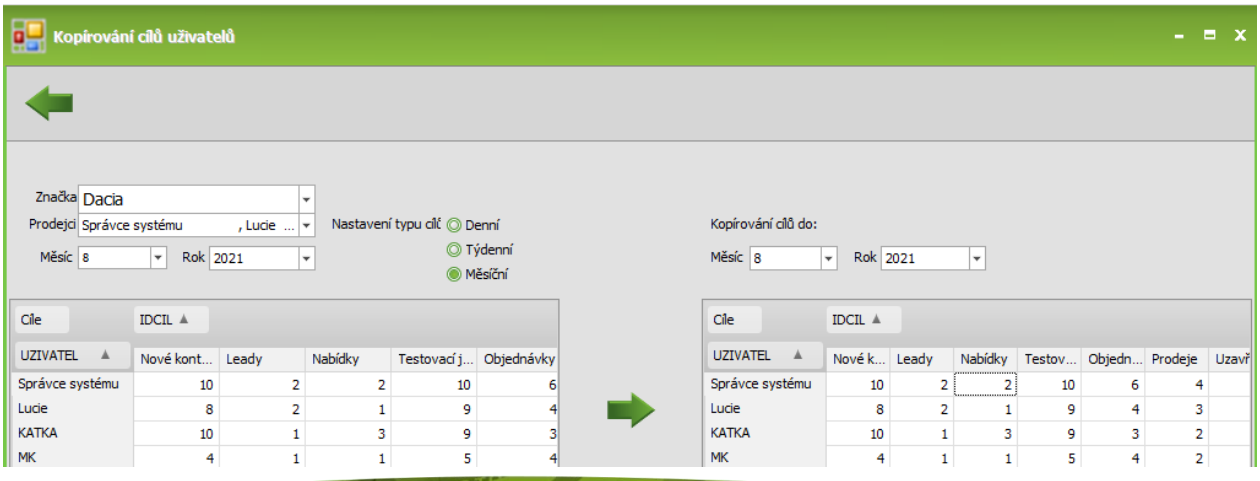
Druhým místem pro sledování plnění cílů je sestava *aktivita uživatelů*.



Nastavení cílů provádí oprávněná osoba, obvykle vedoucí prodeje, pro jednotlivé uživatele DMS. Nastavení provedete ve volbě *sestavy – aktivita uživatelů – nastavení cílů*. Cíle se nastavují pro jednotlivé části (aktivity) prodejního procesu. Cíle můžete nastavit různé pro jednotlivé značky a lze zadat denní, týdenní a měsíční cíle.



Do dalšího období můžete cíle nastavit ručně nebo překopírovat cíle uživatelů ze zvoleného období.

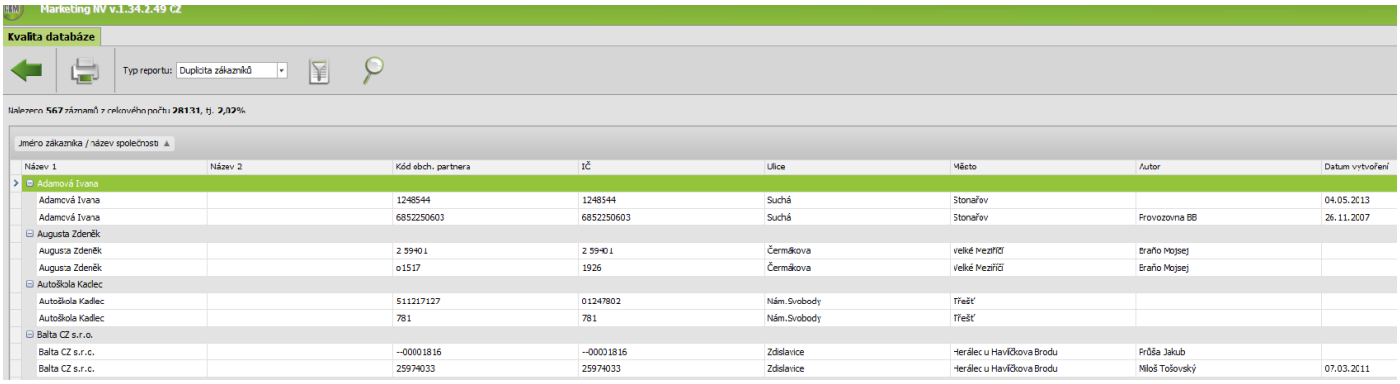


2 Kvalita databáze

Kvalita databáze a její udržování je jedním z podstatných úkolů každé společnosti. Aby bylo ověřování dobré hodnoty dat jednodušší, obsahuje nový modul Marketing několik voleb pro zjištění kvality databáze.

2.1 Duplicita zákazníků

U mnoha databází se stává, že obsahují jednoho klienta s různě navedeným jménem. Jelikož si přejete mít kvalitní data, je důležité vzniku těchto duplicit, triplicit a tak dále, předcházet. Případně pokud jsou již duplicitní záznamy v databázi přítomny, nabízí modul Marketing jednoduchý nástroj pro jejich zjištění.



Vícečetné záznamy mohou být problémem při odeslání kampaní - stejný email dorazí zákazníkovi z důvodu duplicity či triplicity atd. vícekrát, což není žádoucí, popř. toho stejného zákazníka může call centrum kontaktovat se stejnou záležitostí opakovaně.

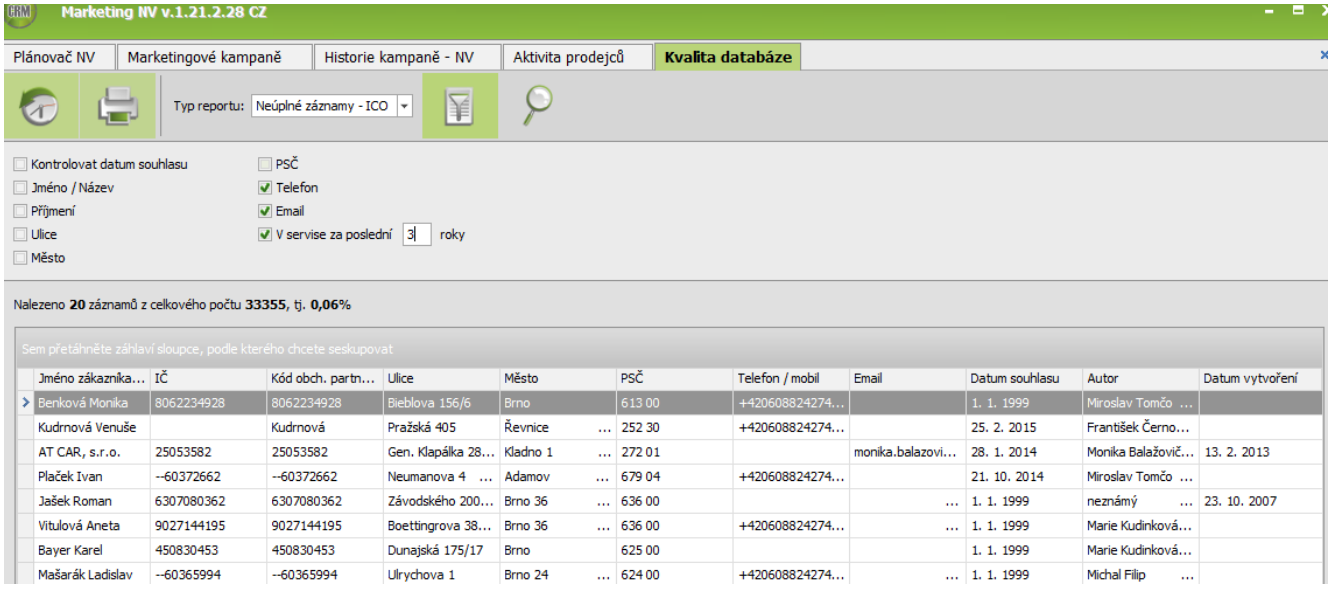
Pokud zjistíte, že máte v databázi mnoho duplicitních záznamů, můžete ke sloučení využít náš modul Slučování zákazníků. Podrobnější informace o modulu si vyžádejte na obchod@softapp.cz . Práce s tímto modulem je velmi zodpovědná a změny v datech jsou nevratné, proto by ji měl vykonávat někdo kompetentní (např. paní účetní).

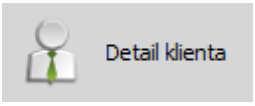
2.2 Neúplnost záznamů – zákazníci

Ve volbě *Kvalita databáze* je možnost vyfiltrování zákazníků s neúplně zadanými údaji v kartě obchodního partnera.

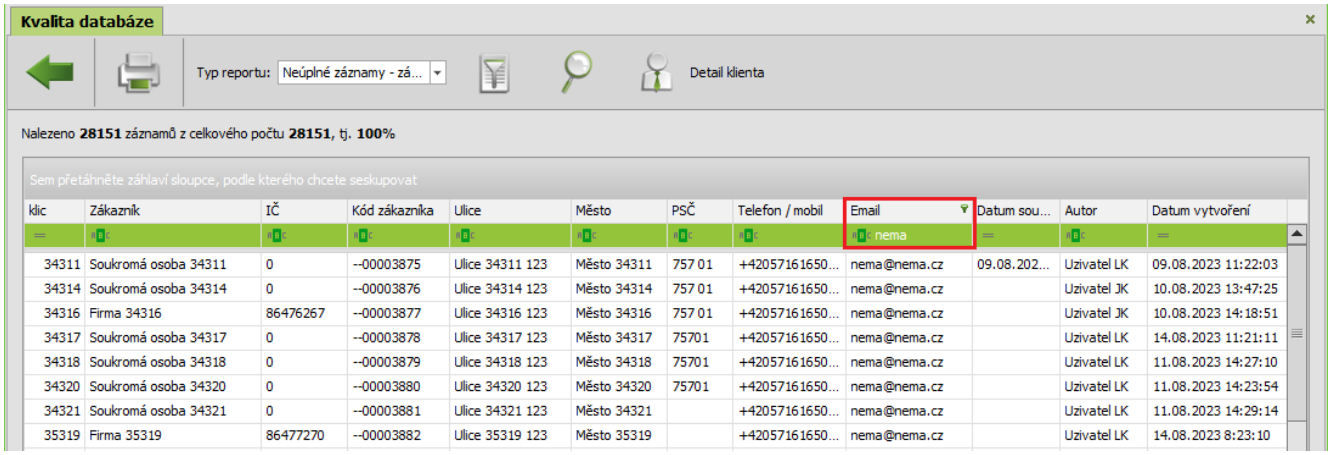
Pomocí tlačítka si zvolíte filtr určující, která pole mají být na neúplnost zkontrolována. Po stisku tlačítka se vám zobrazí seznam zákazníků dle navolených kritérií.

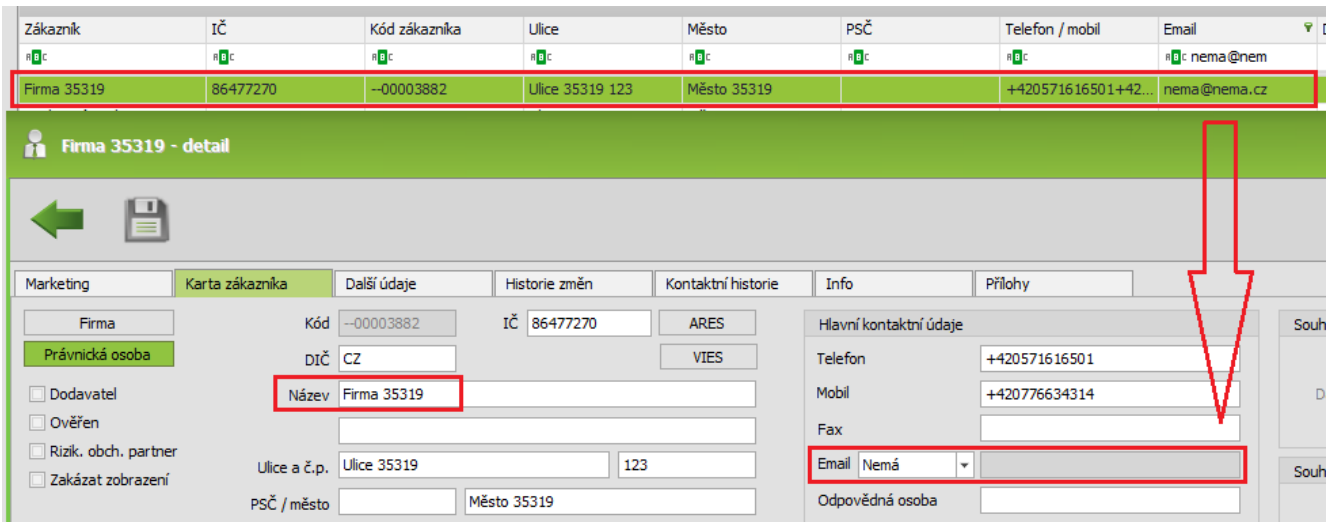
Viz příklad níže – chybějící telefonní číslo či emailová adresa u zákazníků, kteří byli na servise za poslední tři roky.



Sestavu lze využít i pro odstranění neplatných e-mailů typu nema@nema.cz apod. Pomocí e-mailu si vyfiltrujete zákazníky a poté tlačítkem 

otevřete kartu zákazníka. E-mail z karty vymažete a nastavíte možnost *nemá* nebo *neposkytl/a*. Po uložení se změna propíše do celé databáze.





2.3 Neúplnost záznamů - vozidla

Neúplnost záznamů pro vozidla funguje stejně jako u zákazníků (viz. předcházející kapitola 2.2).

Nejčastěji se využívá filtrace chybějícího data STK a další prohlídky. Tyto zákazníky může následně call centrum obvolat a získat doplňující informace, popřípadě si zákazníky pozvat na Servis.

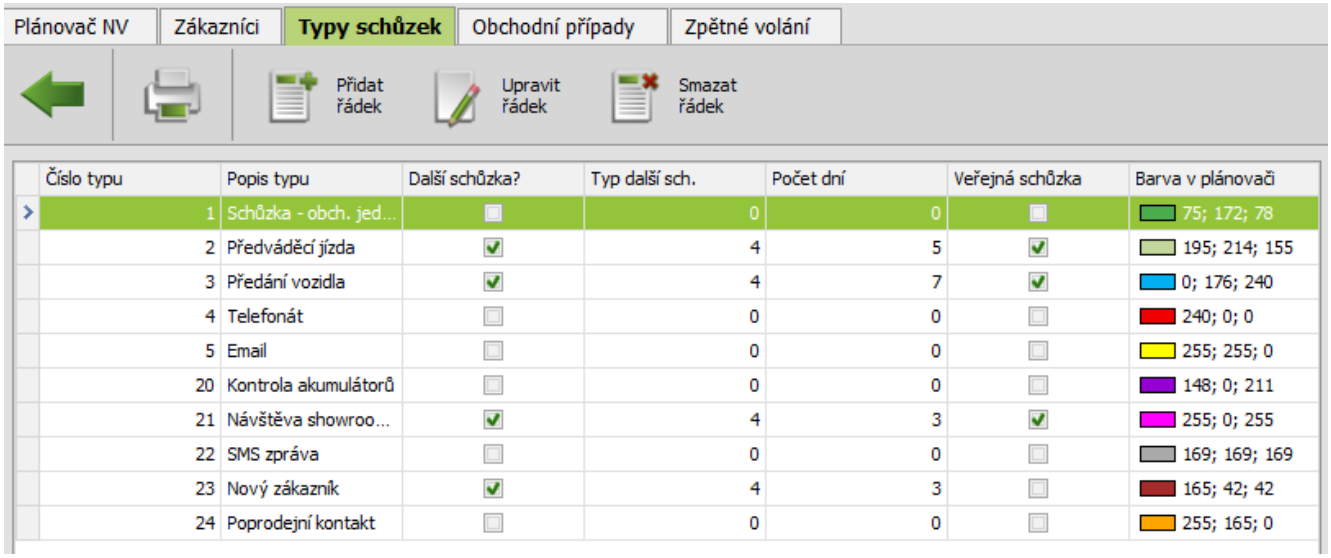
3 Číselníky

3.1 Typy schůzek

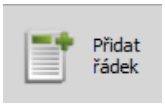
Program je dodáván s 5 základními typy schůzek pro plánování záznamů v plánovači:

- Schůzka – obchodní jednání
- Předváděcí jízda
- Předání vozidla
- Telefonát
- Email

K těmto typům si uživatelé mohou do číselníku přidávat další typy schůzek. Ty jsou číslovány od čísla 20 výš.

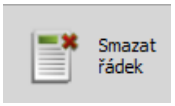


Číslo typu	Popis typu	Další schůzka?	Typ další sch.	Počet dní	Veřejná schůzka	Barva v plánovači
1	Schůzka - obch. jed...	☐	0	0	☐	75; 172; 78
2	Předváděcí jízda	☑	4	5	☑	195; 214; 155
3	Předání vozidla	☑	4	7	☑	0; 176; 240
4	Telefonát	☐	0	0	☐	240; 0; 0
5	Email	☐	0	0	☐	255; 255; 0
20	Kontrola akumulátorů	☐	0	0	☐	148; 0; 211
21	Návštěva showroo...	☑	4	3	☑	255; 0; 255
22	SMS zpráva	☐	0	0	☐	169; 169; 169
23	Nový zákazník	☑	4	3	☐	165; 42; 42
24	Poprodejní kontakt	☐	0	0	☐	255; 165; 0

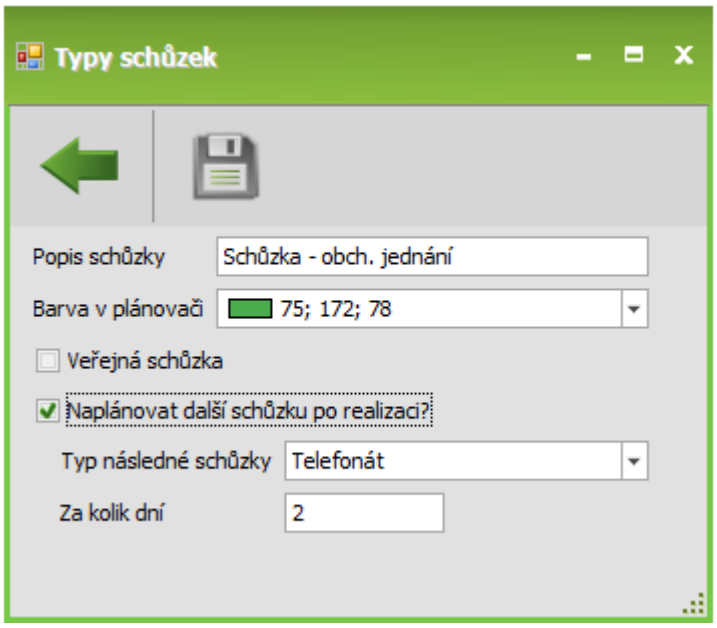


- přidání nového typu schůzky.

- upravení typu schůzky.

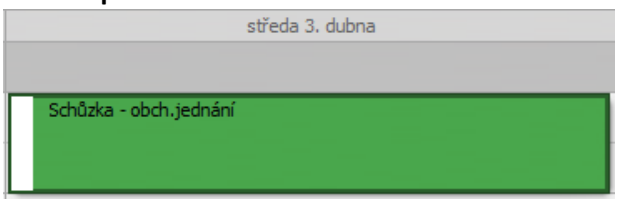


- smazání typu schůzky.



Popis schůzky – zvolený název schůzky.

Barva v plánovači – ve zvolené barvě se schůzka zobrazuje v plánovači.



Veřejná schůzka – parametr souvisí se zobrazením dané schůzky v plánovači pro konkrétního uživatele (vlastník schůzky) nebo pro všechny uživatele. Pokud je parametr zatržen, vidí schůzku v plánovači po přihlášení všichni uživatelé. Pokud parametr zatržen není, vidí po přihlášení schůzku v plánovači pouze vlastník schůzky.

Naplánovat další schůzku po realizaci – parametr slouží k nastavení automatického naplánování další schůzky po realizaci konkrétního typu schůzky. Pro naplánování následné schůzky se musí zvolit *typ následné schůzky* a počet dní, za kolik se má následná schůzka po realizaci naplánovat.

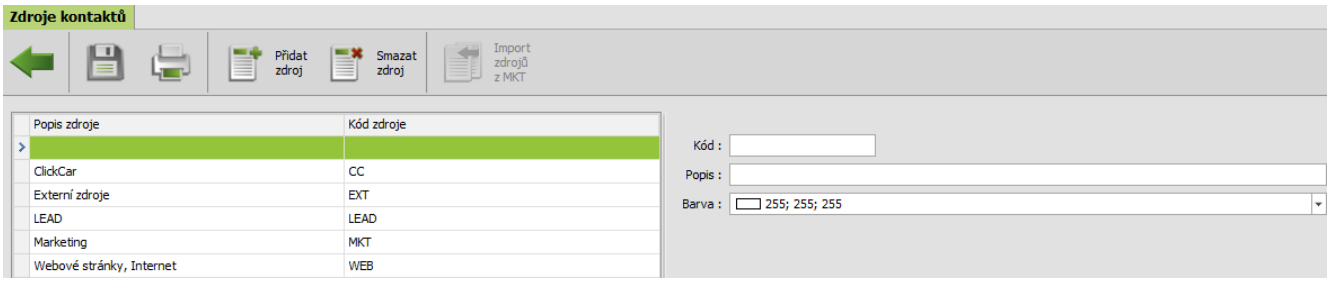
Vhodným nastavením schůzek a jejich následností je možné definovat celý proces práce se zákazníky, od úvodního oslovení, přes nabídku, následný kontakt po nabídce, osobní schůzku, předváděcí jízdu apod.

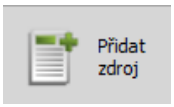
3.2 Zdroje kontaktů

Program je dodáván s 5 zdroji kontaktů:

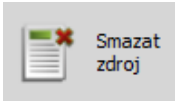
- CSB
- Externí zdroje
- Lead
- Marketing

Uživatelé si tento číselník mohou doplňovat o další zdroje kontaktů.





- přidá nový řádek a zpřístupní pole pro zadání kódu, popisu a barvy nového zdroje.

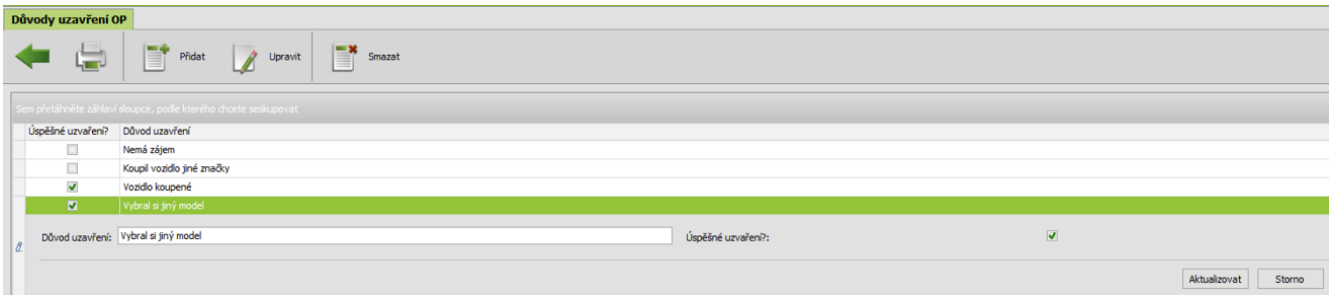


- smazání zdroje kontaktu.

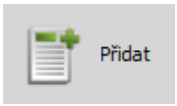
- uloží změny provedené v číselníku a zapíše do seznamu nový zdroj poté, co vyplníme kód, popis a vybereme barvu.

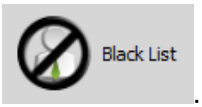
3.3 Typy uzavření OP

Tento číselník slouží pro nastavení důvodů, proč je obchodní případ (více v kapitole 10) ručně uzavřen. Důvod uzavření může být úspěšný nebo neúspěšný. Nový důvod přidáte přes tlačítko *Přidat* a uložíte jej tlačítkem ***Aktualizovat***.

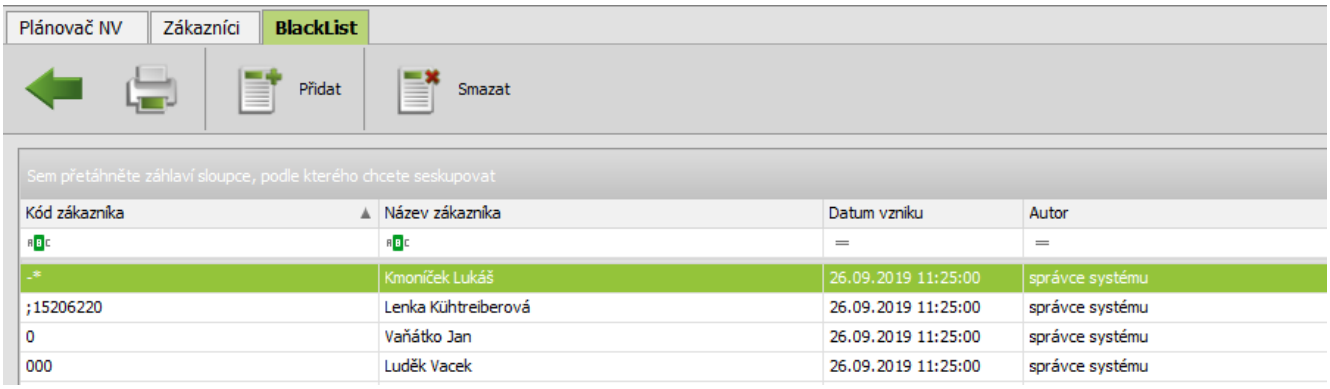


3.4 Blacklist

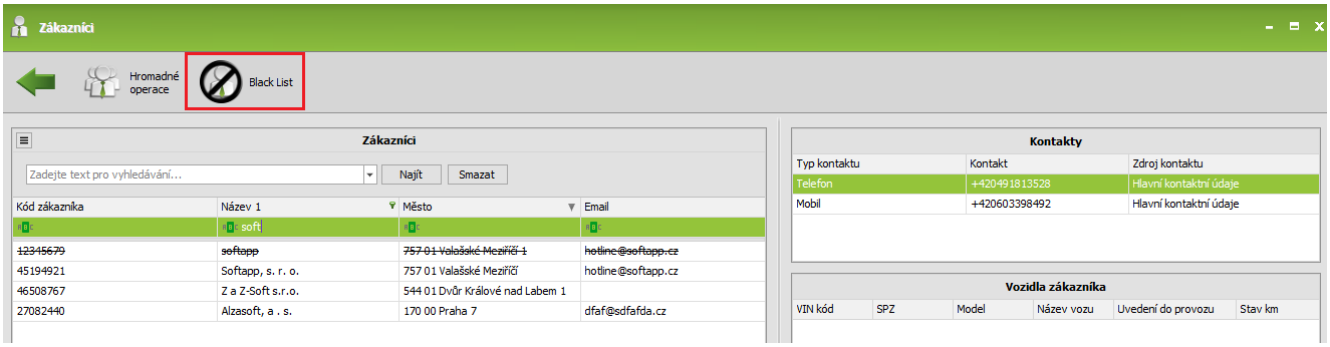
Blacklist je seznam zákazníků, kteří si nepřejí být oslovováni. Zařadit zákazníka do Blacklistu můžete přímo v číselníku Blacklist přes tlačítko 

nebo ve volbě *Zákazníci* přes tlačítko 

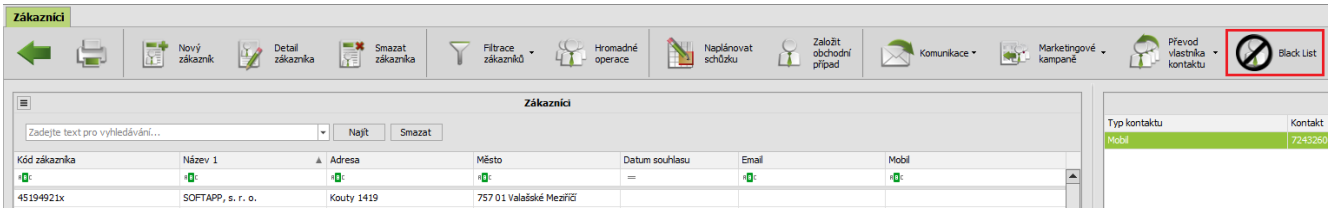
.



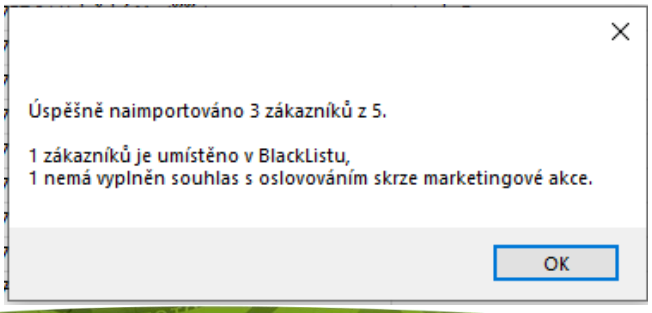
Tlačítkem *přidat* se dostanete do seznamu zákazníků, odkud vyberete zákazníka a na seznam neoslovovaných jej zapíšete stisknutím ikony *Blacklist*. Pro výběr více zákazníků můžete využít volbu *hromadné operace*.



Zařazení zákazníků do Blacklistu – Hlavní nabídka – Zákazníci – Blacklist.

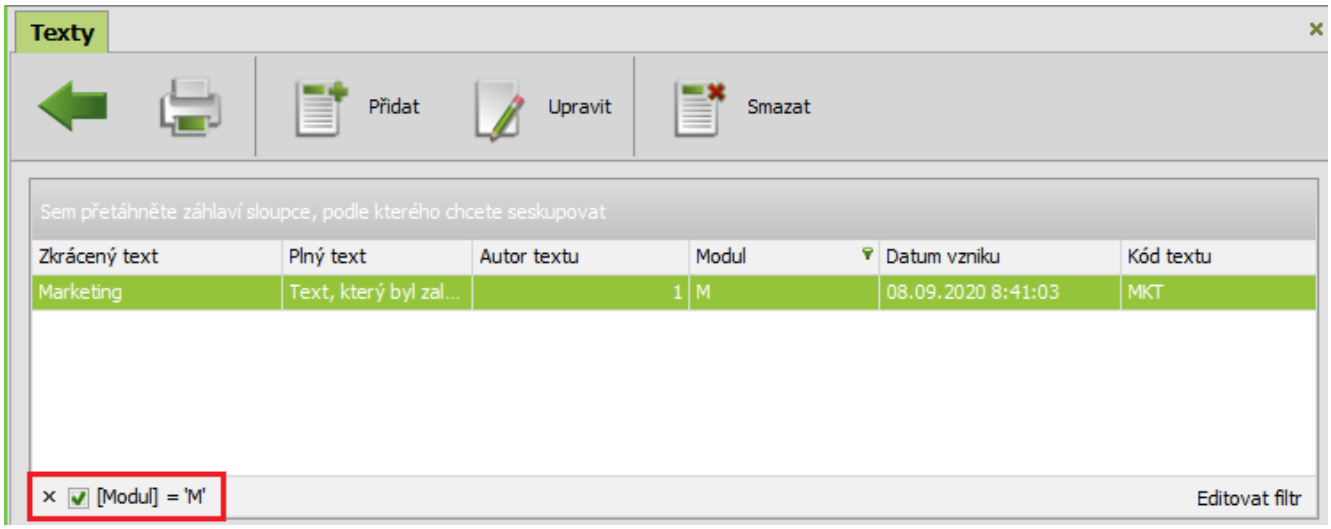


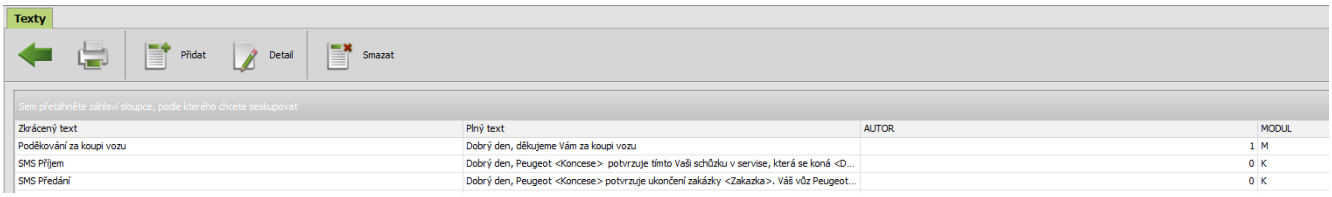
Zákazníky zařazené do Blacklistu nelze následně přidávat do dalších marketingových kampaní. Vybere-li se zákazník z Blacklistu do nové kampaně, program upozorní, že takového zákazníka nenaimportuje, protože je umístěn v Blacklistu. Uživatel tak může do Blacklistu zařazovat ty zákazníky, které si nepřeje oslovovat.

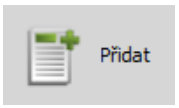


3.5 Texty

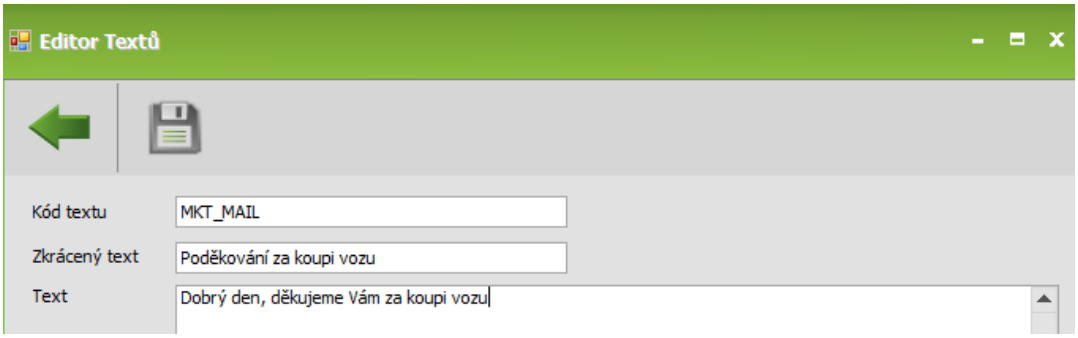
Číselník textů po otevření zobrazuje texty přidané v modulu Marketing. Pro zobrazení textů z celého DMS stačí v levé spodní části odkliknout filtr na modul M. Nadefinované texty lze použít např. při tvorbě šablon v editaci kampaní nebo při vytváření jakékoli zprávy.

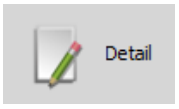




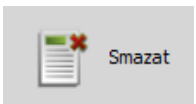


- přidání nového textu. Při zadávání musíte nadefinovat kód textu, zkrácený text a poté samotný obsah textu.





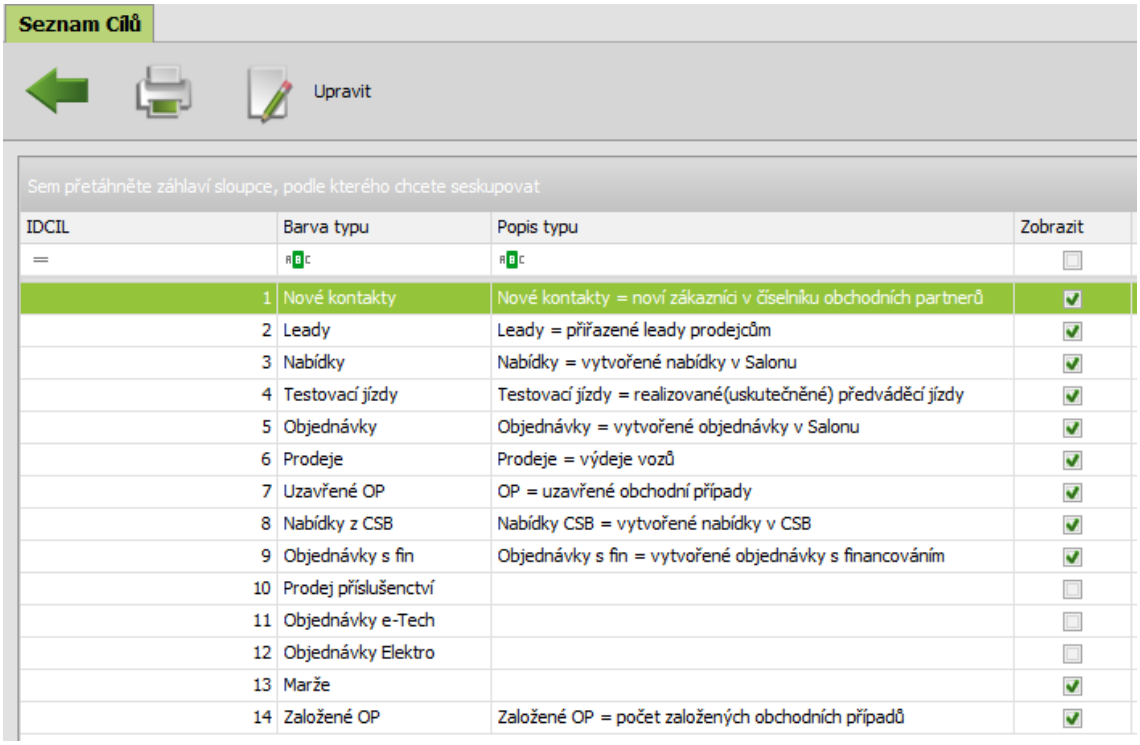
- upravení textu. V modulu Marketing lze upravovat pouze texty, které zde vznikly.



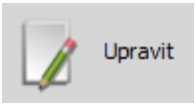
- smazání vybraného textu. Mazat lze pouze texty, které vznikly v modulu Marketing.

3.6 Cíle

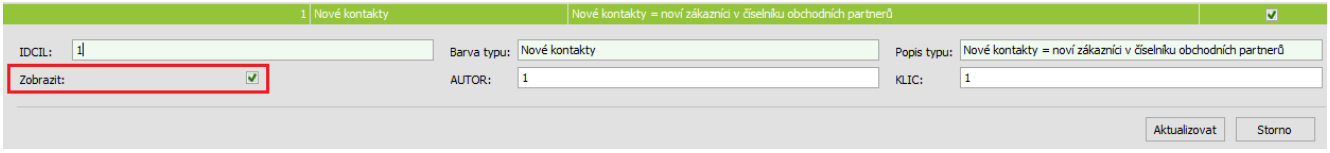
Číselník obsahuje programem nadefinované cíle.



IDCIL	Barva typu	Popis typu	Zobrazit
1	Nové kontakty	Nové kontakty = noví zákazníci v číselníku obchodních partnerů	☑
2	Leady	Leady = přiřazené leady prodejcům	☑
3	Nabídky	Nabídky = vytvořené nabídky v Salonu	☑
4	Testovací jízdy	Testovací jízdy = realizované(uskutečněné) předváděcí jízdy	☑
5	Objednávky	Objednávky = vytvořené objednávky v Salonu	☑
6	Prodeje	Prodeje = výdeje vozů	☑
7	Uzavřené OP	OP = uzavřené obchodní případy	☑
8	Nabídky z CSB	Nabídky CSB = vytvořené nabídky v CSB	☑
9	Objednávky s fin	Objednávky s fin = vytvořené objednávky s financováním	☑
10	Prodej příslušenství		☐
11	Objednávky e-Tech		☐
12	Objednávky Elektro		☐
13	Marže		☑
14	Založené OP	Založené OP = počet založených obchodních případů	☑

Přes tlačítko 

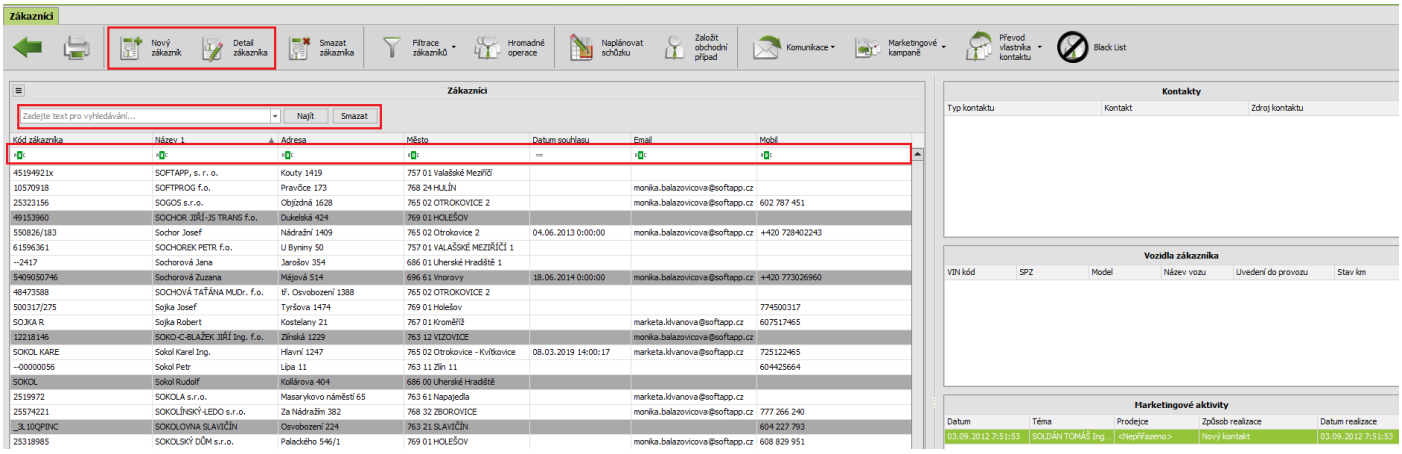
můžete zatržením ovlivnit, které cíle se budou zobrazovat v grafu ve volbě *Statistika*.



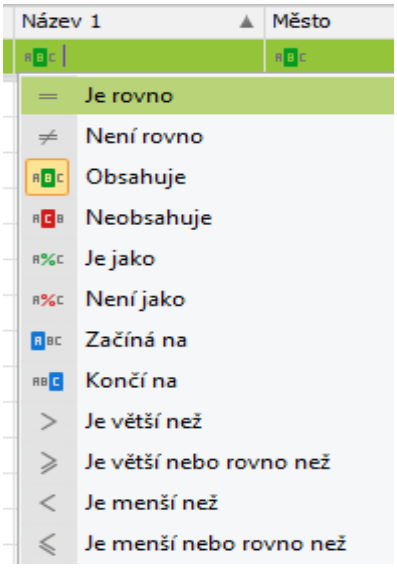
4 Práce se zákazníkem

4.1 Číselník zákazníků

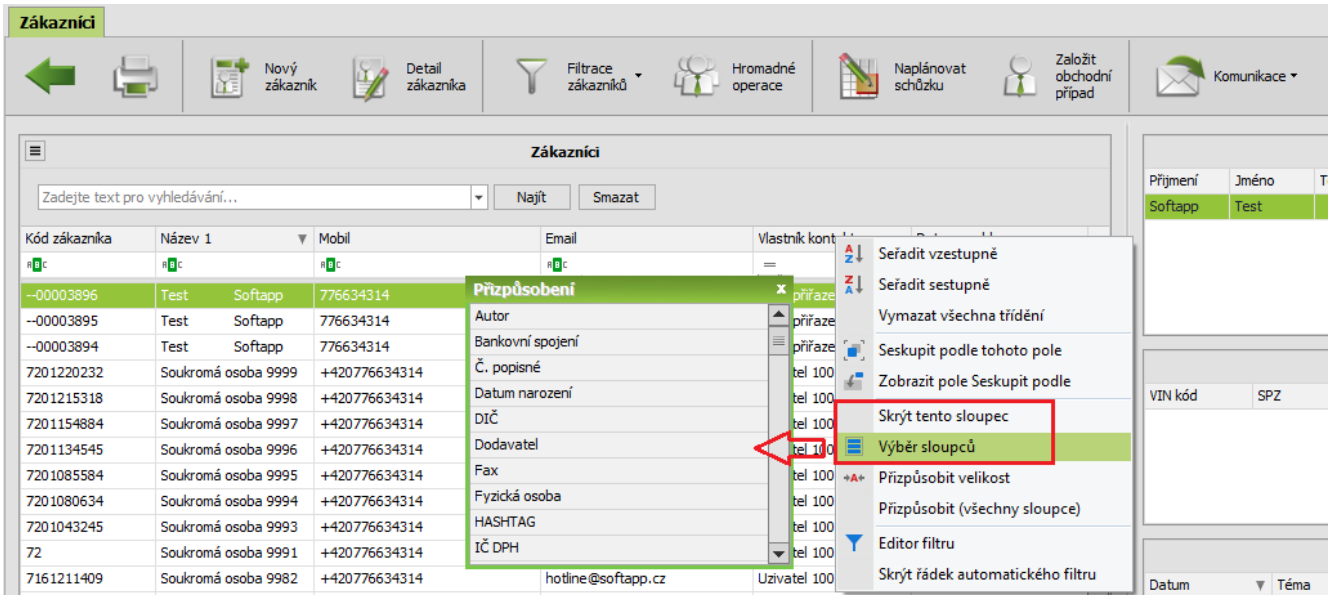
Číselník zákazníků v levé části obsahuje seznam obchodních partnerů, v pravé části informace o konkrétním zákazníkovi a horní lištu s různými funkcemi pro práci se zákazníky. Nového zákazníka přidáte pomocí tlačítka ***Nový zákazník***, úpravu již existujícího zákazníka provedete přes tlačítko ***Detail zákazníka***. V seznamu zákazníků jsou šedým podbarvením zvýrazněni zákazníci, kteří jsou zařazeni do Blacklistu.



Pro vyhledávání zákazníků je možné využít fulltextové vyhledávání nebo filtry v záhlaví jednotlivých sloupců. Fulltextové hledání vyhledává zadaný výraz napříč všemi sloupci a řádky. Filtr v záhlaví hledá výraz v konkrétním sloupci a je možné upřesnit výběrovou podmínku klikem vlevo na ikonu znaménka a jiné.



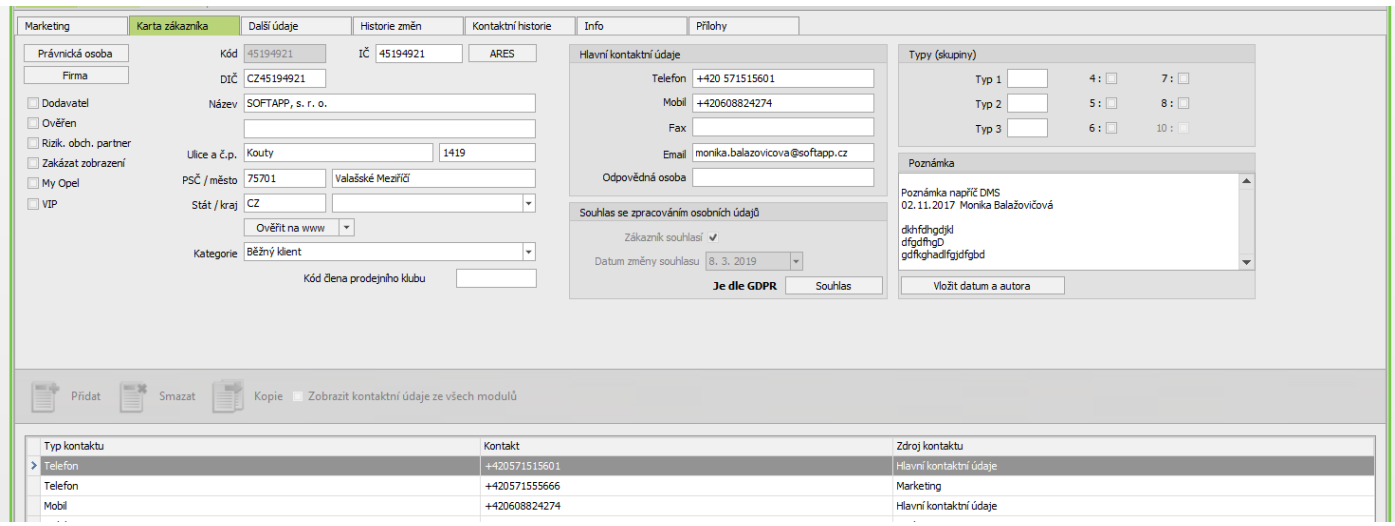
Sloupce v seznamu je možné přidat nebo skrýt dle uživatele. Menu na tyhle možnosti se zobrazí pravým klikem na záhlaví sloupce. Pokud chcete sloupec přidat, zvolíte možnost **Výběr sloupců**. Dole v pravé části seznamu zákazníků se zobrazí okno **Přizpůsobení**, odkud tahem nebo dvojklikem vybraný sloupec přidáte. Při skrytí sloupce kliknete pravým tlačítkem na konkrétní sloupec a ve volbách použijete možnost **Skrýt tento sloupec**. Vrátit sloupce do uspořádání, které bylo dodáno s programem, lze přes tlačítko .



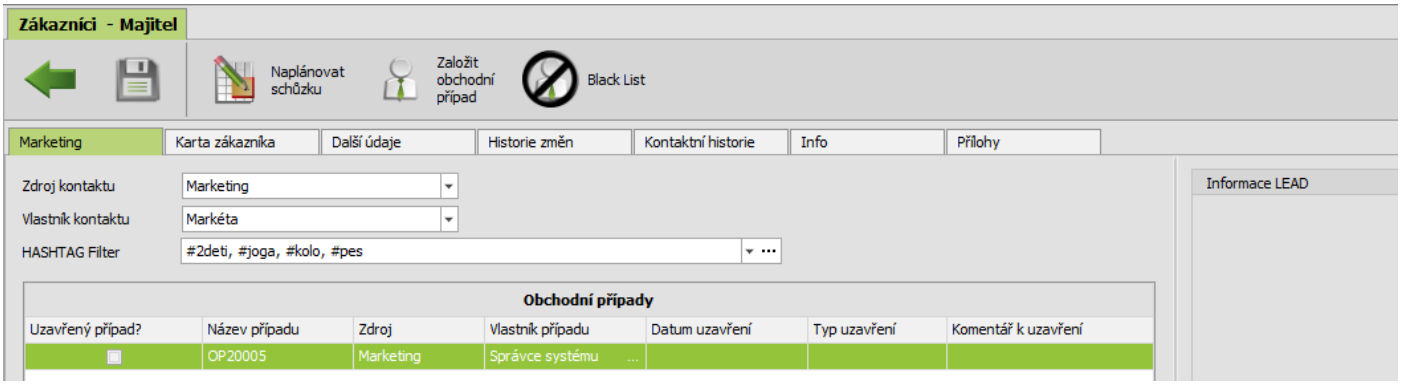
4.2 Karta obchodního partnera

Do karty obchodního partnera se dostanete pomocí tlačítka ***Detail zákazníka***. Karta je rozdělena na sedm záložek, které obsahují různorodé informace z celého DMS.

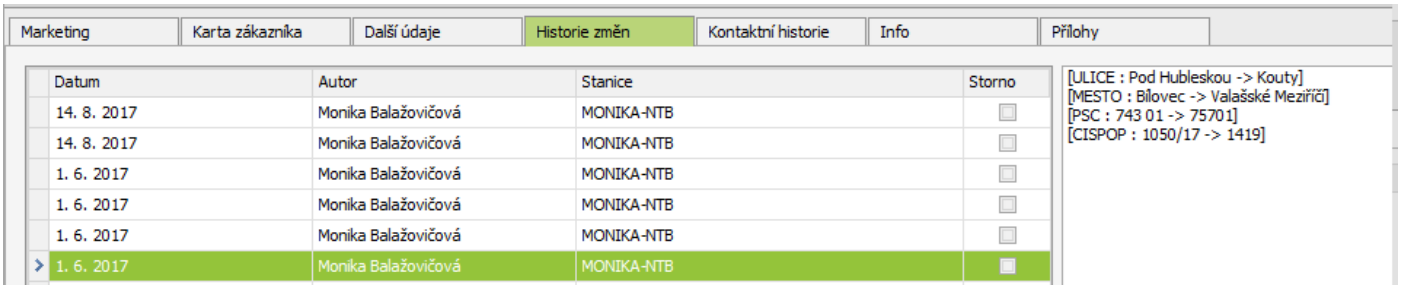
Záložka **karta zákazníka** obsahuje základní informace a kontakty zákazníka. Je zde i formulář pro udělení souhlasu dle GDPR. V dolní části jsou uvedeny další kontakty na zákazníka. Na záložce **další údaje** uvádíme informace o platebním styku, nastavených cenových hladinách a slevách, údaje z obchodního rejstříku, datum narozenin a další.



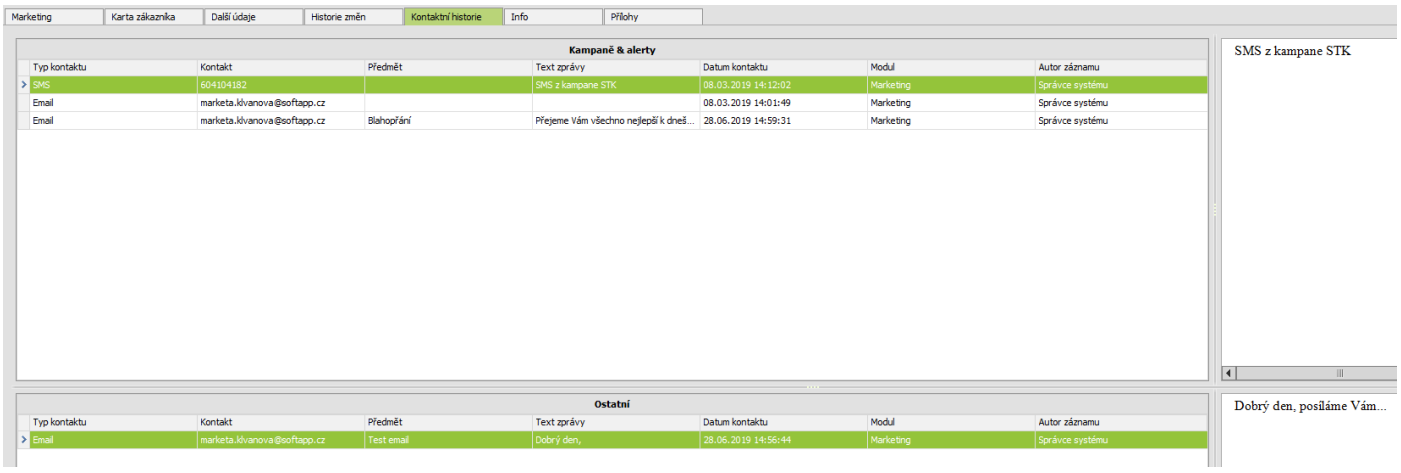
Záložka **marketing** obsahuje především informace z modulu Marketing. Naleznete zde informace o leadech, dále o obchodních případech, také o zdroji a vlastníkovi daného kontaktu a můžete zde pomocí tzv. hashtagů zadat různé údaje, které vám zákazníka přiblíží (např. jeho zájmy). Zdroje kontaktu a hashtagy lze vybrat z předdefinovaných číselníků. Vlastník kontaktu může být technik, prodejce apod. Vlastníka kontaktu lze změnit.



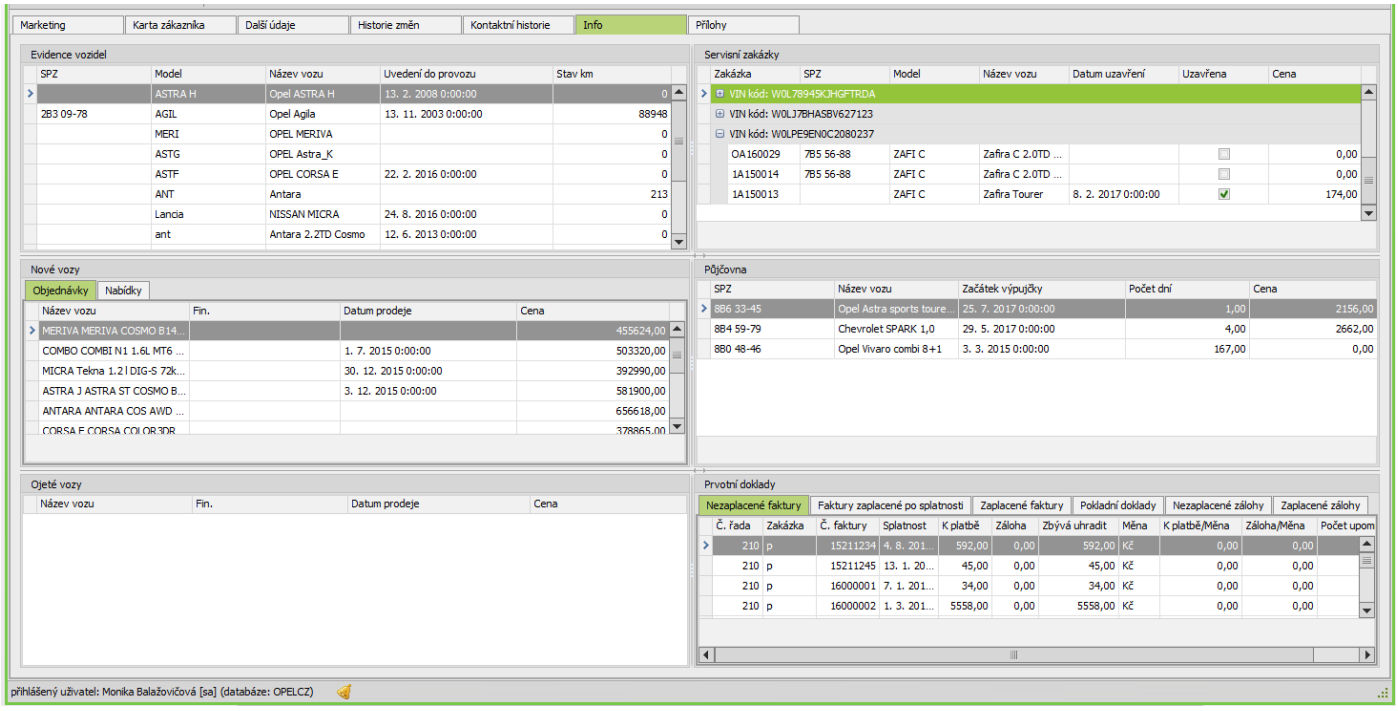
Záložka **Historie změn** obsahuje informace o změnách, které byly v údajích na kartě zákazníka provedeny. Zapisuje se zde informace o datu, přihlášeném uživateli, počítačové stanici a provedených změnách.



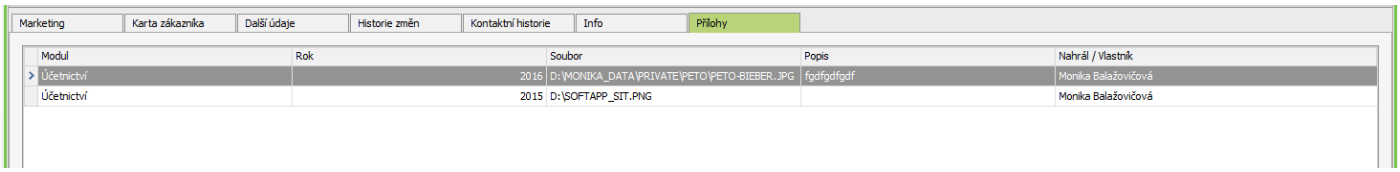
Na záložce **Kontaktní historie** naleznete historii komunikace se zákazníkem. Komunikace je rozdělena na sekci *kampaně a aletry* a na sekci *ostatní*, kam se zapisují SMS zprávy a e-maily odeslané z číselníku zákazníků, obchodních případů, plánovače atd. Levou část tvoří seznam jednotlivých zpráv a v pravé části vidíte po kliku na zprávu její obsah.



Záložka **Info** v kartě zákazníka uvádí ucelený přehled všech záznamů a dokladů v DMS k danému zákazníkovi.

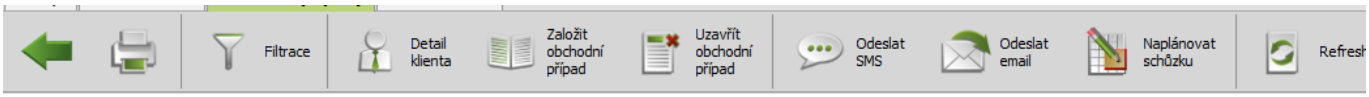


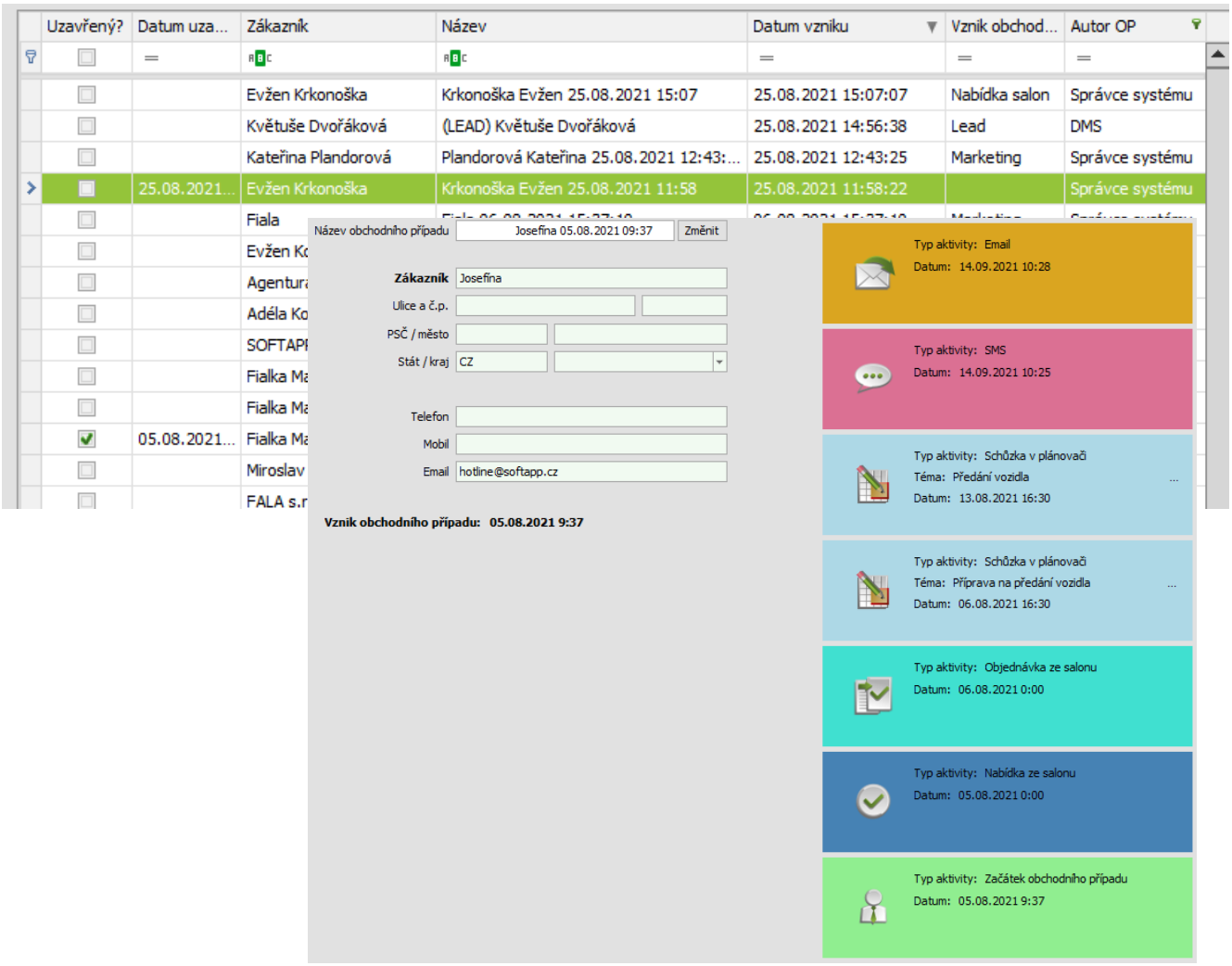
Na záložce **Přílohy** naleznete dokumenty, obrázky, fotky a podepsané formuláře (elektronický podpis aplikací E-podpis) uložené k zákazníkovi v DMS.



4.3 Obchodní případ

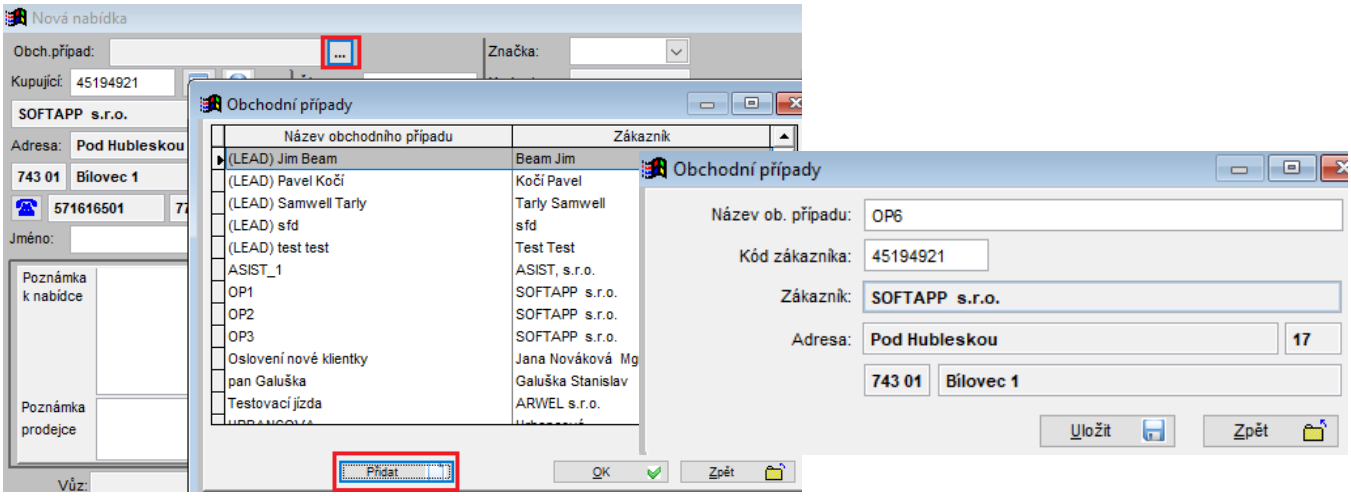
Obchodní případ spojuje veškerou komunikaci se zákazníkem a zaznamenává prodejní proces a jeho jednotlivé aktivity. Pomocí obchodního případu můžete sledovat aktivity od projevení zájmu až po uzavření smlouvy o prodeji vozu. Obchodní případ je vždy založen na konkrétního zákazníka. Cílem obchodního případu je prodej vozu nově příchozímu zákazníkovi, ale i stávajícímu. S obchodními případy pracujete v modulu Marketing a v modulu Salon. Pokud obchodní případ k novému zákazníkovi nezaloží ručně uživatel, vytvoří jej automaticky systém.



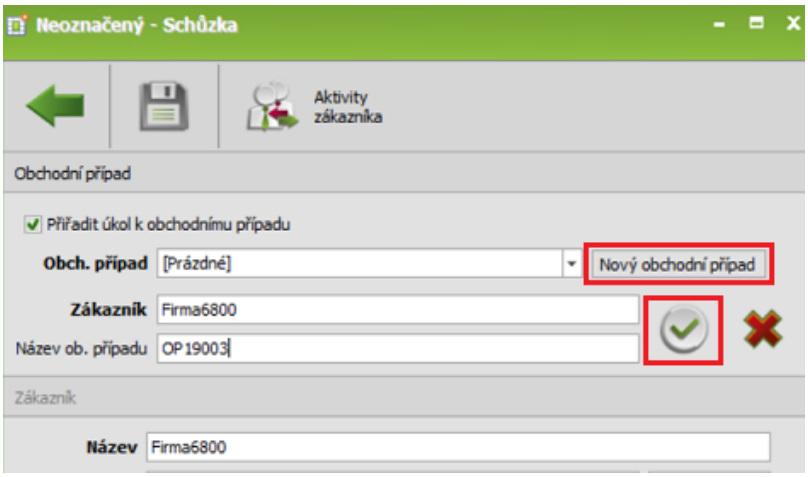


4.3.1 Založení obchodního případu

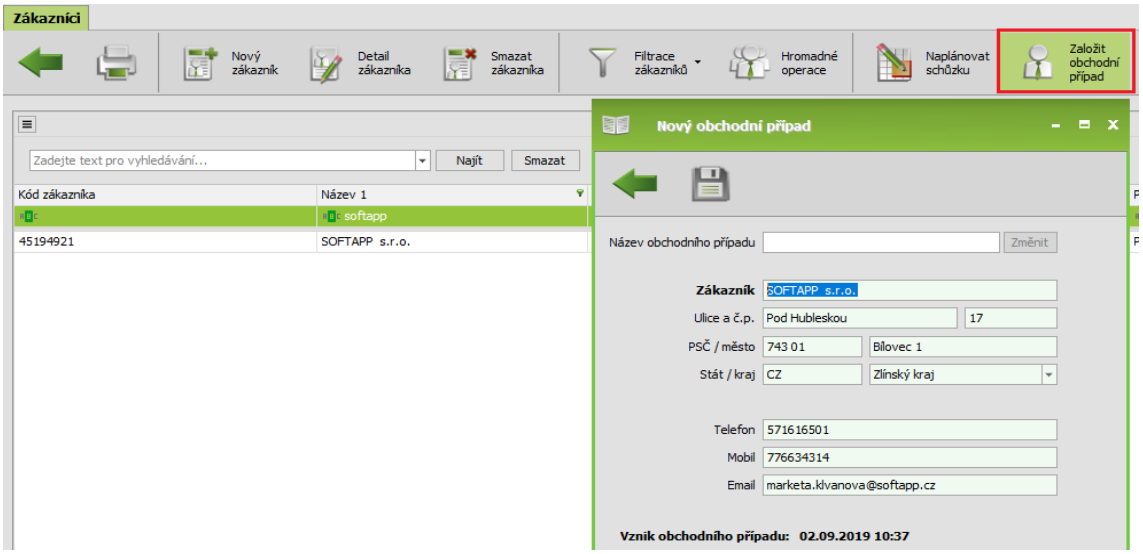
Pokud obchodní případ k novému zákazníkovi nezaloží ručně uživatel, vytvoří jej automaticky systém. Automaticky se obchodní případ zakládá při vytvoření nabídky a objednávky v modulu Salon a při vytvoření schůzky v modulu Marketing. Ručně můžete obchodní případ založit z modulu Salon při vytváření nabídky a objednávky. Po vyplnění kupujícího ve formuláři nabídky/objednávky rozbalíme přes tři tečky okno s obchodními případy. Přes tlačítko *přidat* vytvoříme nový případ vyplněním názvu a uložením. Výběr případu potvrdíme tlačítkem *OK*.

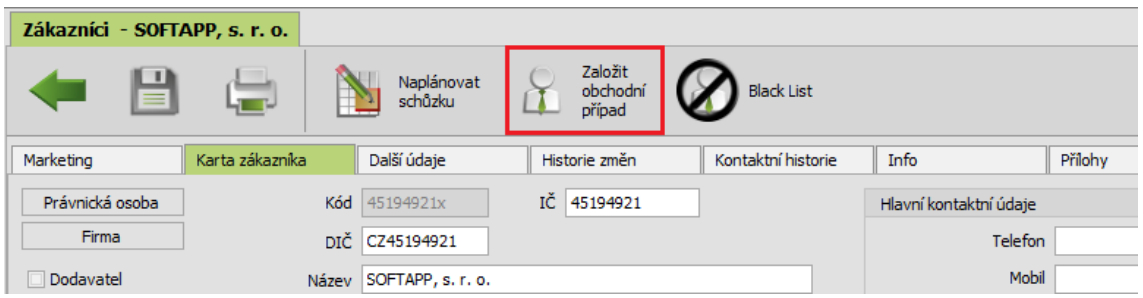


Dále můžete obchodní případ založit při plánování úkolu v modulu Marketing. V horní části zaškrtnete možnost *Přiřadit úkol k obchodnímu případu*. Pokud chcete vytvořit nový obchodní případ, stisknete tlačítko **Nový obchodní případ**. Vyplníte název obchodního případu a uložíte přes ikonu .



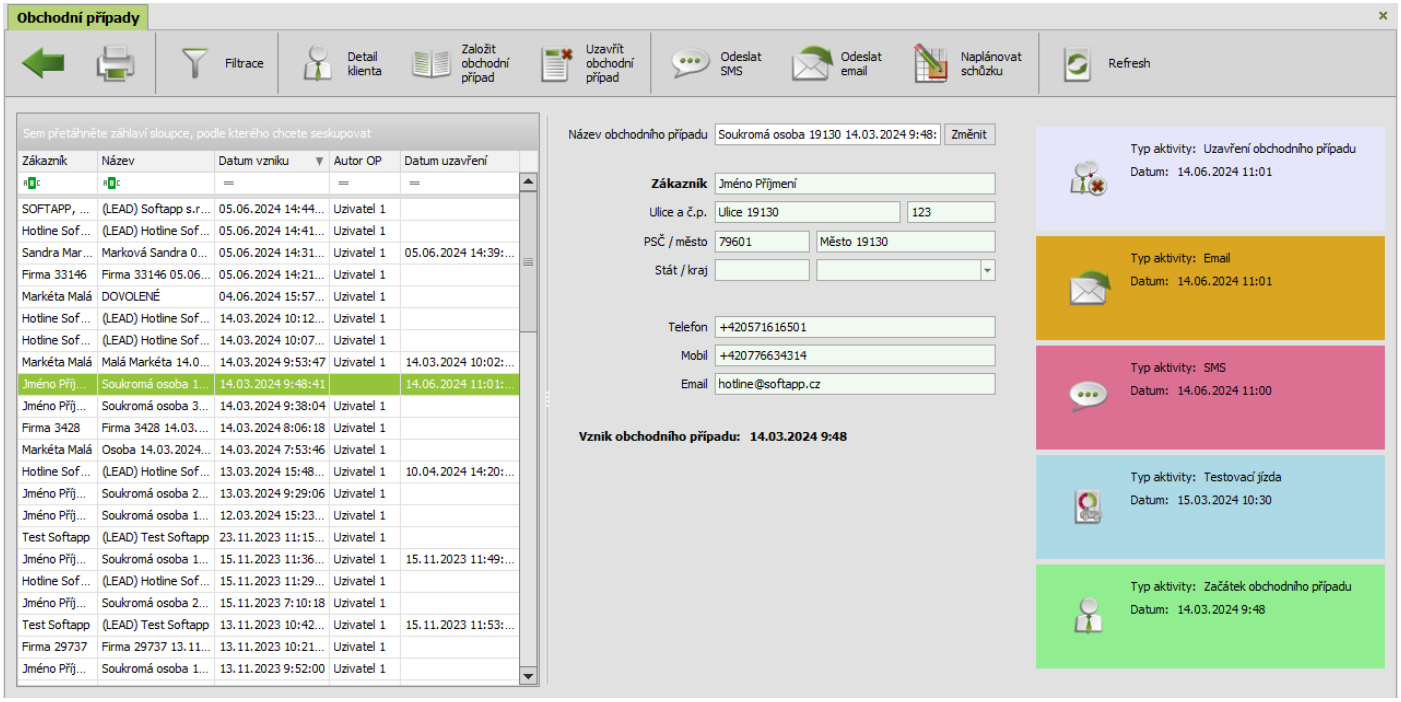
Obchodní případ můžete také založit v číselníku zákazníků nebo přímo z karty obchodního partnera. Při založení obchodního případu zadáváte pouze název a uložíte tlačítkem .

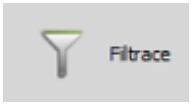




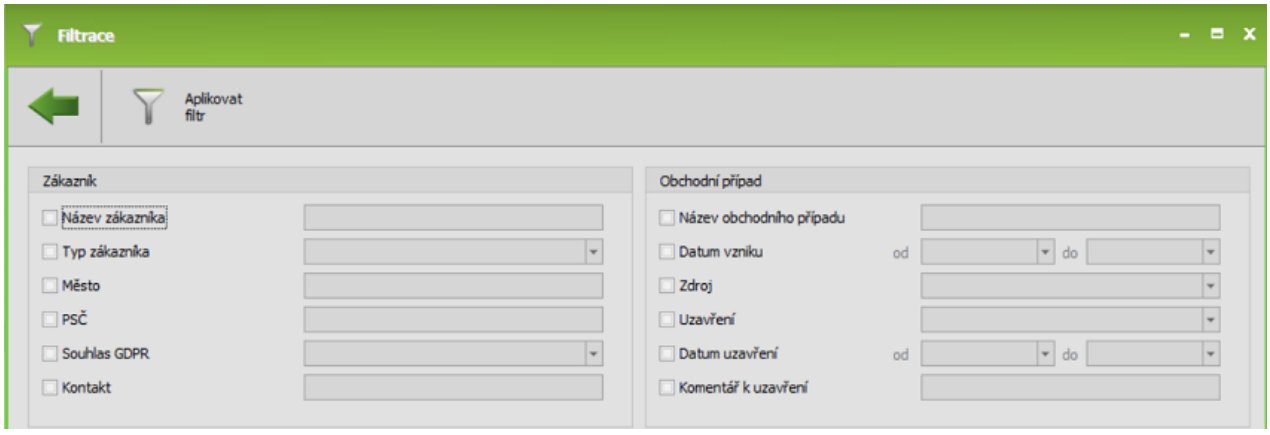
4.3.2 Menu obchodní případy

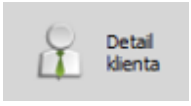
V modulu Marketing je sekce obchodní případy, kde vidíte seznam otevřených i uzavřených obchodních případů a můžete s nimi dále pracovat. Můžete sledovat četnost obchodních případů jednotlivých prodejců, průběh případů a všechny aktivity v rámci případu. Máte možnost ručního otevření nebo uzavření případu, naplánování schůzky a odeslání SMS a e-mailu přímo z OP.



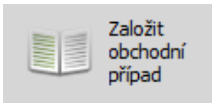


- otevře nové okno s výběrovými podmínkami pro vyfiltrování požadovaných obchodních případů.

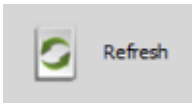




- otevře na nové záložce kartu obchodního partnera.



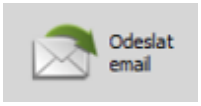
- založí nový obchodní případ. Při založení vyplníme pouze zákazníka a název obchodního případu.



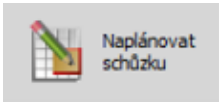
- aktualizace dat.

- ruční uzavření obchodního případu.

- po napsání nebo vybrání, z číselníku přes tlačítko F2, znění zprávy odešle SMS pod vybraným obchodním případem.



- po napsání nebo vybrání, z číselníku textů přes tlačítko F2, znění e-mailu zprávu odešle pod vybraným obchodním případem.

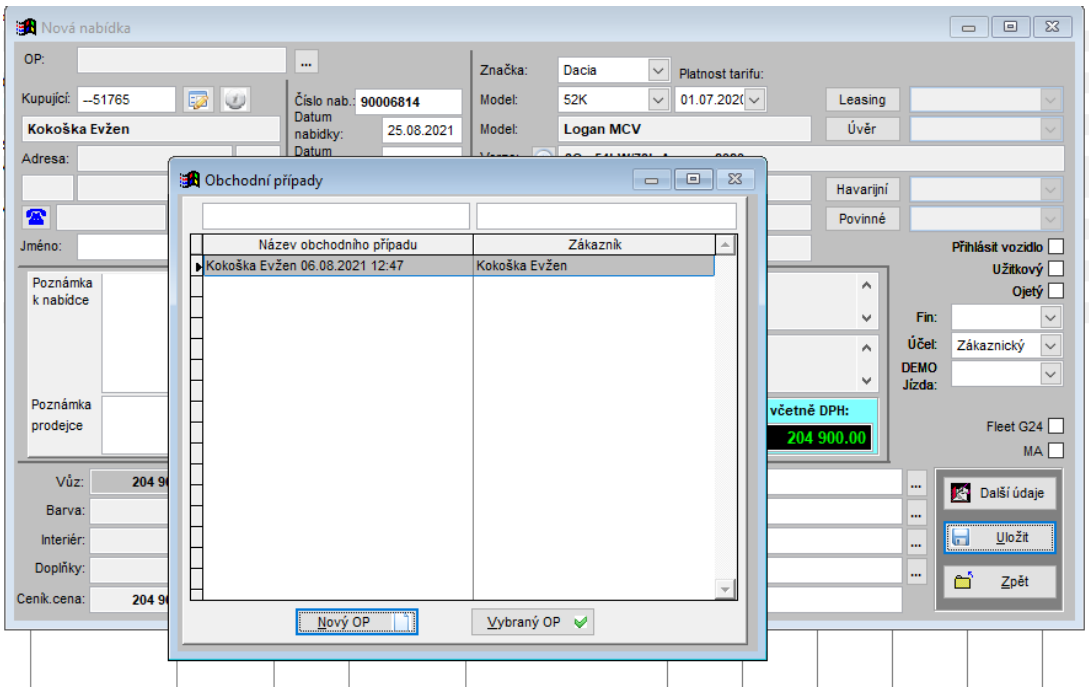


- pod vybraným obchodním případem naplánujeme jakoukoli schůzku do plánovače.

4.3.3 Připárování nabídky/objednávky k existujícímu OP

Jednou z aktivit v rámci obchodního případu je nabídka vozu v modulu Salon. Jeden obchodní případ může obsahovat více různých nabídek. Při uložení nově vytvořené nabídky probíhá automatická kontrola na otevřené obchodní případy zákazníka a systém nabízí přiřazení nabídky k obchodnímu případu.

Volbou Nový OP založíte nový OP na daného zákazníka, volbou Vybraný OP přiřadíte nabídku/objednávku k vybranému OP.

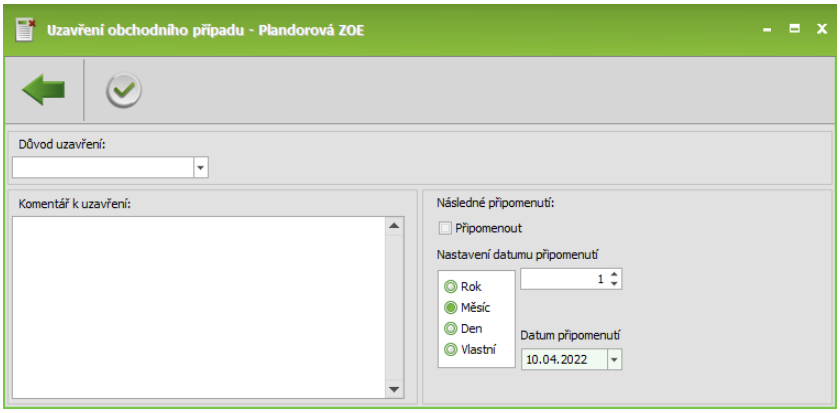


4.3.4 Uzavření obchodního případu

Uzavření obchodního případu probíhá několika způsoby. Případ se může uzavřít automaticky z modulu Salon (blíže popsáno v kapitole 9.5). Uživatelsky lze případ uzavřít v modulu Marketing při realizaci schůzky (kapitola 7.1) nebo přes menu obchodní případy. Uzavření obchodního případu v těchto dvou případech probíhá stejným způsobem.

Při uzavření lze vybrat důvod uzavření z číselníku *Typy uzavření OP* (kap. 3.3) a nastavit *následné připomenutí*. Zda se důvod uzavření vybírá nebo ne ovlivňuje parametr v globálním nastavení modulu Marketing.

Následné připomenutí uzavřeného obchodního případu slouží k tomu, aby uživatel mohl případ uzavřít (například z důvodu odloženého zájmu zákazníka), ale systém mu za daný čas případ zobrazil a prodejce mohl zákazníka oslovit. Čas, za jaký se případ má připomenout, volí uživatel při uzavření obchodního případu. Případ se pak v době připomenutí zobrazí v denním plánu prodejce.



4.4 Naplánování schůzky

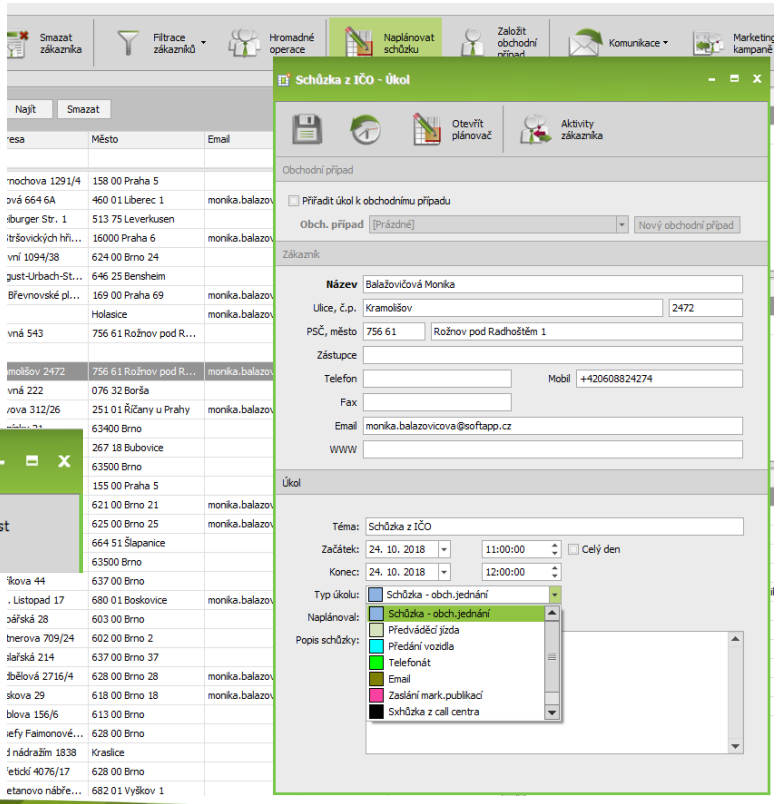
Schůzka v modulu není jenom osobní střetnutí, ale také úkol, aktivita, kterou si prodejce nebo jiný uživatel modulu naplánuje.

Z číselníku zákazníků i přímo z karty obchodního partnera lze naplánovat schůzku. Schůzku ihned po uložení vidíme v aktualizovaném Plánovači.

Dle typu úkolu se v plánovači zbarví schůzky dle nadefinovaných barev.

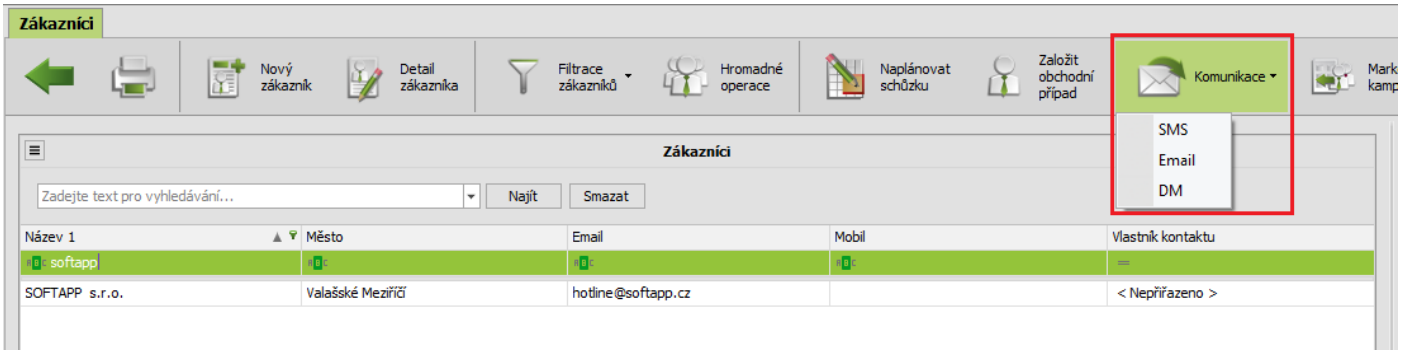
V případě schůzky typu Předváděcí jízda lze zobrazit „Vytíženost vozidel“ a vozidlo, které je k dispozici lze vybrat ze seznamu vozů.

Schůzku lze také přiřadit ke konkrétnímu obchodnímu případu.

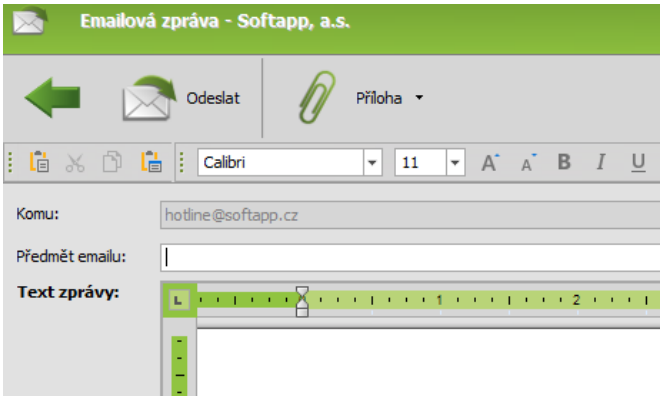


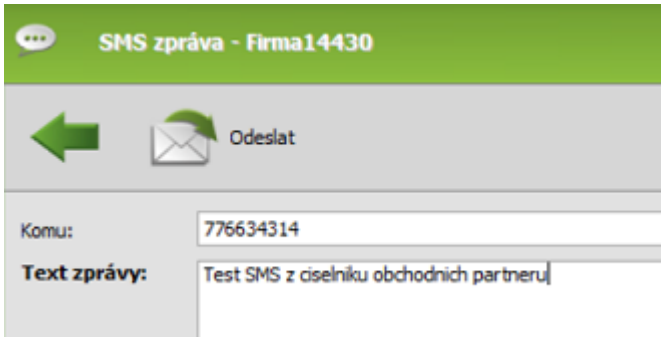
4.5 Komunikace se zákazníkem

Z číselníku zákazníků je možné vybraného obchodního partnera oslovit pomocí SMS, e-mailu a direct mailu. Tato možnost je přes tlačítko ***Komunikace***, kde si zvolíme způsob oslovení. Kontaktní údaj, tedy mobilní číslo nebo e-mailová adresa, se nám automaticky předvyplní z karty zákazníka.



Texty SMS zpráv i e-mailů můžeme mít předdefinovány v číselníku *Textů* a přes tlačítko F2 vždy konkrétní text vybrat, nebo můžeme zadávat vlastní znění zprávy.

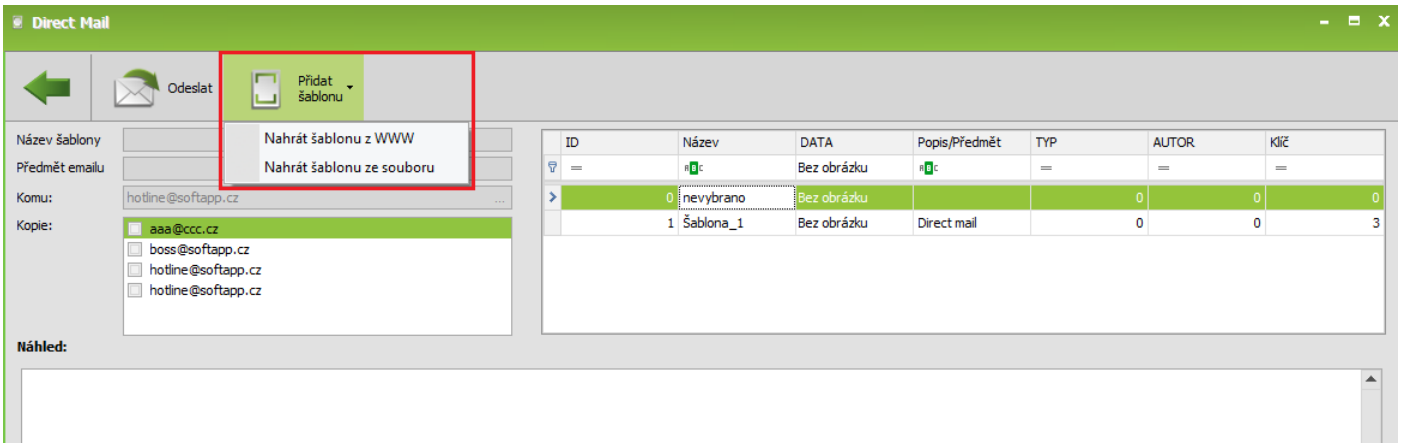




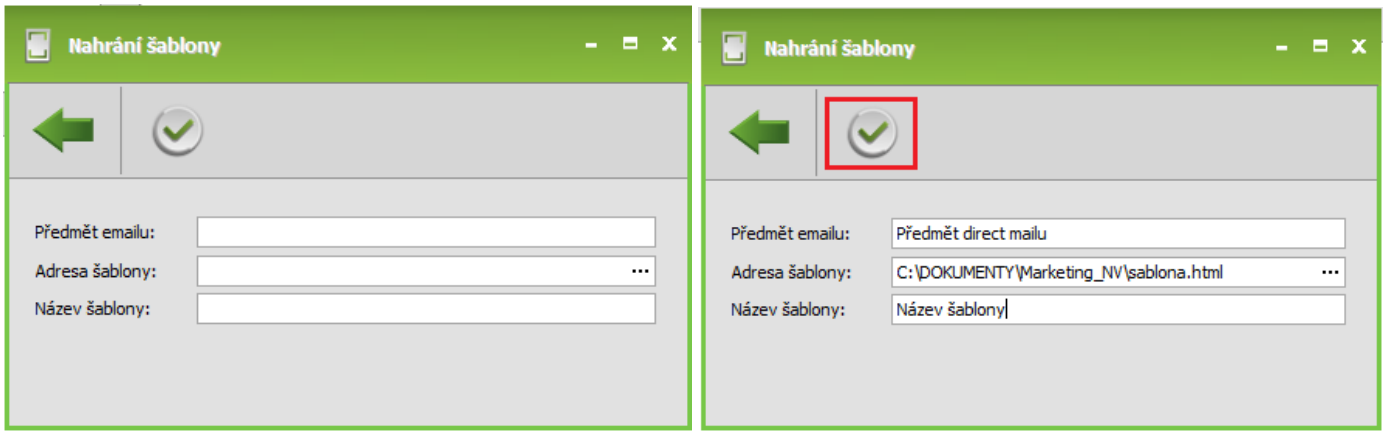
Direct mail slouží k odesílání nadefinovaných HTML šablon (*pozn. HTML šablony si vytváří vždy dealerství*).

Připravenou HTML šablonu si ve volbě DM nahrajeme do databáze přes tlačítko

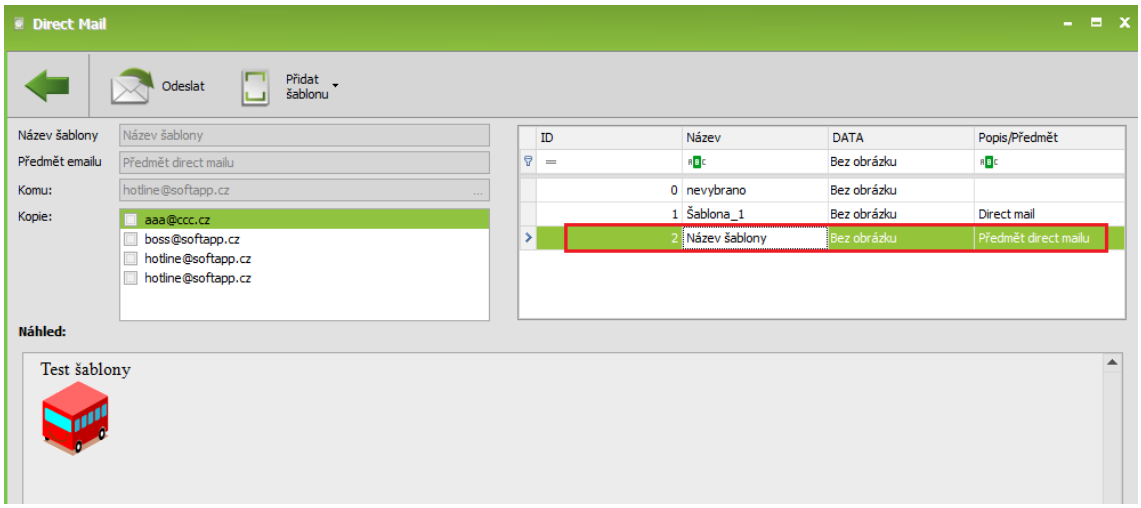
. Zvolíme *Nahrát šablonu ze souboru*.



V okně pro nahrání šablony zadáme *Předmět emailu*, který se v direct mailu odešle zákazníkovi jako předmět zprávy. Předmět e-mailu musí být vyplněný při nahrání šablony, nelze jej doplnit až před odesláním DM. V poli *Adresa šablony* vybereme přes tlačítko ... soubor z disku počítače. V poli *Název šablony* zadáme název, pod kterým se šablona uloží do databáze. Po vyplnění všech údajů potvrdíme nahrání šablony tlačítkem .



Následně v seznamu vybereme požadovanou šablonu. Po jejím označení se ve spodní části zobrazí náhled a můžeme zkontrolovat, zda je šablona v pořádku. Pokud ano, tlačítkem Odeslat direct mail odešleme.



Pro funkčnost odesílání SMS zpráv a e-mailů z modulu Marketing je zapotřebí mít nainstalovaný náš **SMS modul** a **CEK** (Centrální e-mailingový klient).

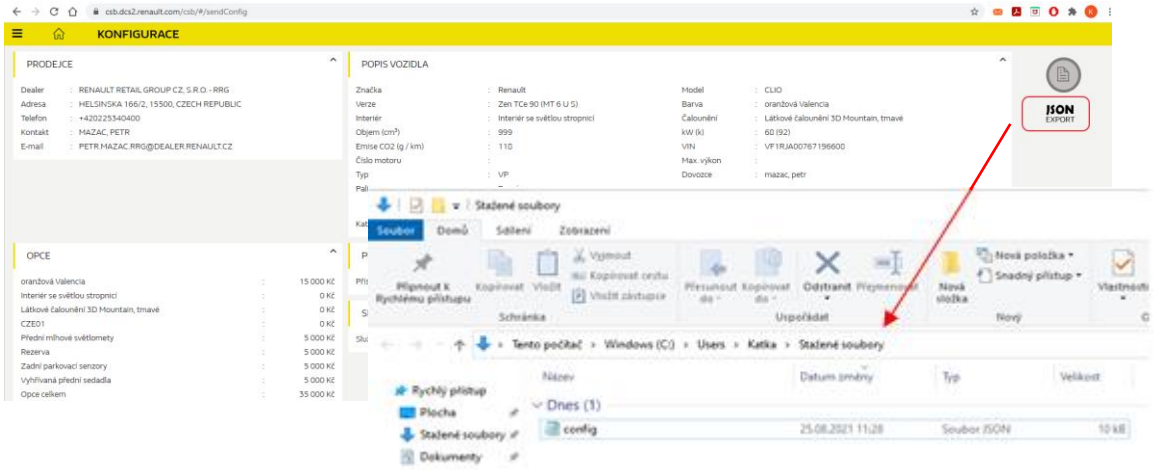
5 Prodejní proces

5.1 Zákazník „z ulice“

Prodejní proces můžete aplikovat na zcela nového zákazníka, který přijde do Vašeho dealerství. V případě zájmu o vůz je systém nastaven tak, aby práce se zákazníkem probíhala v následujících krocích, které na sebe vzájemně navazují.

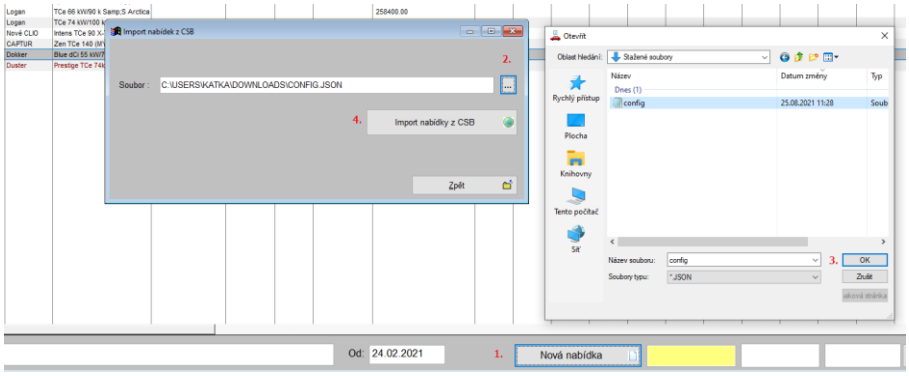
5.1.1 Konfigurace v CSB

V prvním kroku nakonfigurujete se zákazníkem požadovaný vůz v systému CSB. Po dokončení konfigurace vyexportujete soubor *config.json* a uložíte si jej na disk svého počítače.

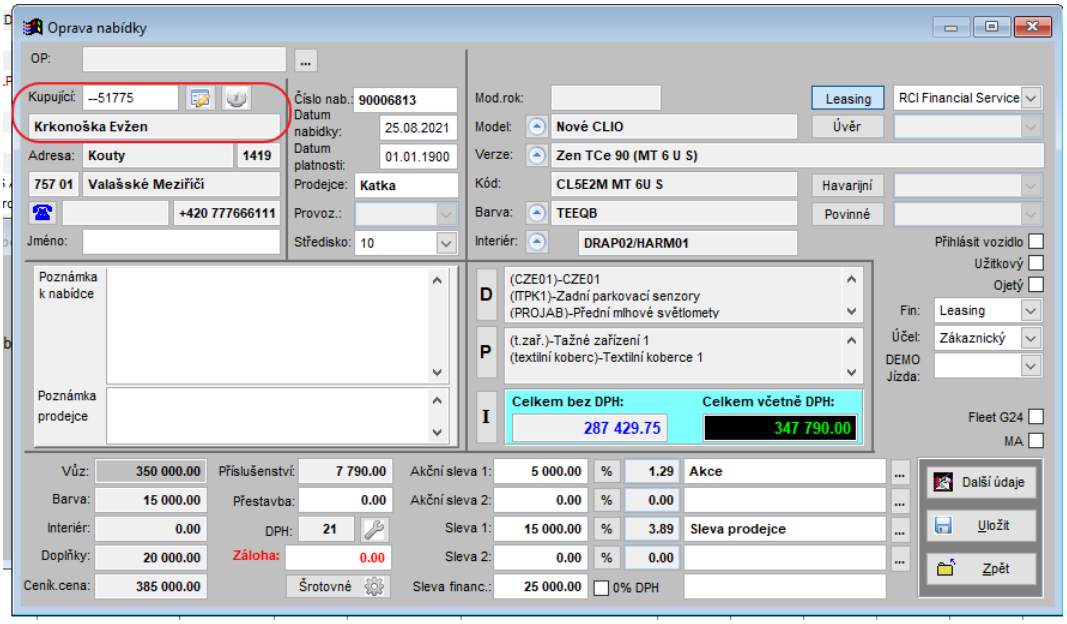


5.1.2 Nabídka v DMS Salon

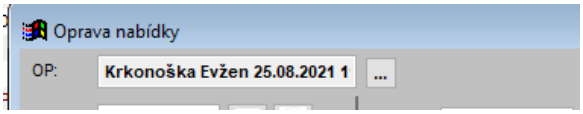
Druhým krokem je vytvoření nabídky v DMS Salon naimportováním nakonfigurovaného vozu v systému CSB. Pravým klikem na tlačítku *Nová nabídka* se zobrazí možnost výběru souboru z CSB. Vyberete soubor config.json, který jste si uložili na disk počítače, a kliknete v Salonu na tlačítko ***import nabídky z CSB***.

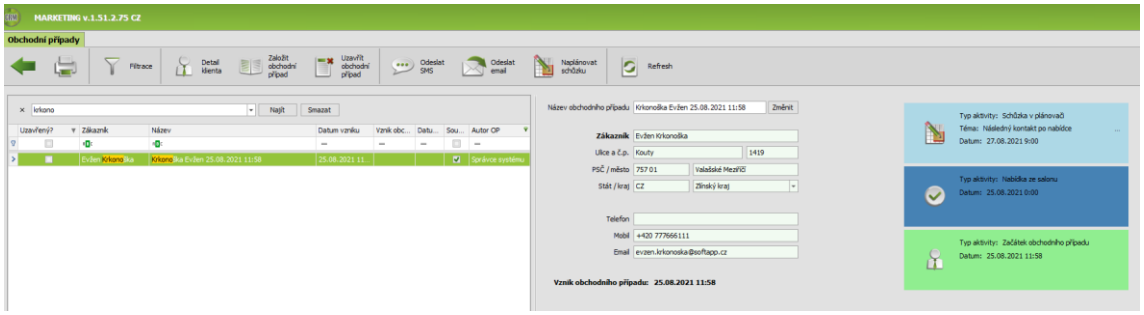


Po naimportování souboru zkontrolujete ceny a konfiguraci vozu. Každá nabídka je personalizovaná, určená konkrétnímu zákazníkovi, vždy tedy doplníme zákazníka. Dokončíme nabídku - přidáte doplňky a slevy. Zde začínáte poprvé pracovat s obchodním případem, jelikož při uložení nabídky se automaticky založí obchodní případ.



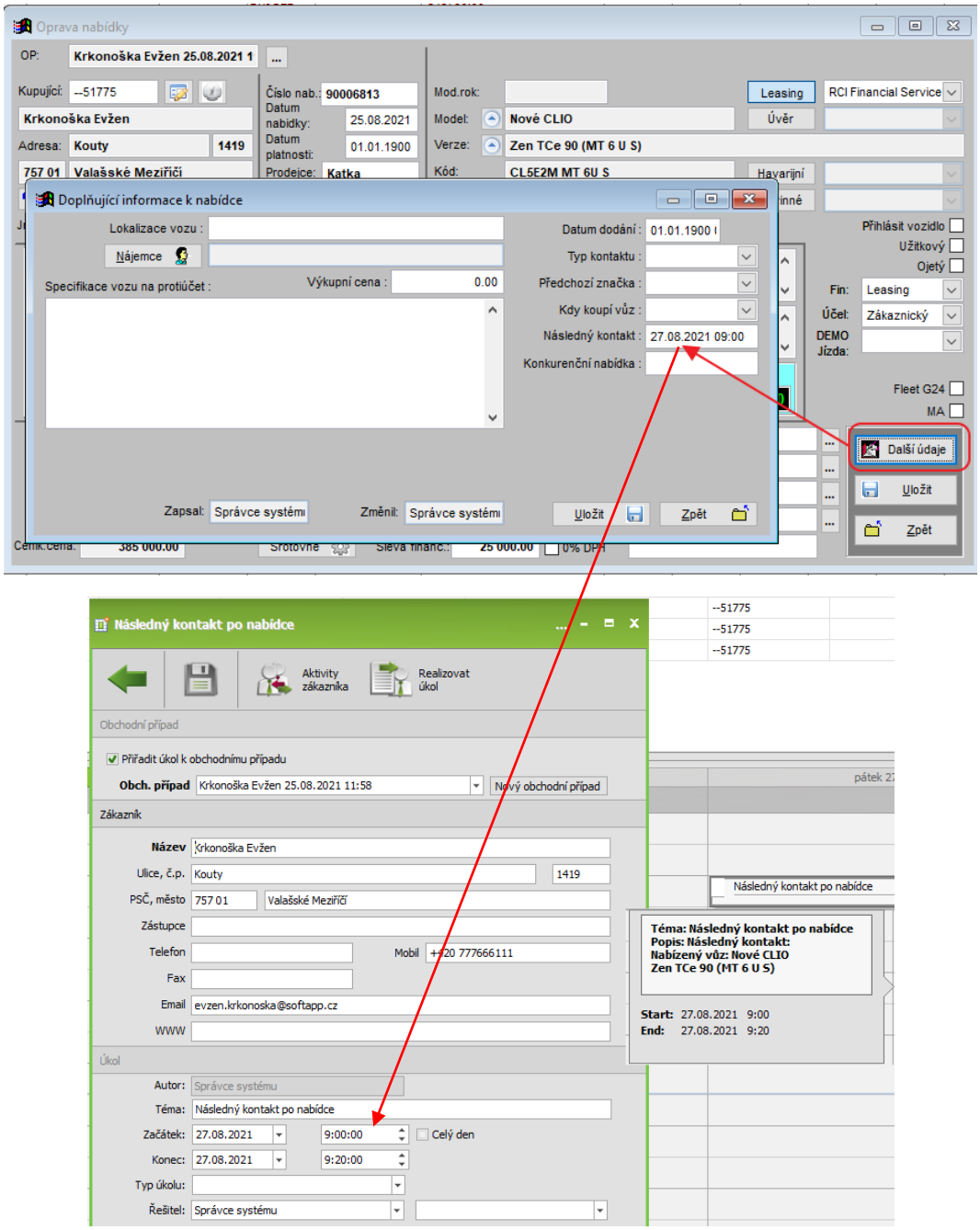
Obchodní případ a jeho název můžete pak vidět v editaci nabídky. Název obchodního případu tvoří jméno a příjmení zákazníka, datum a čas založení OP. Následné sledování obchodního případu a jeho aktivit probíhá v modulu Marketing.





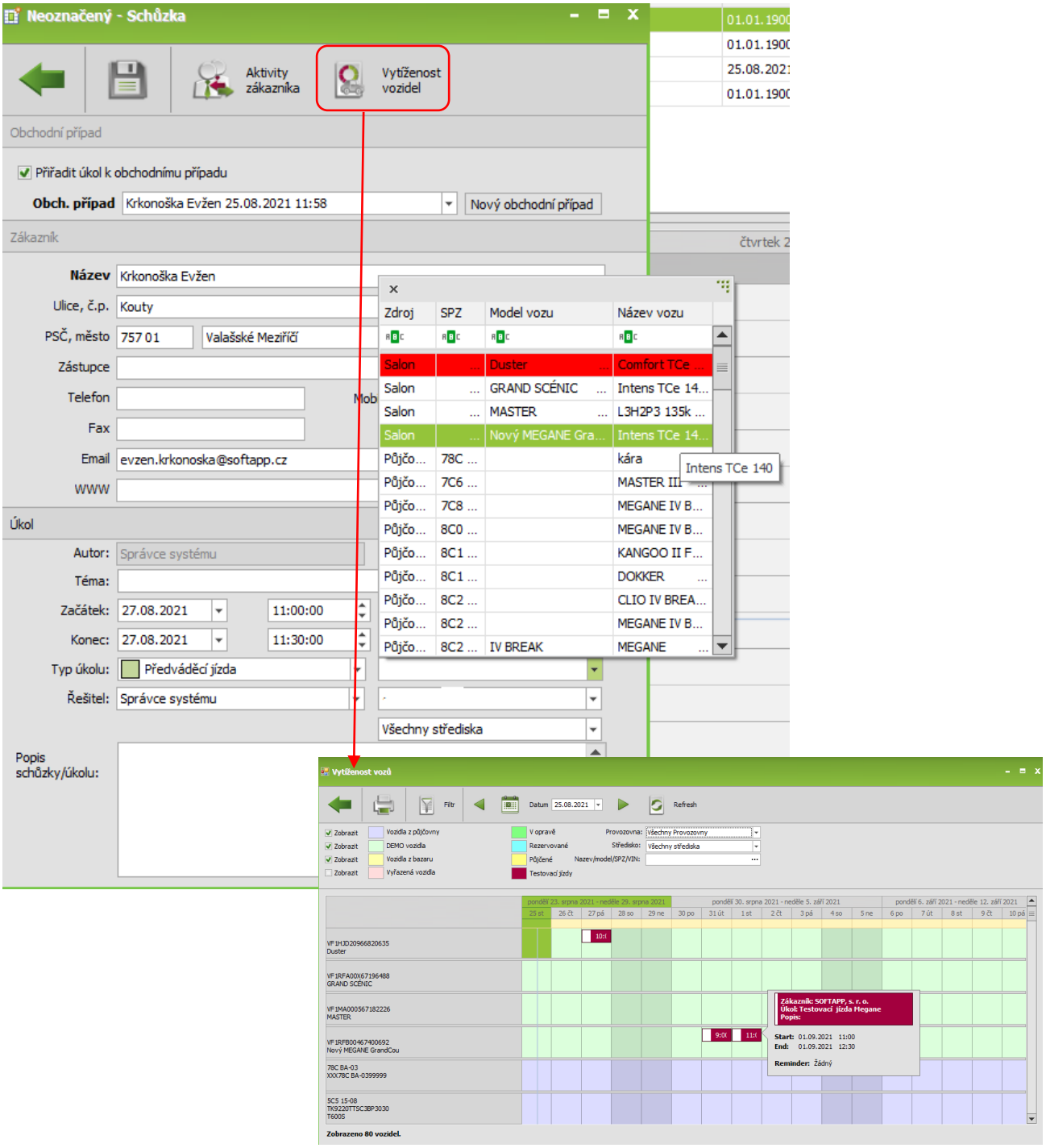
5.1.3 Naplánování kontaktu po nabídce

Třetím krokem je kontaktování zákazníka po vytvořené nabídce. Po uložení nabídky v DMS Salon se automaticky vytvoří schůzka v plánovači modulu Marketing. Tato schůzka se automaticky naplánuje 2 pracovní dny po nabídce a přiřadí se k danému obchodnímu případu. Termín vytvořené schůzky lze před uložením nabídky modifikovat v ***dalších údajích*** nabídky. V poli **následný kontakt** se automaticky doplní dopočtené datum, které můžete změnit.



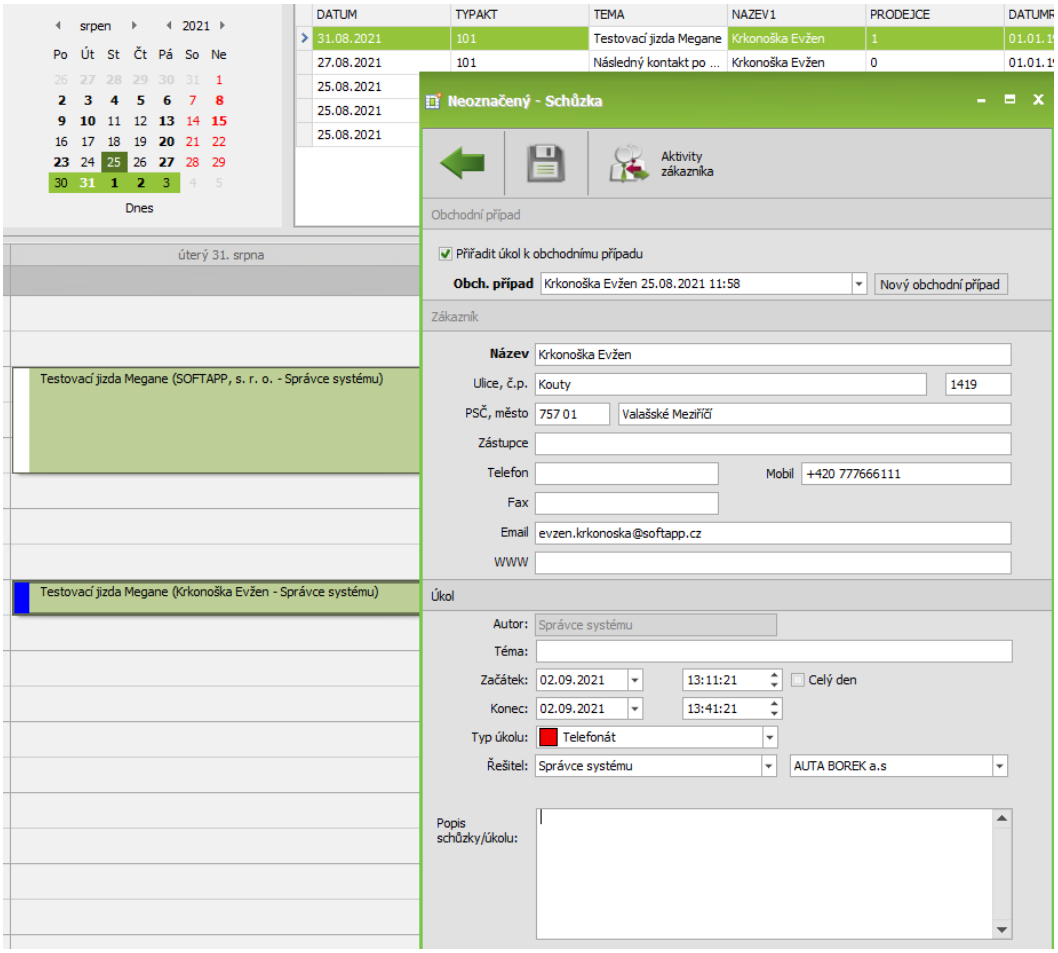
5.1.4 Testovací/předváděcí jízda

Čtvrtým krokem k získání zákazníka je naplánování předváděcí jízdy. Naplánování testovací jízdy provedete v plánovači modulu Marketing. V plánovači zvolíte založení nové schůzky a vyberete daného zákazníka. Po výběru zákazníka Vám program nabídne obchodní případy k danému zákazníkovi a vy zvolíte, ke kterému OP se má schůzka přiřadit. Pak zvolíte typ úkolu předváděcí jízda. U schůzky typu předváděcí jízda se zpřístupní kombo pro výběr vozu, který k jízdě použijete. Do seznamu vozů se nabízejí DEMO vozy ze salonu a vozy z půjčovny nebo bazaru dle globálního nastavení modulu Marketing. Vozy, které jsou v daný termín již rezervované, jsou v seznamu podbarveny červeně, a program nedovolí je pro testovací jízdu vybrat. Z vytváření schůzky se můžete podívat i na sestavu vytíženost vozidel, kde vidíte jednotlivé rezervace.



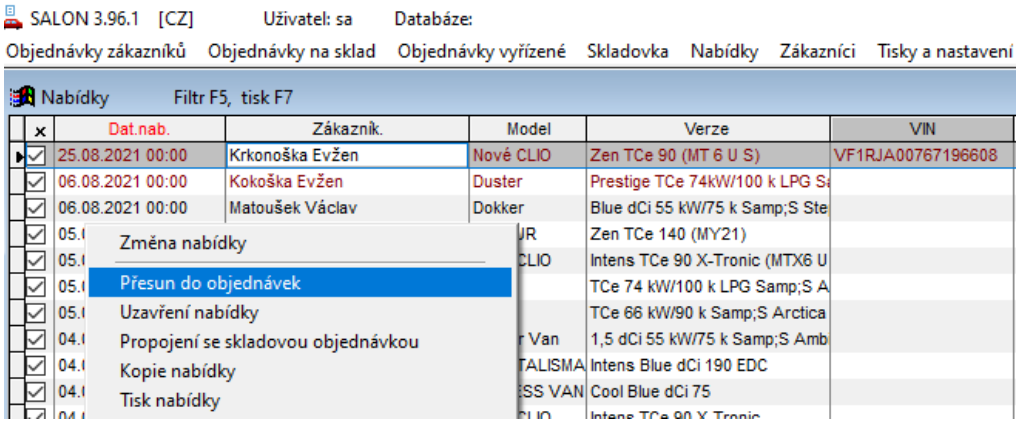
5.1.5 Kontakt po testovací/předváděcí jízdě

Pátým krokem prodejního procesu je kontaktování zákazníka po proběhnuté předváděcí jízdě. Po uložení realizace schůzky testovací jízda v modulu Marketing se automaticky nabídne založení následné schůzky. V plánování následné schůzky se předvyplní termín dle nastaveného počtu dní.

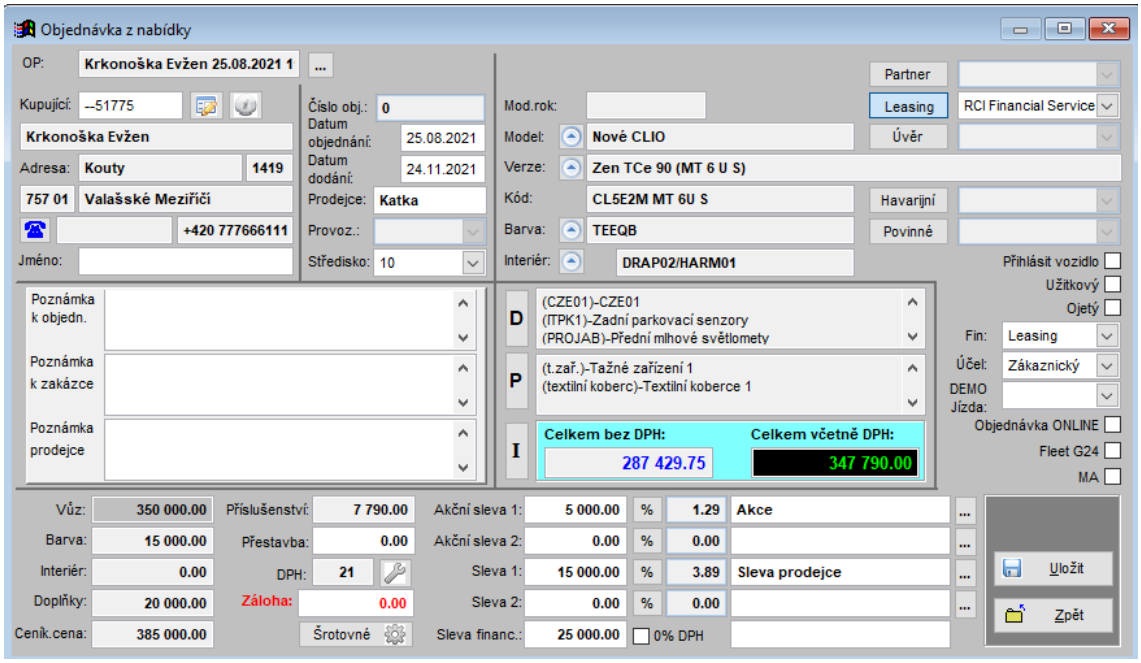


5.1.6 Objednávka z nabídky v DMS Salon

V šestém kroku se vrátíte zpět k nabídce v modulu Salon a vytvoříte z ní zákaznickou objednávku. V menu na pravý klik na nabídce vyberete ***přesun do objednávek***.

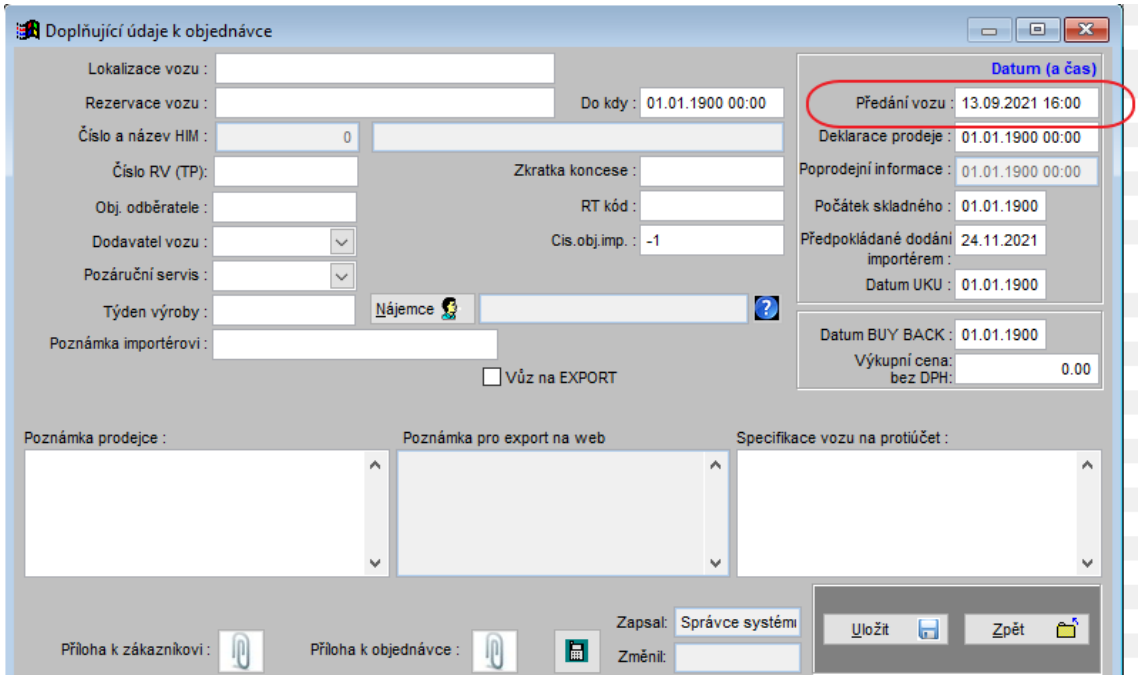


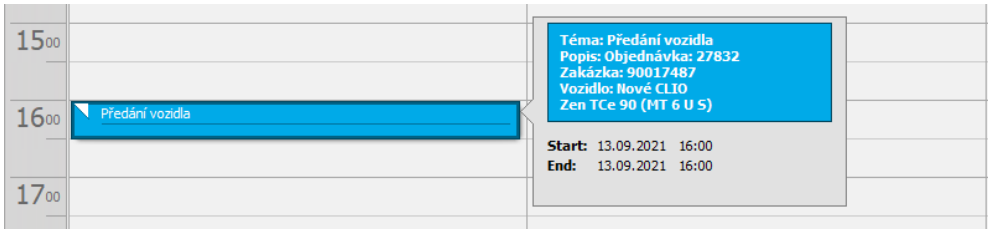
Všechny údaje z nabídky se přenesou včetně obchodního případu. Po uložení vznikne zákaznická objednávka, která se zároveň zapíše mezi aktivity u obchodního případu.

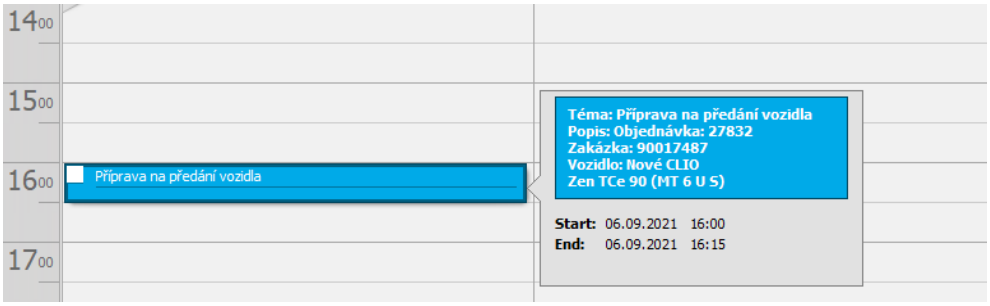


5.1.7 Schůzka pozvání na předání a předání vozu

V sedmém kroku již plánujete předání vozu zákazníkovi. V modulu Salon v ***doplňujících údajích k objednávce*** vyplníte datum předání vozu. Na daný den se v modulu Marketing vytvoří schůzka předání vozidla. Automaticky program založí i schůzku pozvání na předání vozu, která se naplánuje 5 pracovních dní před samotným předáním.

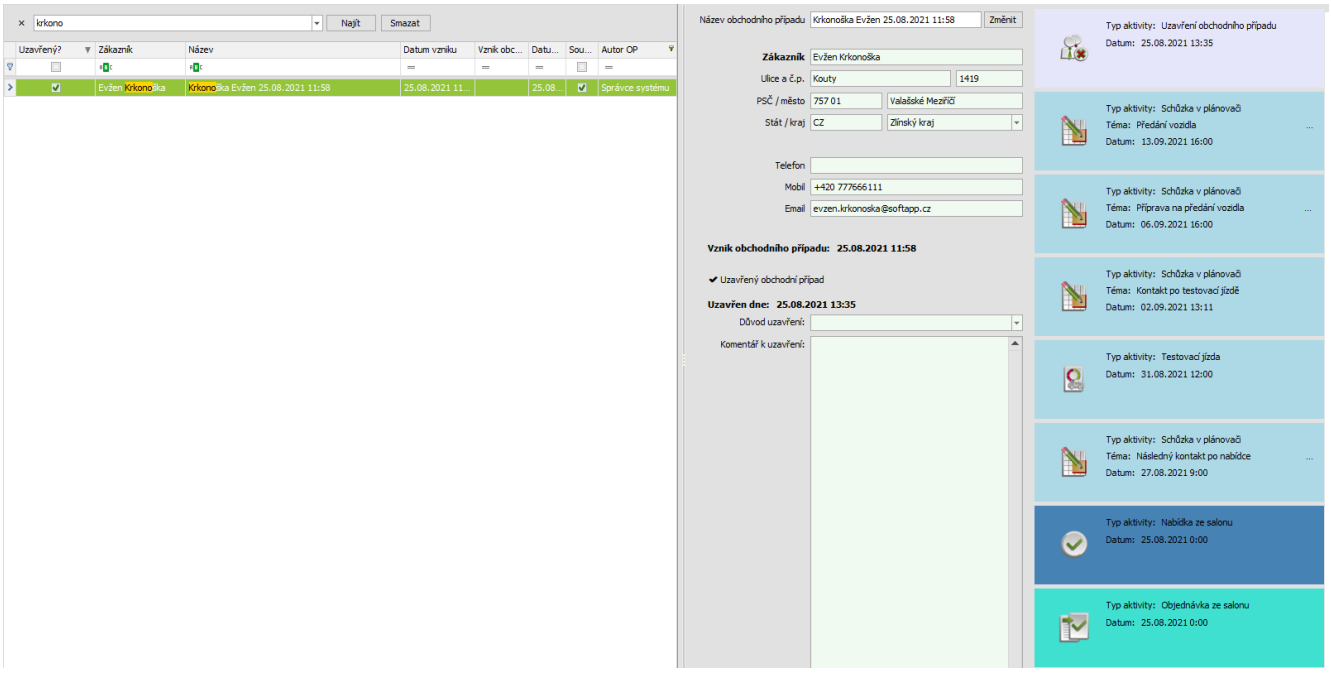






5.1.8 Předání vozu – výdej vozu v DMS Salon a uzavření obchodního případu

Osmým krokem prodejního procesu je výdej vozu ze skladu a předání zákazníkovi. Výdej vozu provedete v modulu Salon přes pravý klik na objednávce. Objednávka v modulu Salon se přesune do vyřízených a obchodní případ vázaný k tomuto prodeji se automaticky uzavře.



5.1.9 Kontakty v rámci poprodejní péče

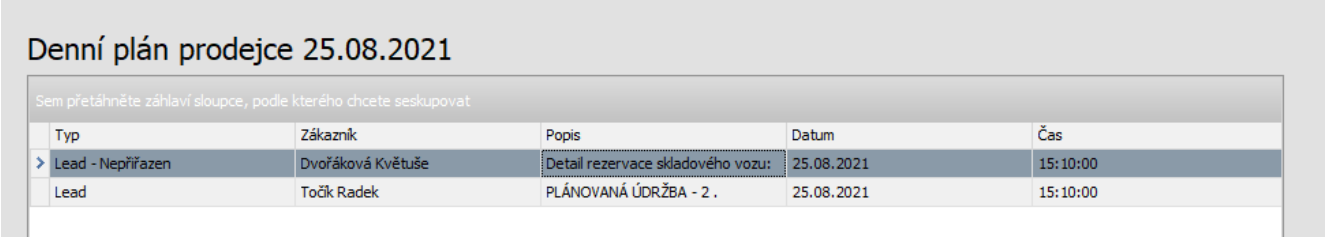
Posledním krokem prodejního procesu jsou kontakty v rámci poprodejní péče. Tyto kontakty jsou součástí alertů ŠNEK a oslovení tak provádíte přes modul CRM.

291	01 REN Vitejte do světa Renault CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
292	02 REN Objevte svůj vůz Renault CZ	Alert k oslovení zákazníků Renault 14 dn...	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
293	03 REN Věděli jste, že 1 CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
294	04 REN Věděli jste, že 2 CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
295	05 REN Věděli jste, že 3 CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
296	06 REN První rok spolu CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
297	07 REN Dva roky spolu CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
298	08 REN Tři roky spolu CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
300	12 REN Pět let spolu CZ	Alert k oslovení zákazníků..	01.01.2018	31.12.2021	☑	☐	☐	☐	nakup nv	NV
391	01 DAC Vitejte do světa Dacia CZ	Alert k oslovení zákazníků..	24.02.2020	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
392	02 DAC Věděli jste, že (CZ)	Alert k oslovení zákazníků..	24.02.2020	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
393	03 DAC První rok spolu (CZ)	Alert k oslovení zákazníků..	25.02.2020	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV
394	06 DAC Pět let spolu (CZ)	Alert k oslovení zákazníků..	25.02.2020	31.12.2021	☑	☐	☐	☐	nakup nv	NV
400	07 DAC RCI benefit (CZ)	Alert k oslovení zákazníků..	15.04.2020	31.12.2021	☑	☐	☐	☐		NV

5.2 Zákazník „z leadu“

Zahájit prodejní proces můžete i se zákazníky, kteří Vás osloví pomocí leadů.

Nově leady zpracováváte v modulu Marketing. Leady zpracované v modulu CRM jsou považovány za korektně zpracované a zahrnou se do všech statistik. Informaci o novém leadu získáte standardní cestou, tedy e-mailem. Informaci o nové leadu uvidíte také v sekci Leady a v Denním plánu prodejce. Dvojklikem na záznamu v denním plánu se Vám otevře sekce Leady pro zpracování.



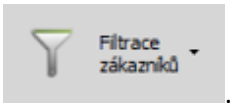
Na každý nově příchozí lead se automaticky založí nový obchodní případ. Jakmile proběhne zpracování leadu, pokračujete shodným procesem jako u zákazníka „z ulice“.

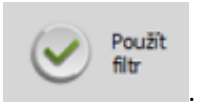
6 Práce se zákazníky

6.1 Filtrování zákazníků

Pro vyfiltrování skupiny zákazníků lze použít tři způsoby:

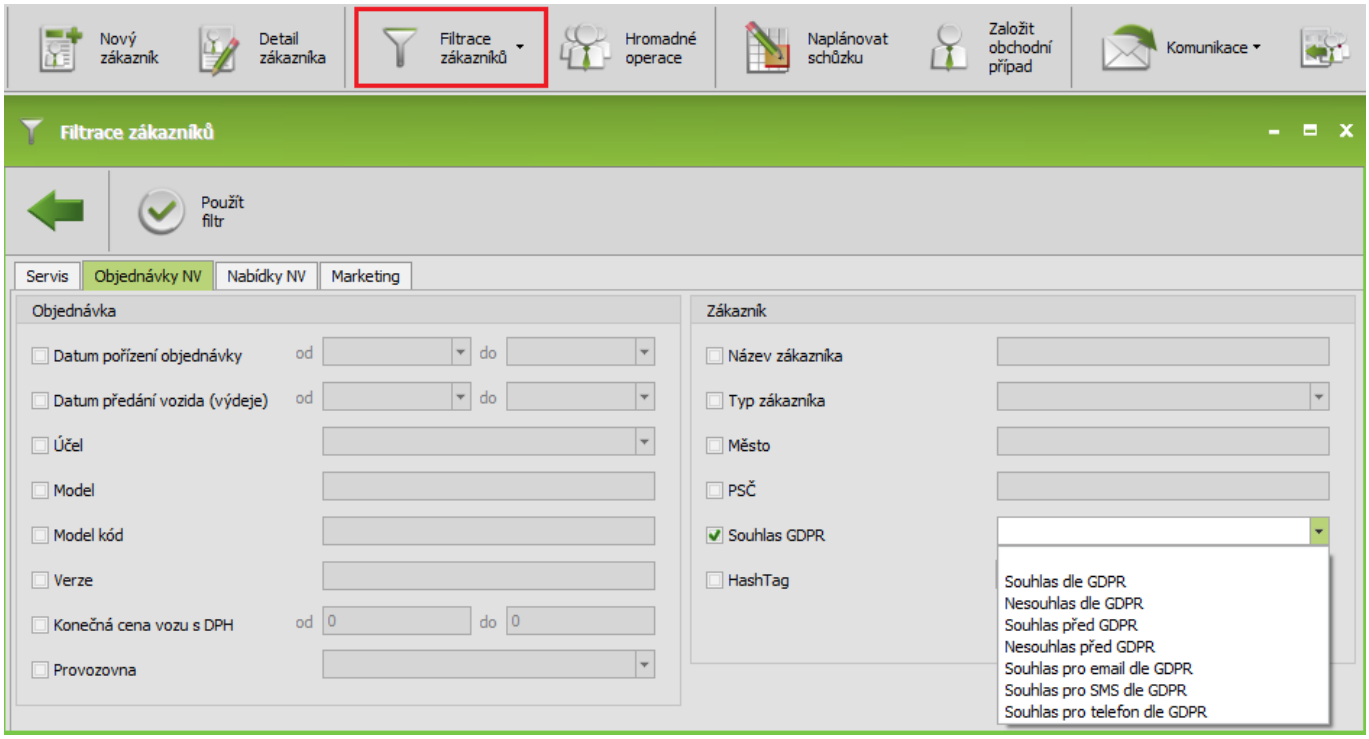
- fulltextové vyhledávání,
- filtry v záhlaví sloupců,
- filtr pro modul Servis, Salon a Marketing.

Fulltextové vyhledávání a filtry sloupců jsou představeny v kapitole 4.1. Do filtru pro modul Servis, Salon a Marketing se dostanete přes ikonu ***Filtrace zákazníků*** 

. Filtr je záložkami rozdělen na Servis, Objednávky NV, Nabídky NV a Marketing. Na všech záložkách je možnost filtrovat zákazníky dle **souhlasu s GDPR**, případně i skupinu zákazníků se souhlasem uděleným před GDPR. Zvolené výběrové podmínky vždy potvrdíte ikonou *použít filtr* 

.

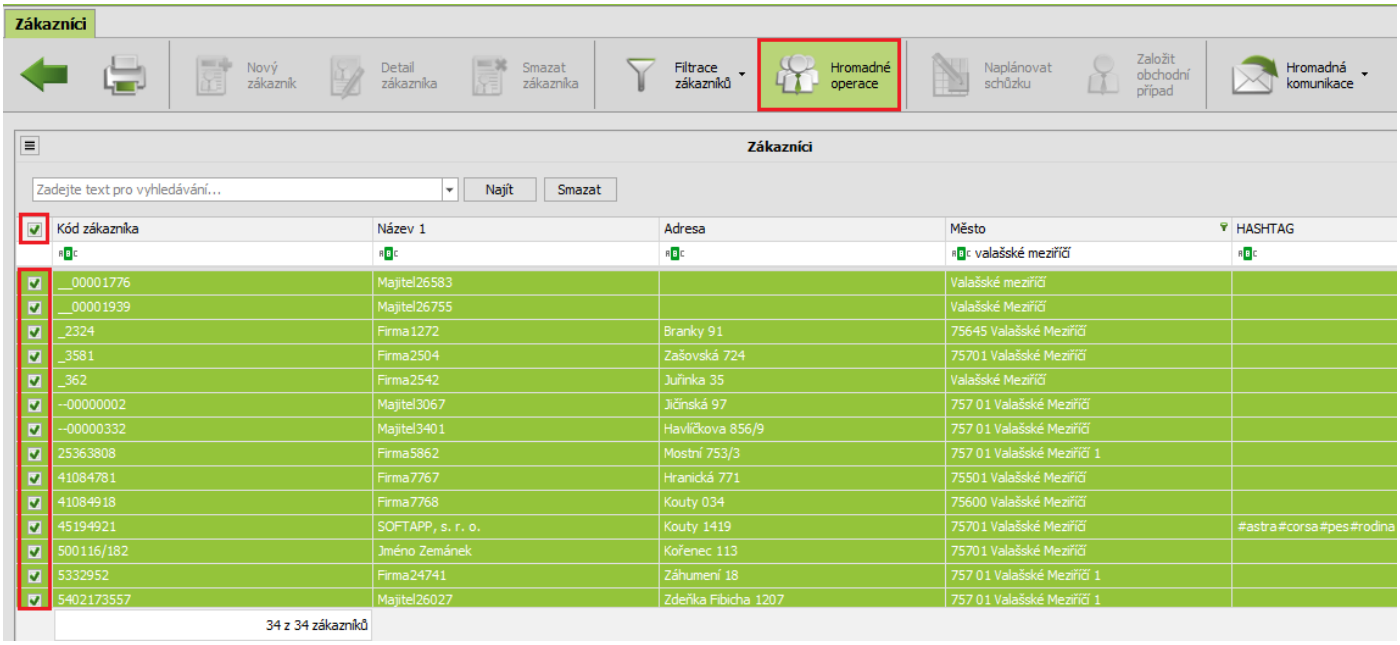
Návrat zpátky do celého číselníku obchodních partnerů a zrušení zadaného filtru provedete přes možnost ***zrušit filtr***.



6.2 Hromadné operace

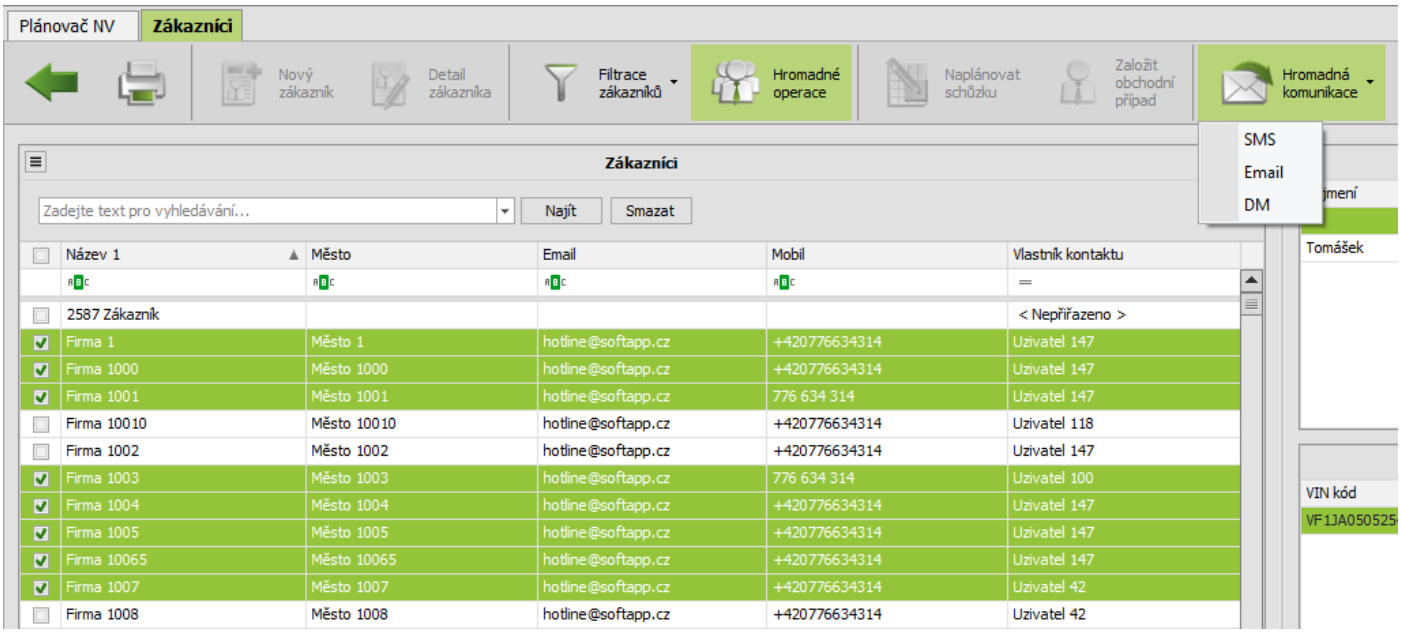
Po vyfiltrování skupiny zákazníků můžete s touto skupinou dále pracovat přes ikonu ***Hromadné operace***

. Po stisku tlačítka si celou skupinu označíte přes zatržení v záhlaví sloupce, nebo si zatrhneme jen konkrétní jednotlivce. Při hromadné operaci můžete skupinu zákazníků oslovit pomocí SMS nebo e-mailu, nebo ji můžete přidat do marketingové kampaně.



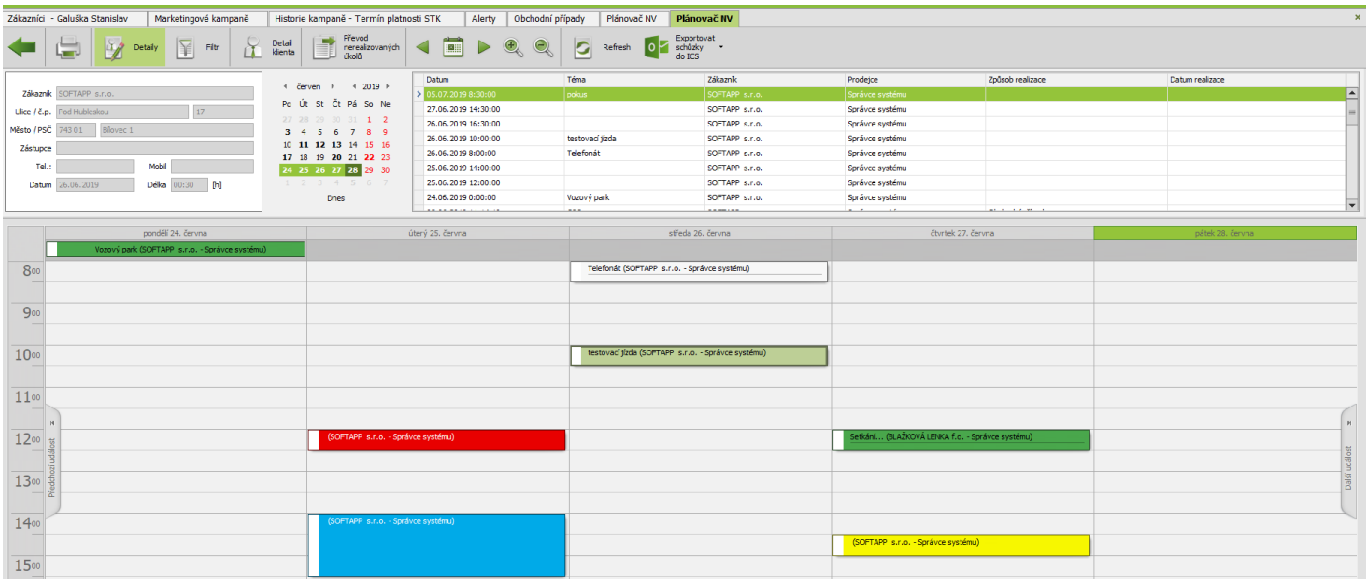
6.2.1 Komunikace

Po označení vybraných obchodních partnerů můžete tyto zákazníky hromadně oslovit pomocí SMS, e-mailu nebo direct mailu. Opět platí, že můžete použít předem předdefinovaný text zprávy přes tlačítko F2. Po odeslání zprávy program zahlásí počet odeslaných zpráv.

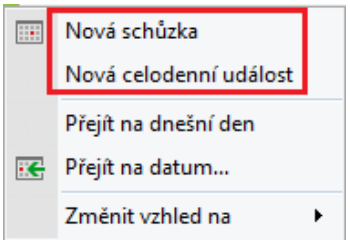


7 Plánovač úkolů a schůzek

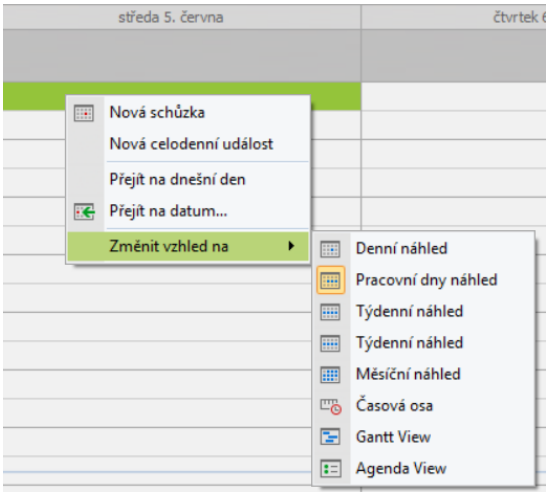
Součástí modulu marketing je i přehledný plánovač schůzek a úkolů, které si uživatel naplánuje se svými zákazníky. V plánovači jsou různé typy schůzek, které jsou nadefinovány v číselníku typů schůzek (více v kapitole 3.1).

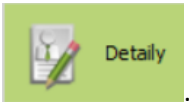


Vytvoření nové schůzky provedete klikem pravého tlačítka přes volbu *nová schůzka* nebo *nová celodenní událost* (pokud se jedná o úkol na celý den).

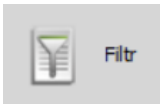


Podobu plánovače si zvolí každý uživatel pomocí kliku pravého tlačítka ve volbě *Změnit vzhled na*.

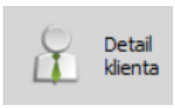


Horní část s kalendářem zobrazuje informace o zákazníkovi právě označeného úkolu. Tuto část můžete skrýt přes ikonu ***Detaily*** 

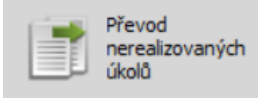
. V kalendáři jsou tučně zvýrazněny dny, na které je naplánovaný nějaký úkol a červeně víkendy a nepracovní dny (přebírá se z nastavení programu).



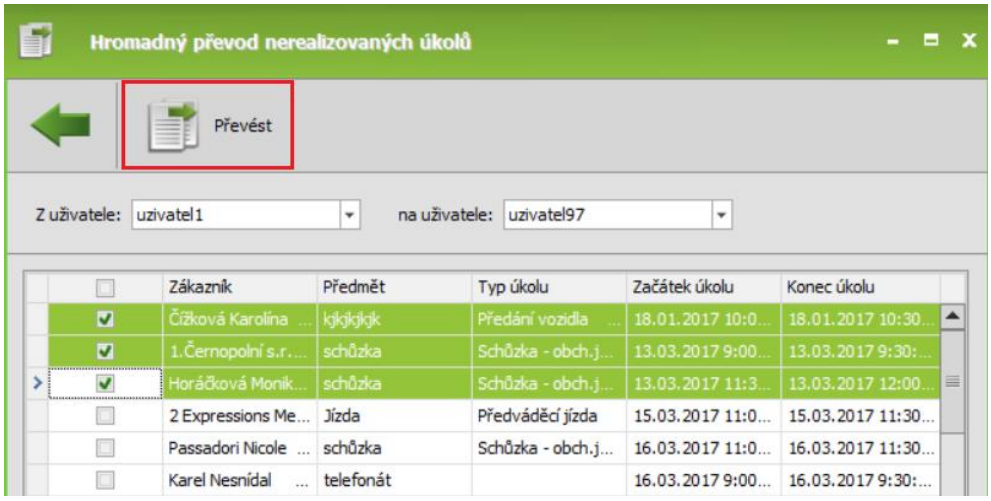
- otevře lištu s různými podmínkami, kterými lze filtrovat požadované schůzky.



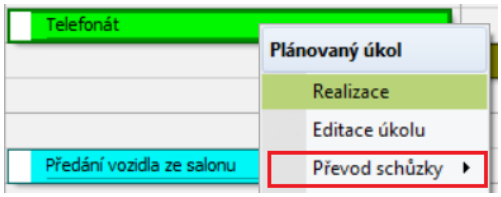
- otevře novou záložku s kartou klienta.



- volba umožňuje převádění nerealizovaných úkolů mezi uživateli. Lze využít v případě dovolené, fluktuace zaměstnanců apod. Po stisku ikony se otevře nové okno, kde zvolíte uživatele, jehož úkoly chcete převést a uživatele, který úkony převezme. Zatrhnete, které nerealizované úkoly mají být převedeny, a stisknete tlačítko *Převést*.

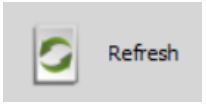


Převod konkrétní schůzky lze i přes pravý klik na daném úkolu ve volbě *Převod schůzky*, kde v seznamu vyberete uživatele, na kterého chcete schůzku převést.

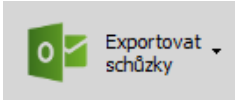


- pomocí šipek se posouváte do následujícího období v závislosti na nastavení vzhledu plánovače. Posouváte se tedy po dnech, týdnech nebo měsících.

- zvětší nebo zmenší místo u jednotlivých hodin.



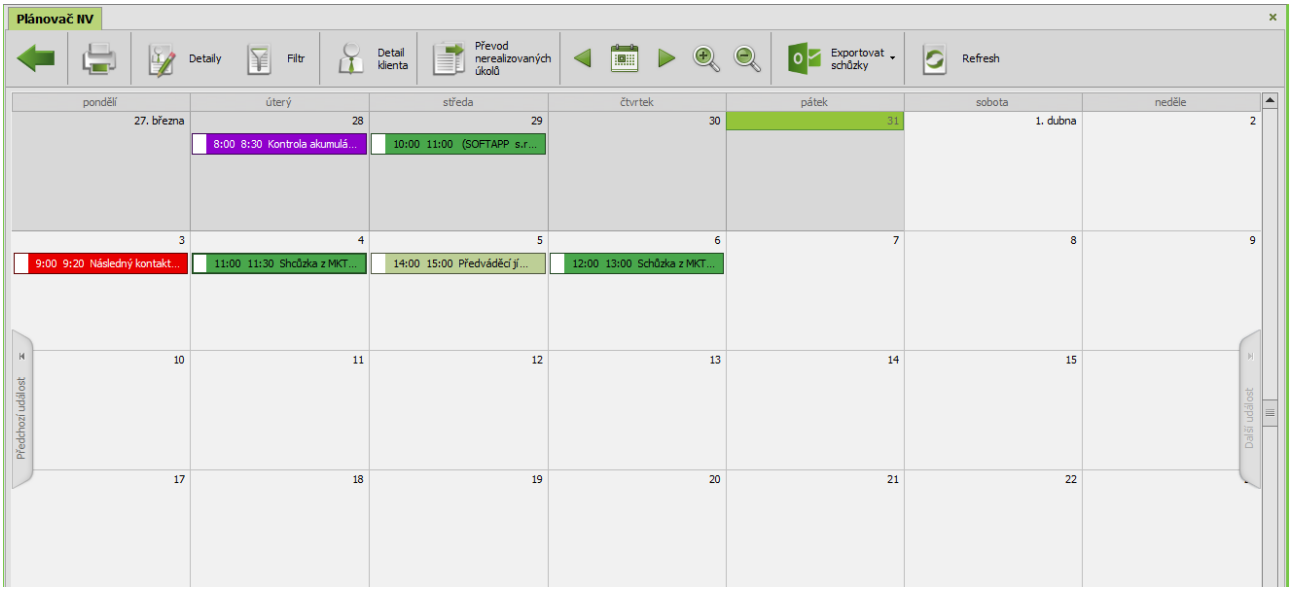
- aktualizace dat.

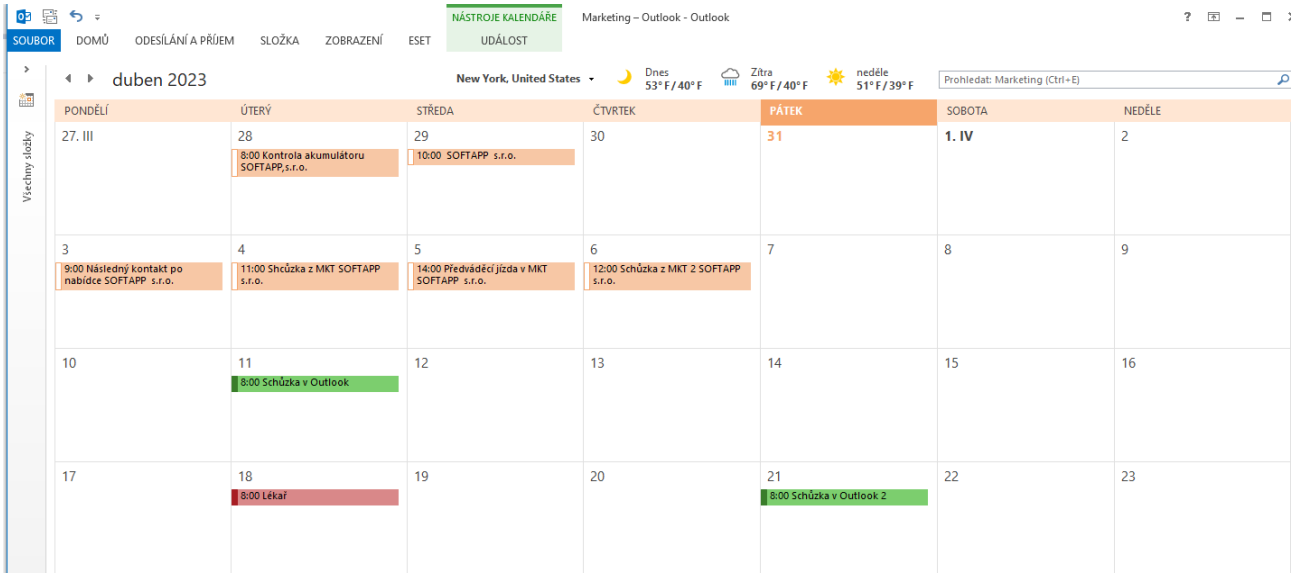


- export schůzek do souboru ve formátu *.ics nebo synchronizace s kalendářem v MS Outlook. Vyexportovaný soubor ***.ics** je možné naimportovat do kalendáře Googl, Apple.

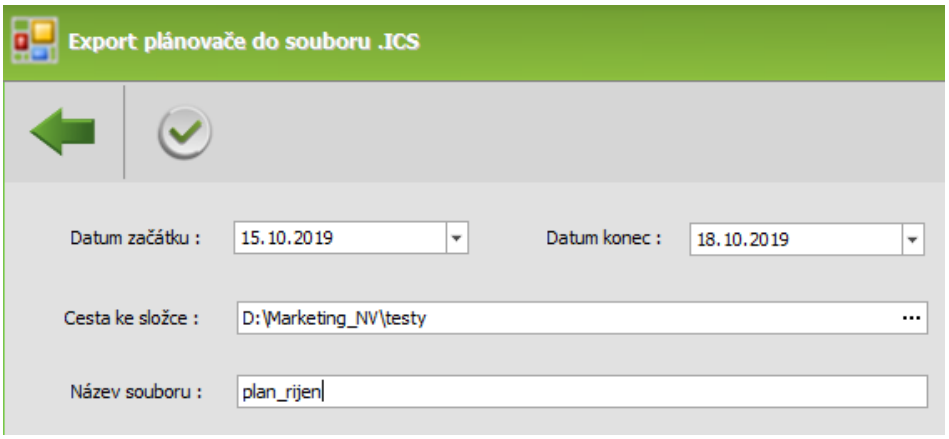
Při synchronizaci s MS Outlook se schůzky zapíší do kalendáře, který má uživatel nastavený v uživatelských parametrech (více v kapitole 13). Po každém stisknutí volby *synchronizace* se schůzky z DMS v Outlook přepíší. Od verze Marketingu **1.43.2.63** můžeme pro synchronizaci s MS Outlook používat společný kalendář pro schůzky v Outlook a schůzky z Marketingu. Synchronizace je od této verze ošetřena tak, že si v uživatelských parametrech volíme, do které složky na počítači se nám před synchronizací vytvoří záloha kalendáře Outlook. Po vytvoření zálohy se přenesou schůzky z Marketingu do kalendáře a nedochází k přepisu schůzek aplikace Outlook. Dle nastavení uživatele lze přenášet schůzky od aktuálního měsíce nebo všechny v databázi. Uživatel si také může zvolit, zda chce přenést pouze schůzky, kde je řešitelem, nebo schůzky všech uživatelů.

Do pole *předmět* u schůzky v Outlook se přenese pole *téma* ze schůzky v Marketingu a název zákazníka.



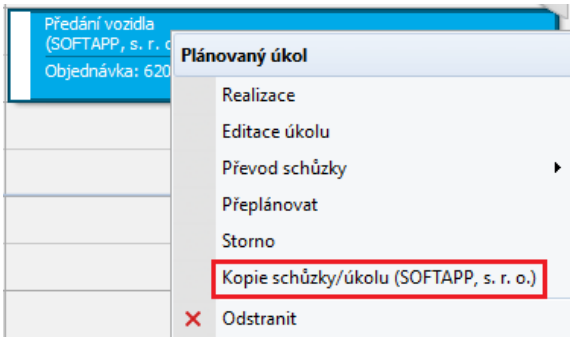


Při exportu dat do formátu *.ics se zadává období, které chce uživatel přenést do kalendáře Googlu, Applu. Po exportu se vytvořený soubor naimportuje do zvoleného kalendáře. Pokud uživatel přenese stejné období vícekrát, naimportované schůzky se opět přenesou, nedojde k jejich přepsání.



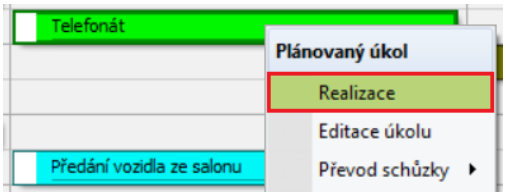
7.1 Kopie schůzek

Schůzku je možné vytvořit kopií již existující schůzky. Na vybrané schůzce vybereme přes pravý klik volbu **Kopie schůzky/úkolu**. Při kopírování schůzky se zobrazí okno pro plánování schůzky, kde je předvyplněný zákazník, typ úkolu, řešitel a případně i obchodní případ.



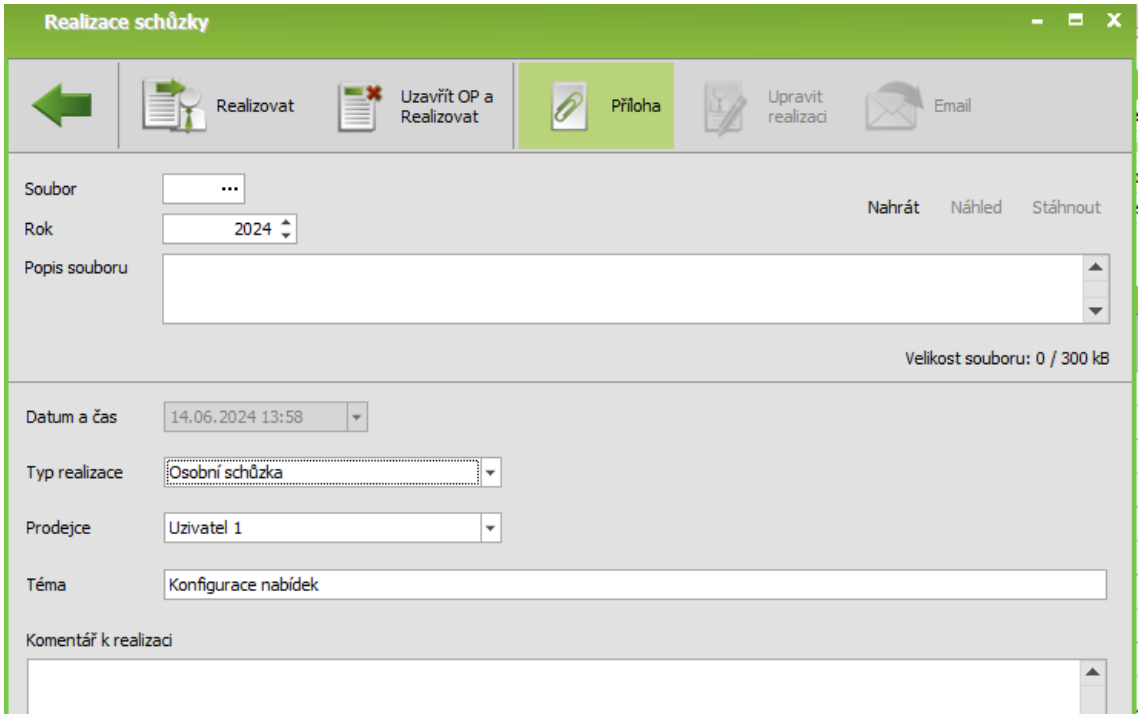
7.2 Realizace schůzek

Realizaci schůzky provedete přes pravý klik na konkrétním úkolu ve volbě **Realizace**.

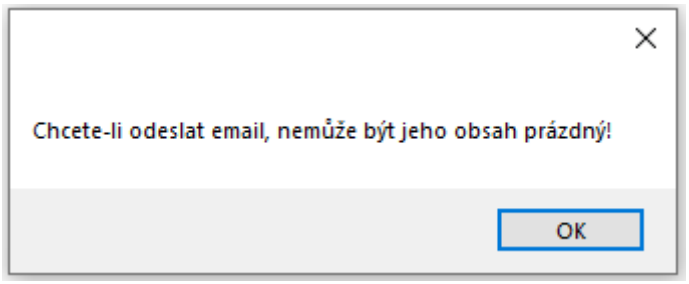


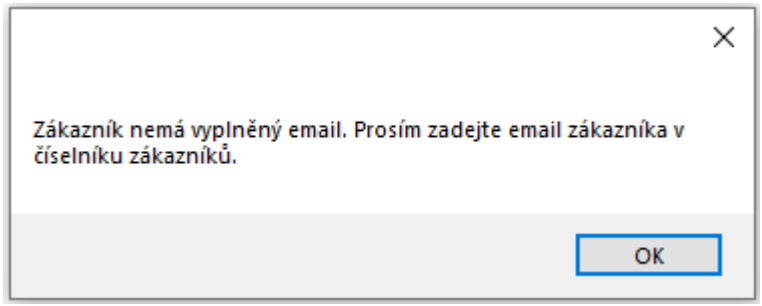
Realizovat vybranou schůzku můžete i přímo v editaci úkolu.

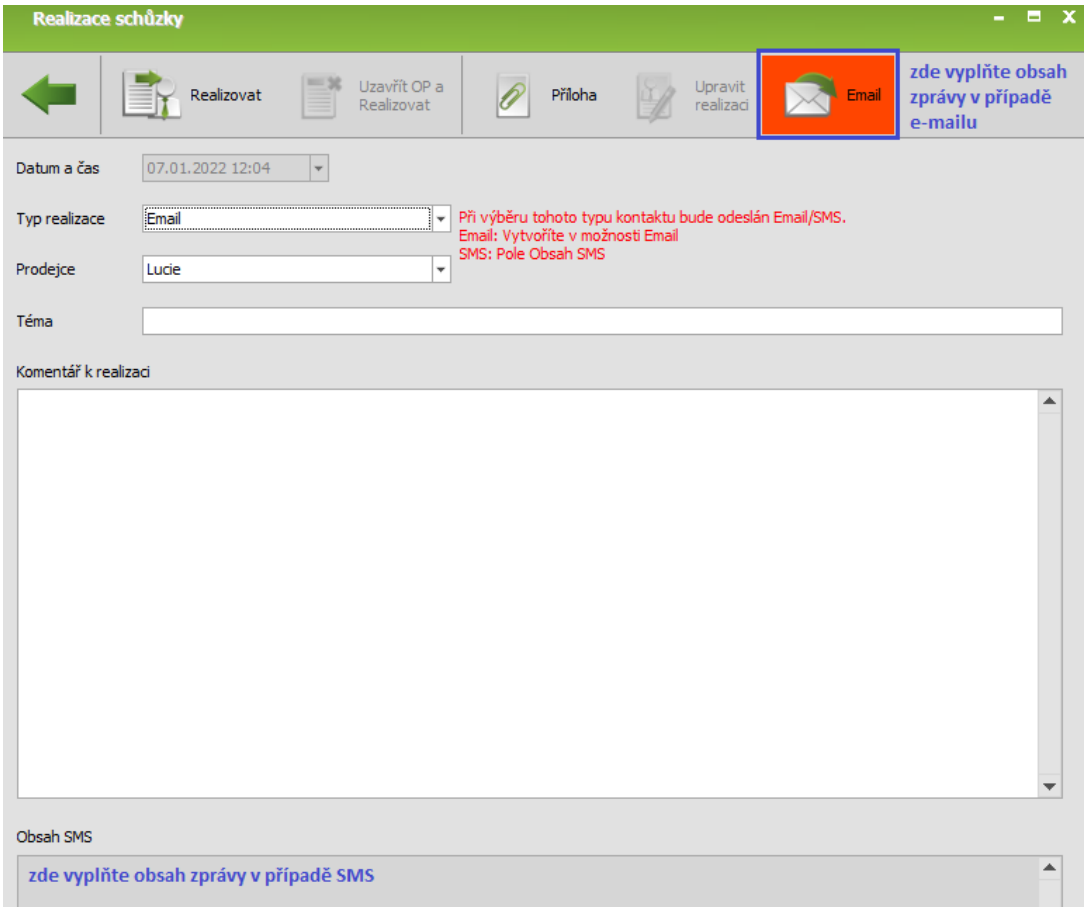
U realizace vyberete způsob realizace a zvolíte prodejce (přednabízí se přihlášený uživatel). Pole téma se přebírá z úkolu. Dále můžete k realizaci přidat slovní komentář nebo připojit přílohu.



Pokud se jedná o SMS nebo e-mail musíte vyplnit obsah zprávy, jinak vás program nepustí úkol zrealizovat a upozorní na chybějící obsah zprávy. Po vyplnění obsahu realizaci uložíte a zároveň tím odešlete zprávu zákazníkovi.



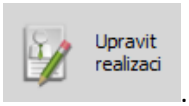




Z realizace schůzky můžete uzavřít i obchodní případ, ke kterému se schůzka váže, tlačítkem ***Uzavřít OP a realizovat***

. Po kliku na tlačítko uzavřít OP a realizovat se zobrazí okno pro uzavření obchodního případu. Po potvrzení uzavření případu se provede realizace schůzky.

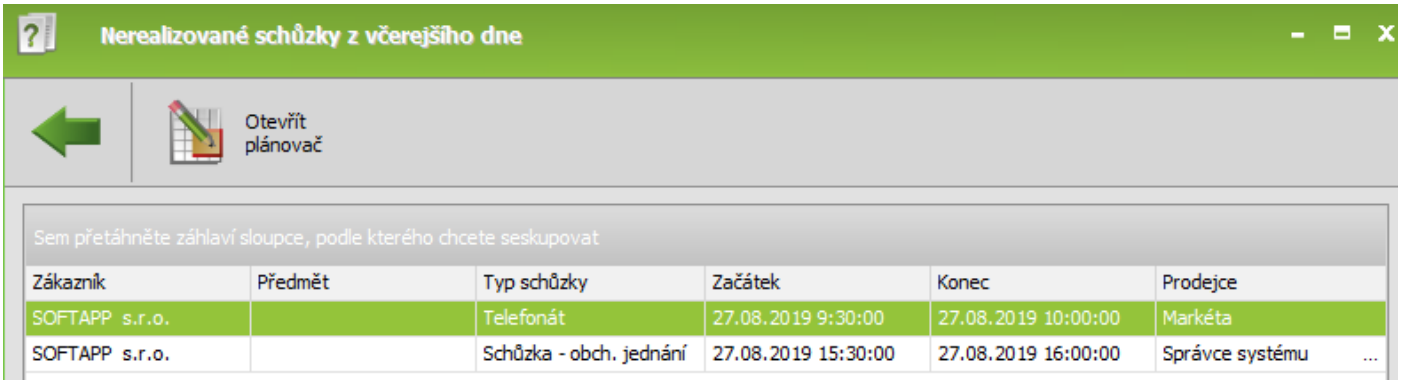
Pokud realizujete typ schůzky, která má v číselníku nastaven následný úkol, nabídne se naplánování a uložení tohoto následujícího úkolu.

V závislosti na nastavení programu je možné realizace schůzek upravovat. Pokud máte úpravu realizací povolenou, provádíte změny přes náhled realizace pomocí ikony ***Upravit realizaci*** 

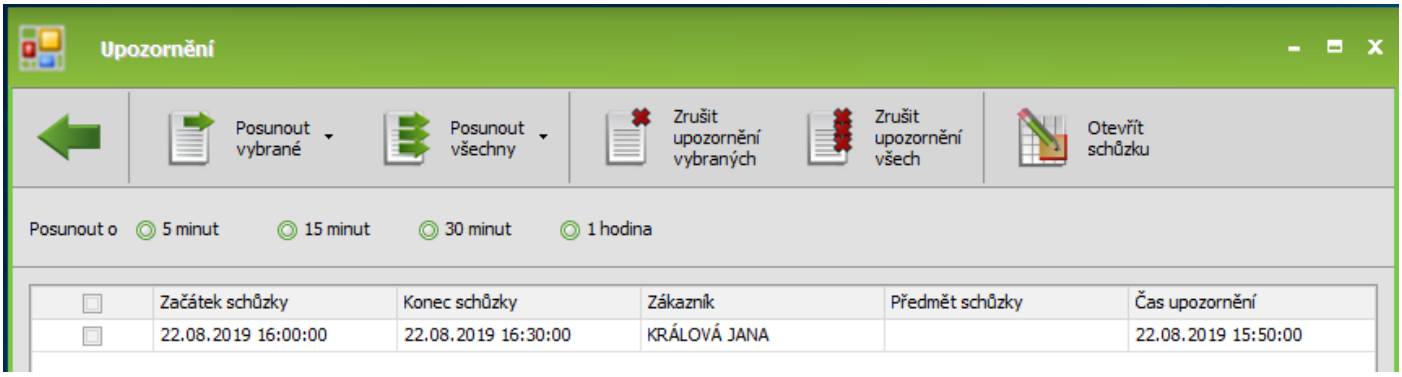
.

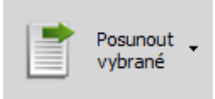
7.3 Upozornění na schůzky

Modul Marketing poskytuje uživatelům možnost nastavení upozornění na naplánované a nerealizované schůzky. Pokud chce být uživatel upozorněn na své nerealizované schůzky z předchozího dne, musí si v uživatelských nastaveních zatrhnout parametr *upozorňovat na nerealizované schůzky při spuštění*. Pokud má tento parametr nastaven správce systému, program jej po spuštění upozorňuje na schůzky všech uživatelů. Z upozornění na *nerealizované schůzky ze včerejšího dne* můžete otevřít na nové záložce plánovač, kde můžete úkoly zkontrolovat.

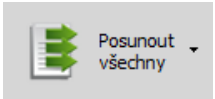


Pokud chce být uživatel upozorněn na naplánovanou schůzku několik minut před začátkem, je možné si v uživatelských parametrech nastavit, kolik minut před začátkem úkolu si přeje být upozorněn. Opět platí, že správce systému je upozorněn na schůzky všech uživatelů.

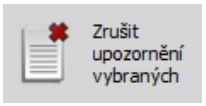




- upozornění na vybrané schůzky se posune o zvolený počet minut. Za uplynutí této doby program na schůzku opětovně upozorní.



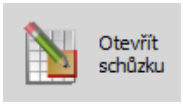
- upozornění na všechny zobrazené schůzky se posune o zvolený počet minut. Za uplynutí této doby program na schůzku opětovně upozorní.



- u zvolené schůzky se vynuluje čas upozornění.

28.08.2019 11:00:00	28.08.2019 12:00:00			01.01.0001 0:00:00

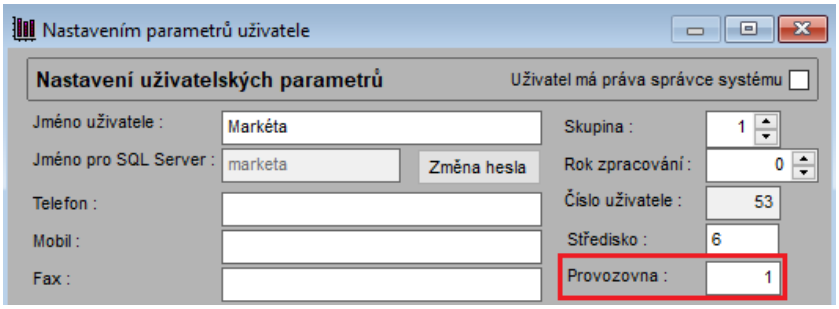
- vynuluje čas upozornění u všech zobrazených schůzek a zavře okno *upozornění*.

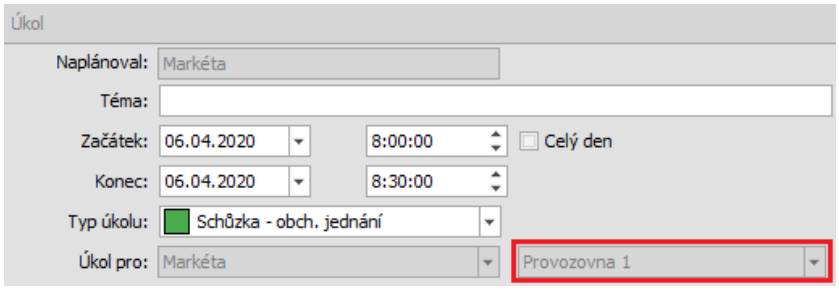


- v novém okně se otevře detail schůzky.

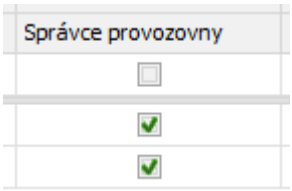
7.4 Práce s provozovnami

Pokud pracujete s provozovnami je možné v modulu Marketing plánovat schůzky na různé provozovny. Provozovna se automaticky při vytváření schůzky přebírá z nastavení uživatele v modulu Klient. Pokud má uživatel právo plánovat schůzky i ostatním uživatelům, může plánovat pouze v rámci své provozovny.

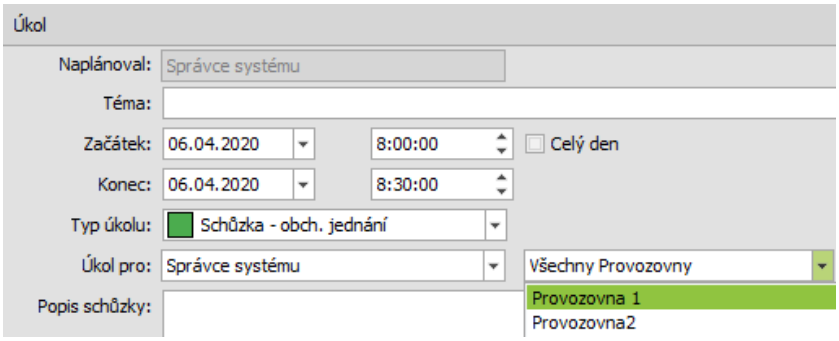




Pokud je uživatel v modulu Marketing nastaven jako správce provozovny, vidí v plánovači všechny schůzky vytvořené v provozovně, do které je zařazen.

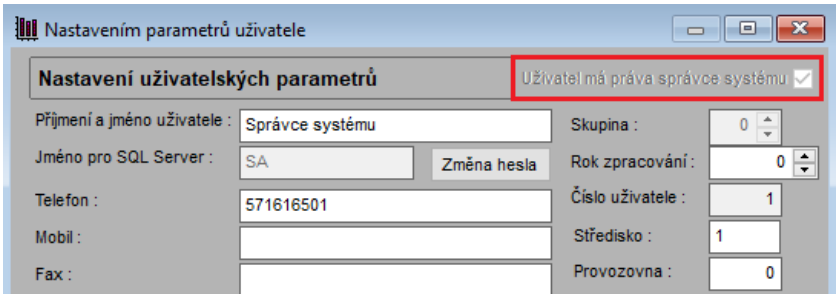


Nastavením parametrů lze uživateli zpřístupnit práci se všemi provozovnami. Při práci se všemi provozovnami vidí uživatel schůzky z ostatních provozoven, má povoleno plánování schůzek na jiné provozovny a ve filtru v plánovači se zpřístupní podmínka pro filtrování mezi provozovnami.

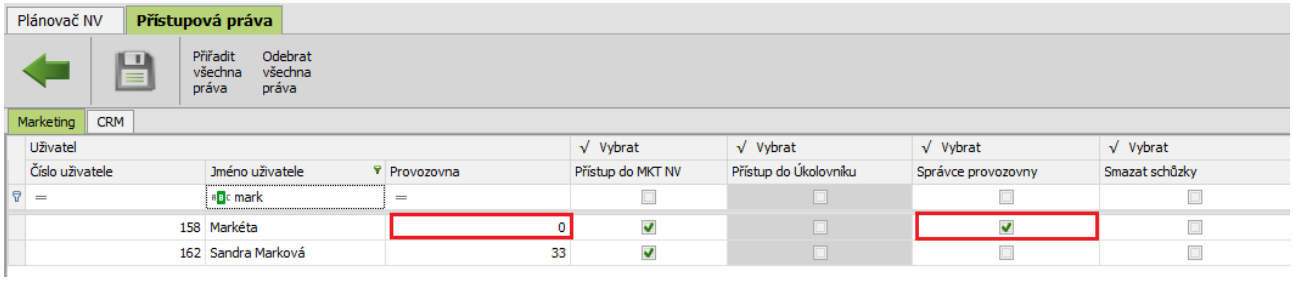


Pokud má uživatel pracovat se všemi provozovnami, musí splnit jednu z následujících podmínek.

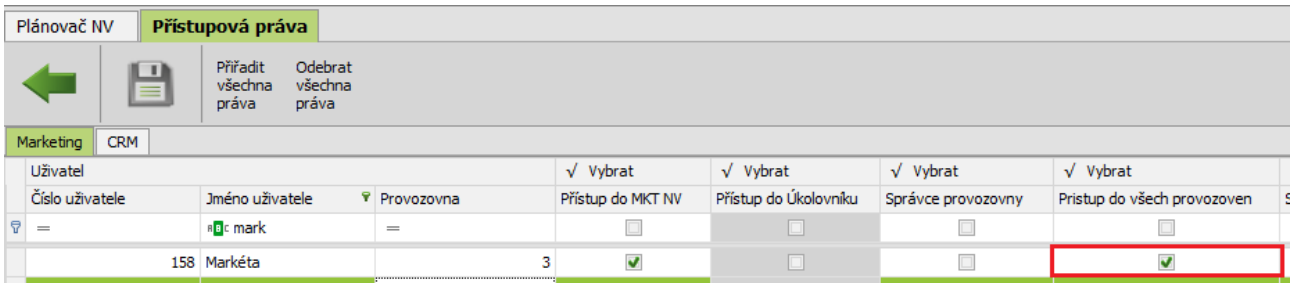
1. V modulu Klient má nastavené právo správce systému.



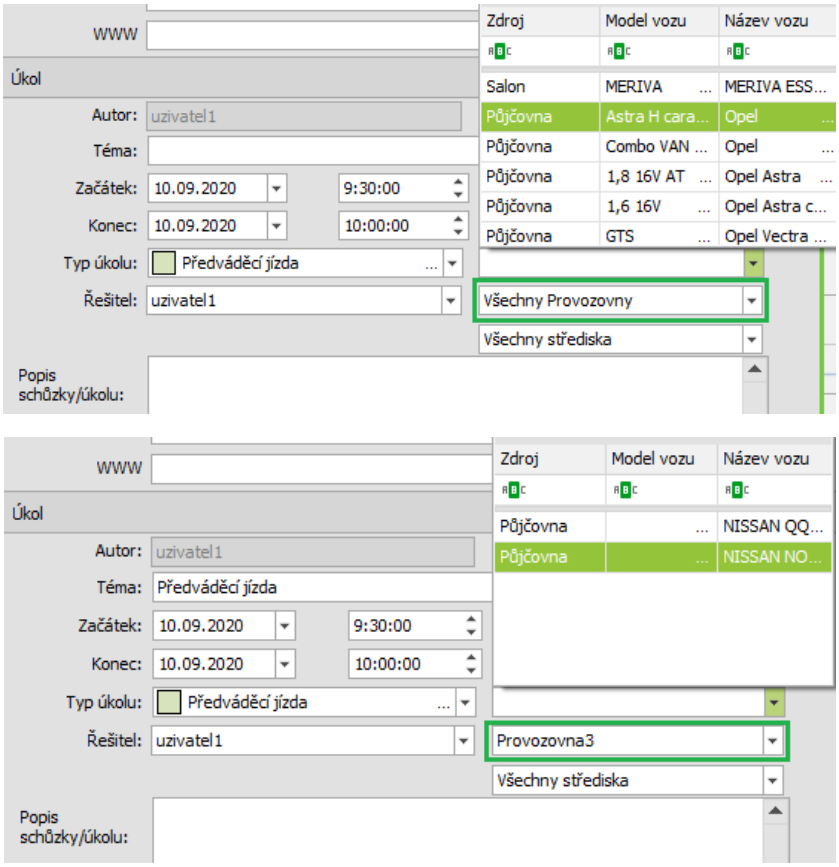
2. V modulu Klient má nastavenou provozovnu č. 0 a zároveň je v modulu Marketing označený jako správce provozovny.



3. V modulu Marketing má uživatel nastavené právo ***přístup do všech provozoven***.

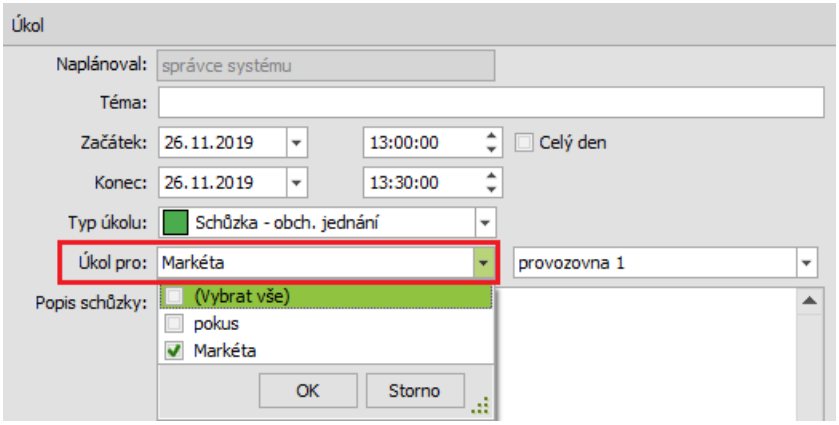


Dle provozoven se dělí i vozy při plánování předváděcích jízd. Pokud je uživatel zařazen do konkrétní provozovny, nabízejí se mu pro plánování předváděcích jízd pouze vozy z dané provozovny. U uživatele, který pracuje se všemi provozovnami, se zobrazují v seznamu všechny vozy. Jakmile tento uživatel vybere u schůzky provozovnu, zobrazí se v seznamu vozidel pouze vozy ze zvolené provozovny.



7.5 Plánování na jiného uživatele

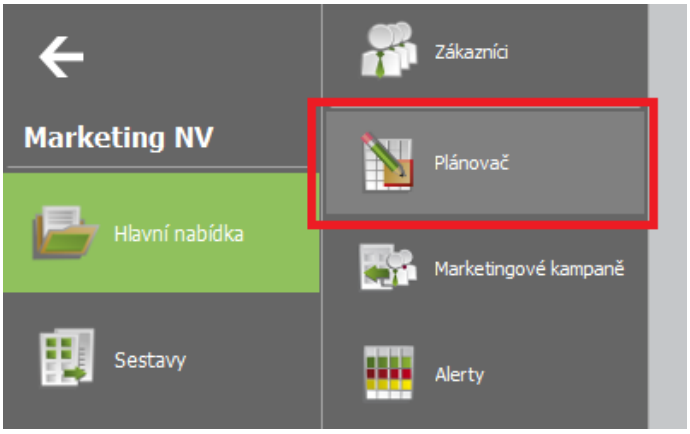
Plánovat schůzky na jiného uživatele může správce systému a uživatel, který má v přístupových právech modulu Marketing nastaveny parametry *Schůzka na jiného uživatele* a *Zobrazit všechny schůzky*. Pokud má uživatel takto nastaveno, může při plánování schůzky vybrat uživatele, kterému daný úkol přiřadí. Uživatelé se v seznamu zobrazují dle zvolené provozovny.



8 Úkolovník

Úkolovník je diář, ve kterém je možné plánovat schůzky a úkoly zaměstnanců (resp. uživatelů DMS).

Úkolovník = Plánovač v programu Marketing, ale s omezenými funkcemi:



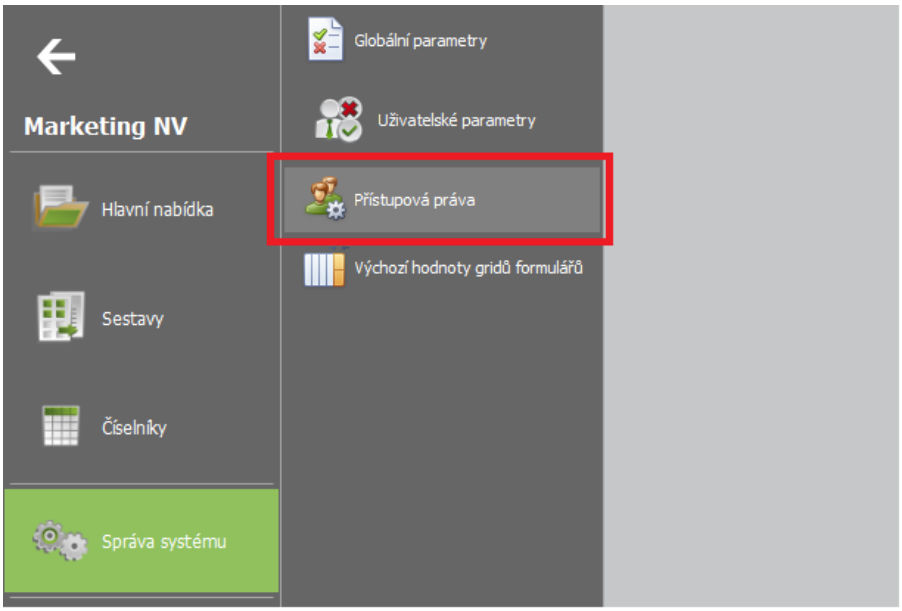
Jedná se tedy o součást programu Marketing označený jako Plánovač.

8.1 Aktivace funcionality

Úkolovník je od verze modulu Marketing 1.44.5.67 placená služba, kterou je nutné aktivovat pracovníky firmy Softapp. V případě zájmu o tuto funkcionalitu prosím kontaktujte obchod@softapp.cz.

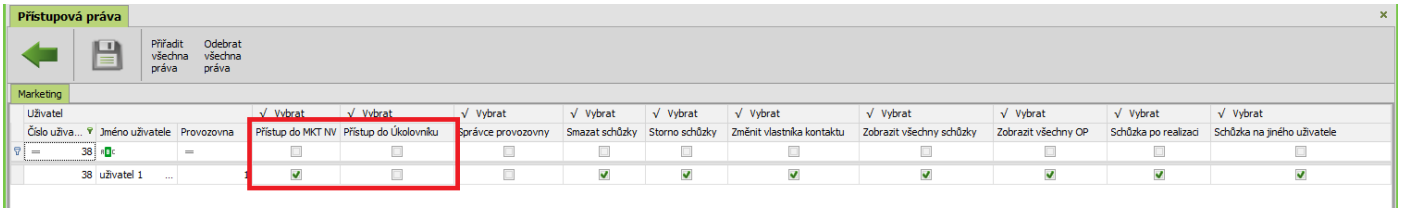
8.2 Nastavení přístupových práv

Nastavení přístupu a práv uživatele do Úkolovníku se provádí v sekci **Správa systému/Přístupová práva**:



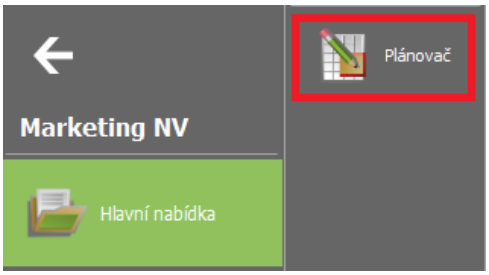
8.2.1 Popis jednotlivých práv

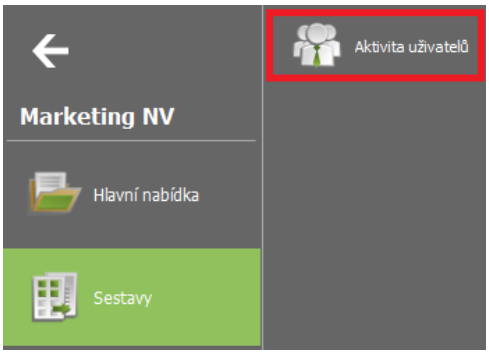
Uživatelé s právy „**Přístup do Marketingu**“ mají automaticky práva také k Úkolovníku, i když nejsou práva k Úkolovníku v nastavení práv zaškrtnuta.



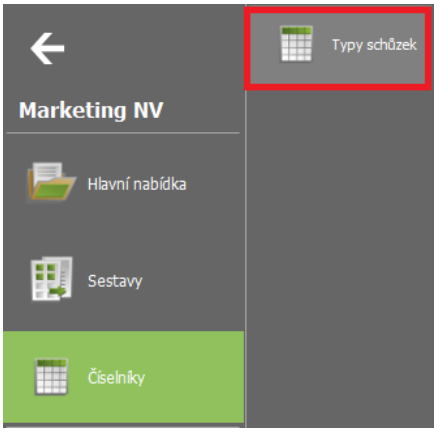
Přístup do Úkolovníku – pokud bude zvoleno u uživatele „**Přístup do Úkolovníku**“, bude mít přístup pouze do Úkolovníku (Plánovače). Uživatel nebude mít přístup do MKT (*pozn. pokud nemá zatrženo „Přístup do MKT)*.

Uživatel s právy přístupu pouze do Úkolovníku má přístup pouze do následujících sekcí:

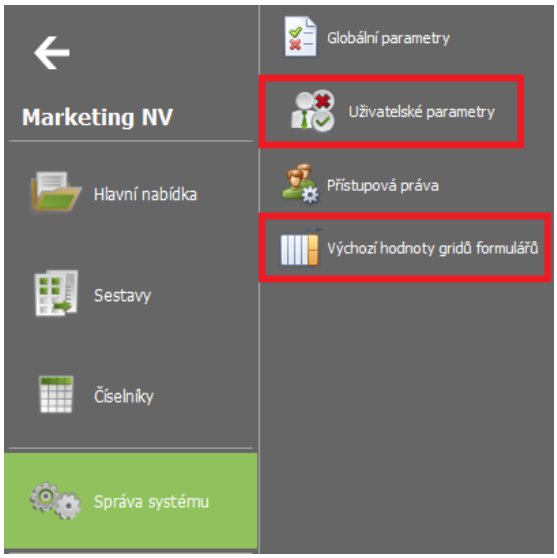




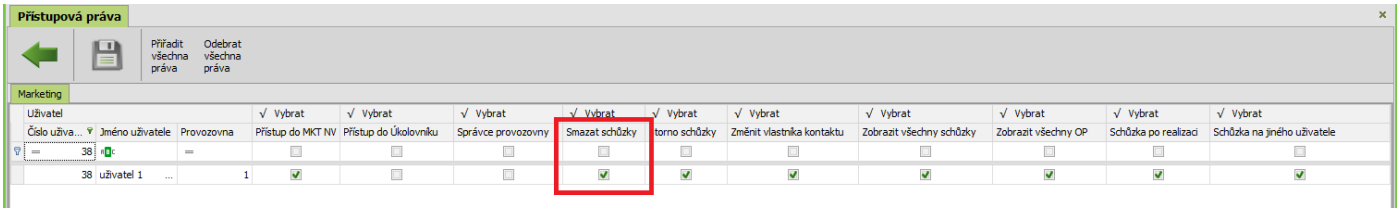
Číselníky / Typy schůzek – uživatel má přístup pouze k typům schůzek, které jsou označeny jako „Úkol“.



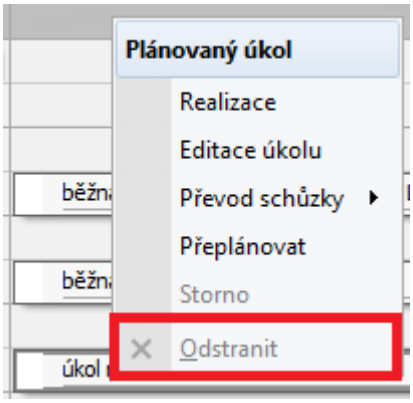
Správa systému – v této sekci jsou přístupné pouze položky „Uživatelské parametry“ a „Výchozí hodnoty gridů formulářů“.



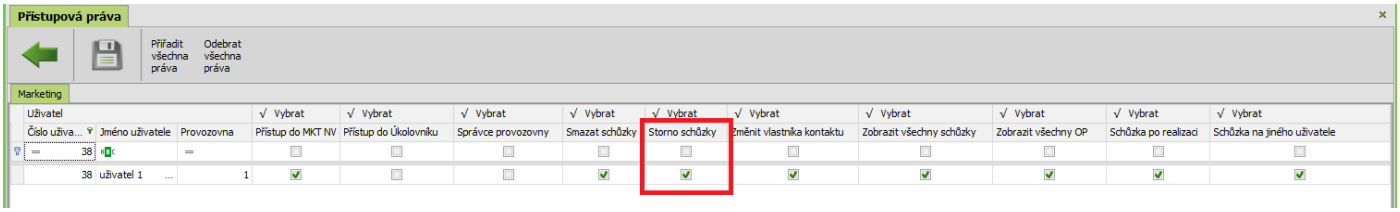
Správce provozovny – pokud je uživatel v modulu Marketing nastaven jako správce provozovny, vidí v plánovači všechny schůzky vytvořené v dané provozovně z celého programu Marketing.
Smazat schůzky – právo smazat úkoly naplánované na daného uživatele.



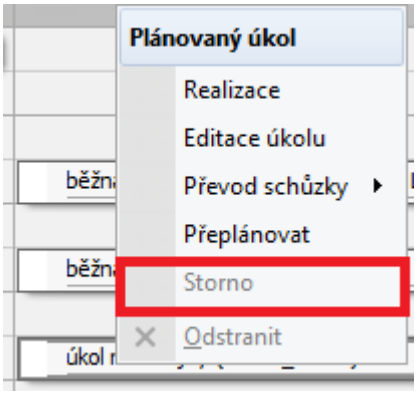
Pokud není parametr u uživatele zatržen, funkcionalita „Odstranit“ v Plánovači u záznamů není aktivní.



Storno schůzky – právo stornovat vytvořený úkol na daného uživatele.

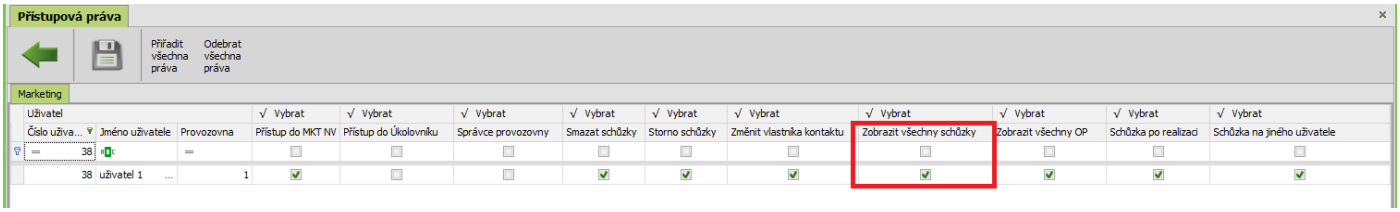


Pokud není právo u uživatele zatrženo, funkce „Storno“ není v plánovači u schůzky aktivní.



Změnit vlastníka kontaktu – tato funkce se netýká uživatele, který má pouze práva k Úkolovníku.

Zobrazit všechny schůzky – právo na zobrazení všech schůzek a úkolů.

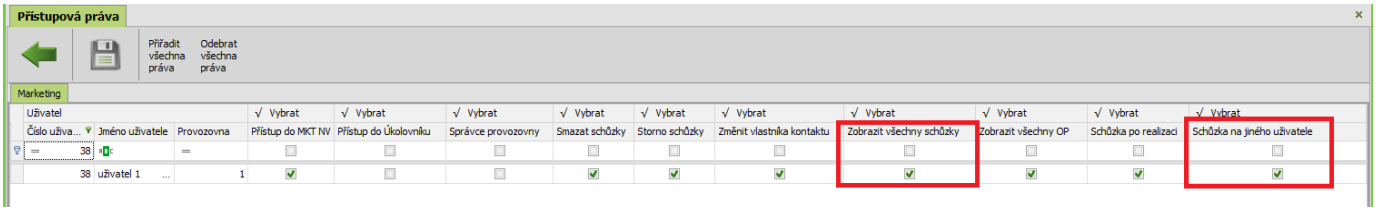


Uživatel s tímto právem má zobrazeny schůzky a úkoly - veřejné/neveřejné, ze všech provozoven a na všechny uživatele. Bez těchto práv vidí naplánovanou schůzku/úkol pouze autor záznamu, správce a uživatel, na kterého je naplánován. (*Pozn. Tato funkce bude v dalších verzích MKT pravděpodobně upravena tak, že bude rozlišovat „neveřejné“ a „veřejné“ typy schůzek/úkolů.*)

Zobrazit všechny OP - (pozn. OP = obchodní případy), tato funkce se netýká uživatele, který má pouze práva k Úkolovníku.

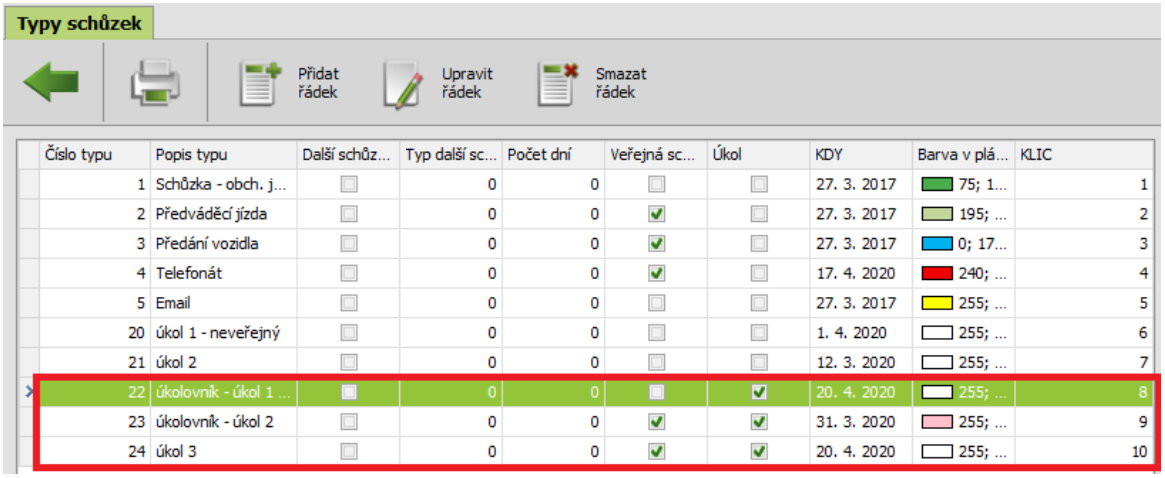
Schůzka po realizaci – plánování následných schůzek po realizaci v rámci Úkolovníku není možné. I v případě, že je parametr zatržen, není funkční.

Schůzka na jiného uživatele – právo na vytváření schůzek/úkolů na ostatní uživatele. Pro tuto možnost je nutné mít zároveň také povolena práva „**Zobrazit všechny schůzky“.**

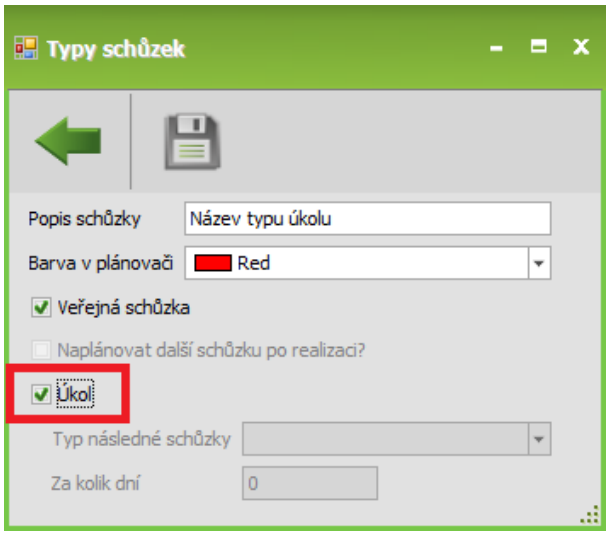


8.3 Typy schůzek

Pro účely Úkolovníku je možné vytvářet libovolné typy úkolů stejně jako Typy schůzek v MKT. Typy úkolů si definujeme v číselníku **typy schůzek**.



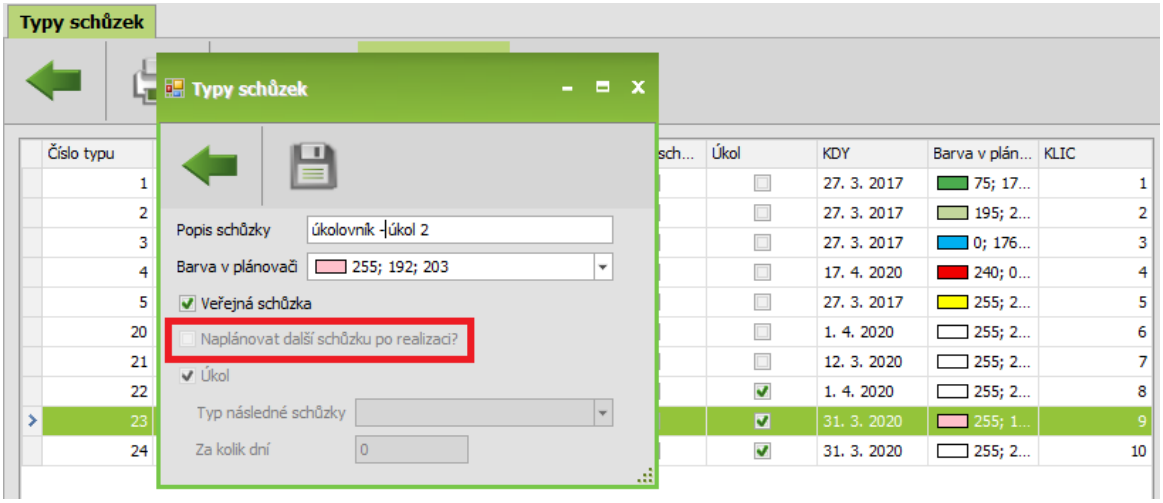
Nově je možné zvolit při definici typů schůzek příznak „**Úkol**“ (dále jen „Úkol“).



Uživatel, který má přístup pouze do Úkolovníku, může vytvářet pouze schůzky (úkoly) s tímto příznakem. Uživatel, který má přístup pouze do Úkolovníku, může zpracovávat (editovat, přeplánovat, realizovat) všechny typy schůzek a úkolů, které jsou určeny jemu ke zpracování (dle nastavení ostatních práv).

Pozn. Tato funkce bude v dalších verzích MKT pravděpodobně omezena na zpracování pouze „Úkolů“. Pozn. uživatel s přístupem do Marketingu může vytvářet nebo zpracovávat všechny typy schůzek a také Úkoly s tímto příznakem.

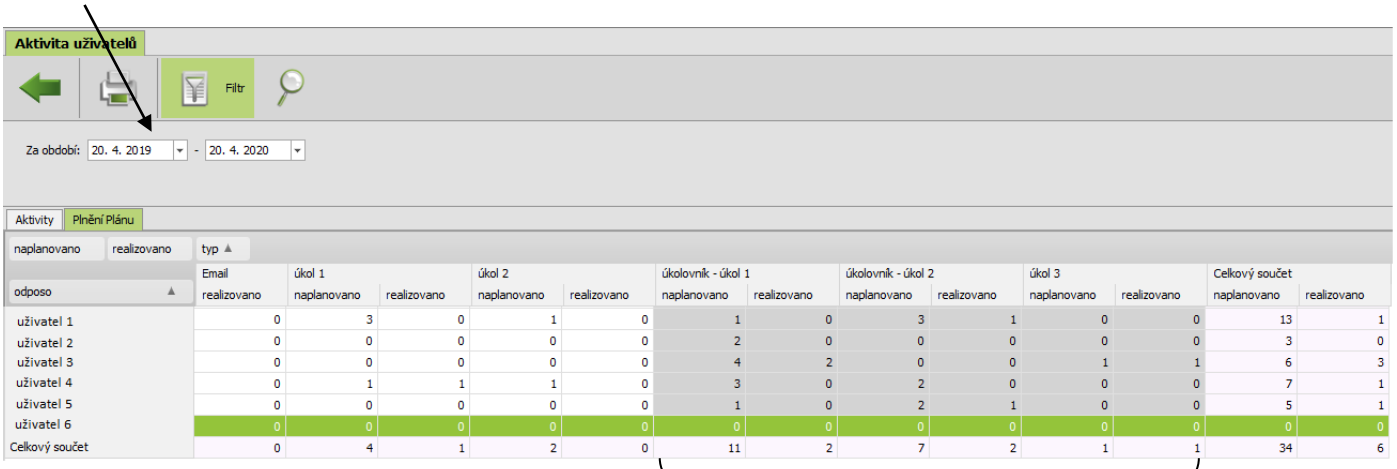
Následná schůzka po realizaci - typ schůzek Úkol neumožňuje nastavit následnou schůzku po realizaci.



8.4 Plnění plánu

Pro účely Úkolovníku byla přidána Sestava / Aktivita uživatelů / **Plnění úkolů**.

Filtrace záznamů v daném období



Šedě zvýrazněné slupce označují schůzky typu „Úkol“.

Sloupce „naplánováno“ u každé schůzky/úkolu udávají počet vytvořených (naplánovaných) schůzek nebo úkolů v Plánovači. Sloupce „realizováno“ u každé schůzky/úkolu udávají počet realizovaných (splněných) schůzek nebo úkolů v Plánovači.

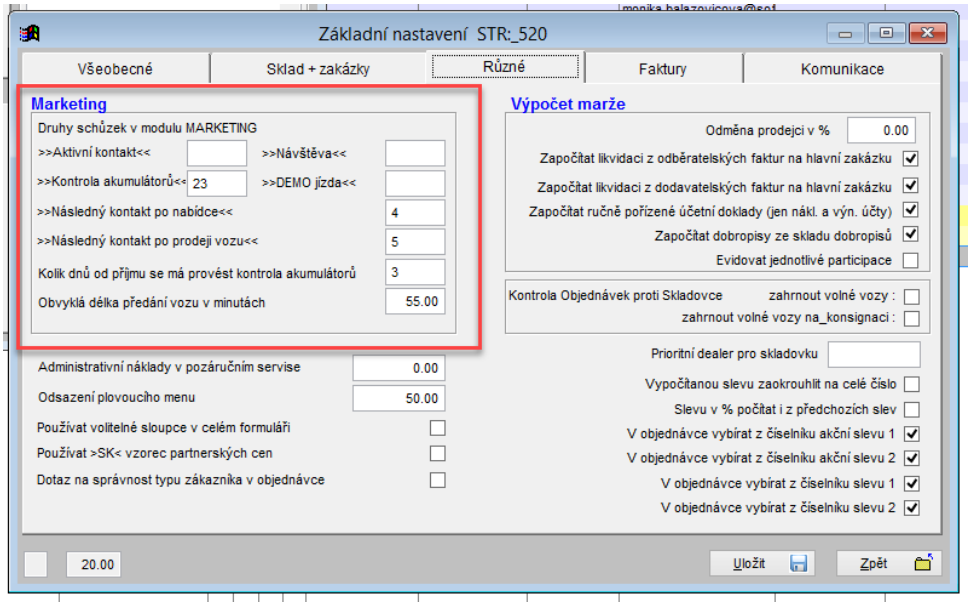
Pravidla zobrazení uživatelů v Plnění úkolů:

- uživatel s právy „správce“ v DMS vidí všechny uživatele ze všech provozoven s právy „přístupu do úkolovníku“ včetně sebe,
- „správce provozovny“ vidí uživatele s právy „přístupu do úkolovníku“ dle své provozovny včetně sebe,
- „správce provozovny“ nevidí uživatele s právy „správce“ v DMS,
- běžný uživatel (bez práv „správce“ nebo „správce provozovny“) nemá zobrazeno plnění úkolů „správce“ a „správce provozovny“,
- v Plnění plánu jsou uvedeni všichni uživatelé, kteří mají přístup do Úkolovníku včetně těch, na které nebyl dosud naplánován žádný úkol.

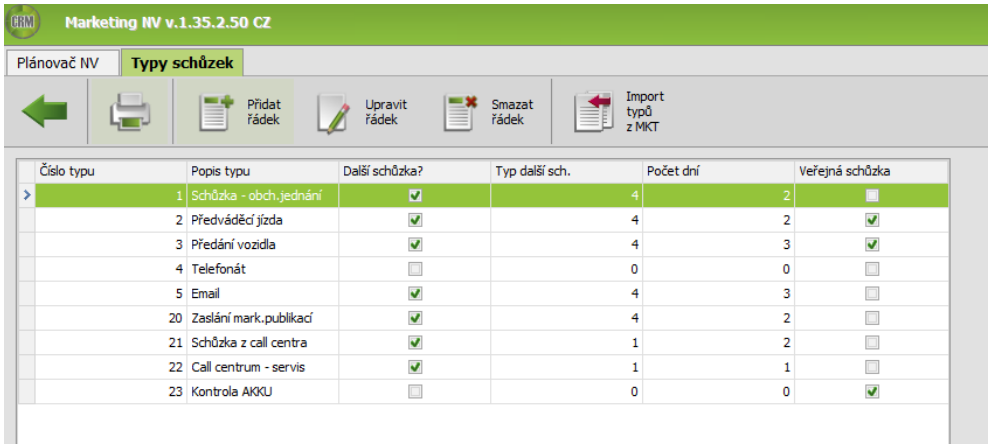
9 Propojení modulů Marketing a Salon

9.1 Nastavení modulu Salon

V modulu Salon v nastavení programu na záložce ***Různé*** je nutné provést nastavení programu, aby se propojení mezi moduly sfunkčnilo. Nastavují se typy schůzek k jednotlivým položkám. Čísla schůzek musí korespondovat s čísly nastavenými v modulu MKT.



Číselník typů schůzek v modulu MKT.

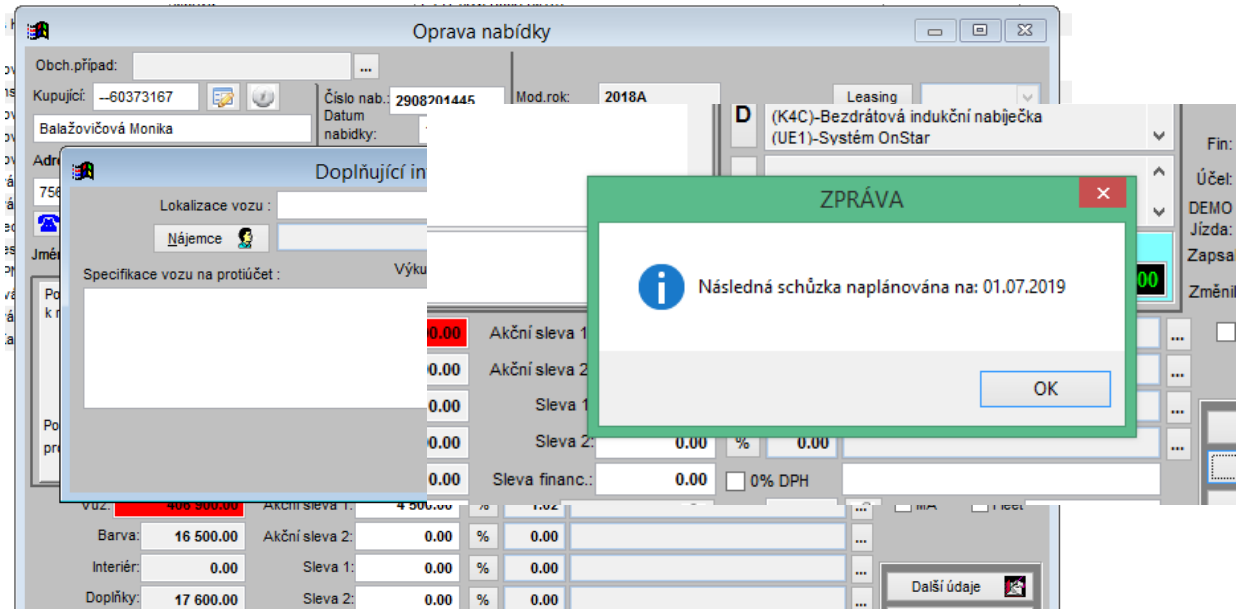


Číslo typu	Popis typu	Další schůzka?	Typ další sch.	Počet dní	Veřejná schůzka
1	Schůzka - obch.jednání	☑	4	2	☐
2	Předváděcí jízda	☑	4	2	☑
3	Předání vozidla	☑	4	3	☑
4	Telefonát	☐	0	0	☐
5	Email	☑	4	3	☐
20	Zaslání mark.publikací	☑	4	2	☐
21	Schůzka z call centra	☑	1	2	☐
22	Call centrum - servis	☑	1	1	☐
23	Kontrola AKKU	☐	0	0	☑

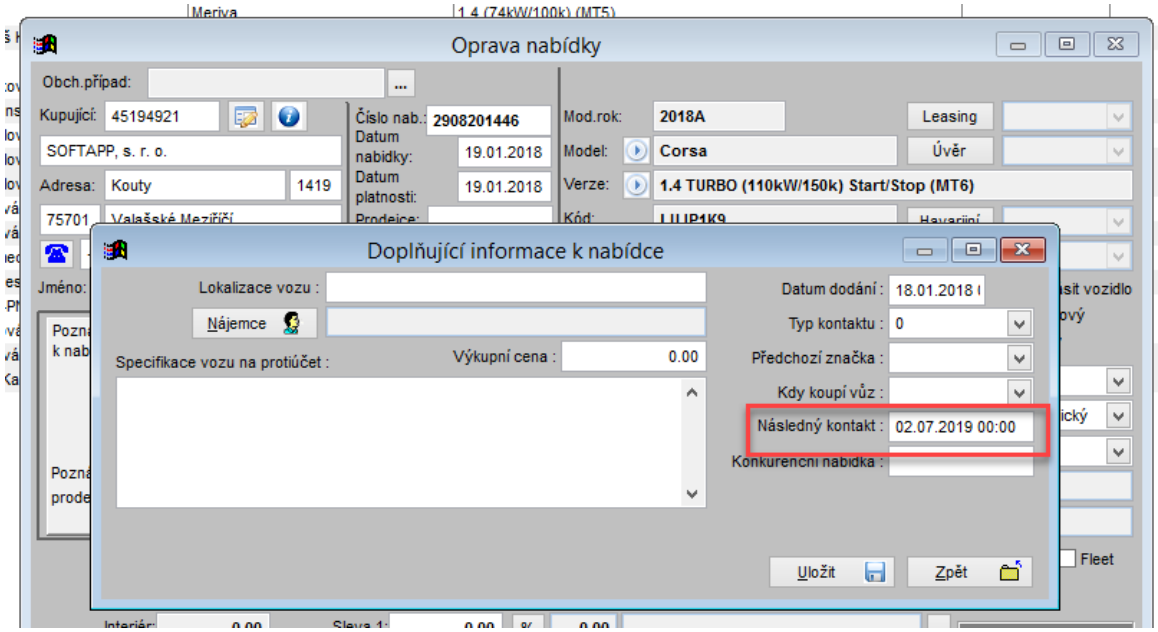
Na obrázku je definovaný následný kontakt po nabídce číslem 4 = telefonát, Následný kontakt po prodeji vozidla = 5 email a kontrola akumulátorů je v číselníku v MKT číslo 23. Toto nastavení je vzorové.

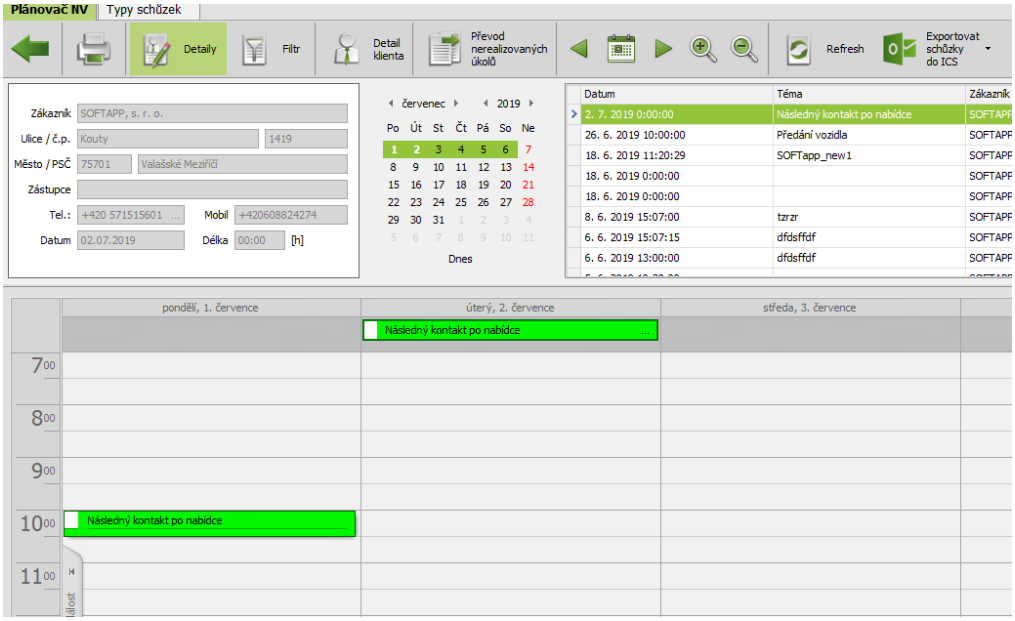
9.2 Následný kontakt po nabídce

V modulu Salon po vypracování nabídky pro zákazníka se automaticky vytvoří schůzka dva dny po nabídce nebo je možné nastavit následné kontaktování tohoto zákazníka přes další údaje. Tento kontakt se přenese do modulu MKT jako schůzka nastaveného typu (v našem případě jako telefonát).



Po nastavení a uložení doplňujících údajů a nabídky se zobrazí informace o naplánování schůzky. V modulu MKT je možné schůzku přeplánovat už známým způsobem.

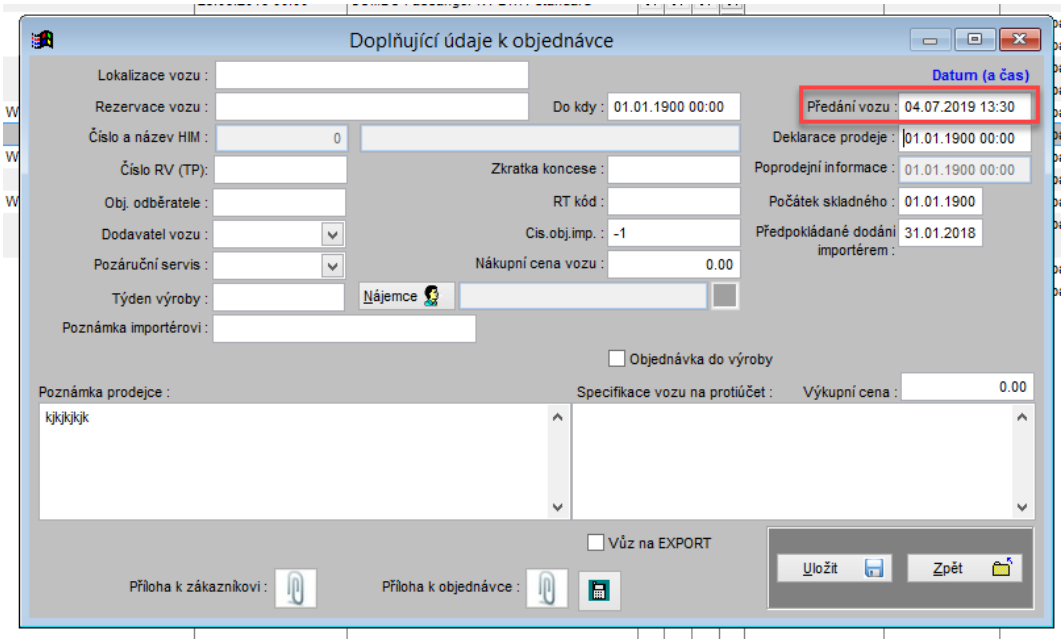




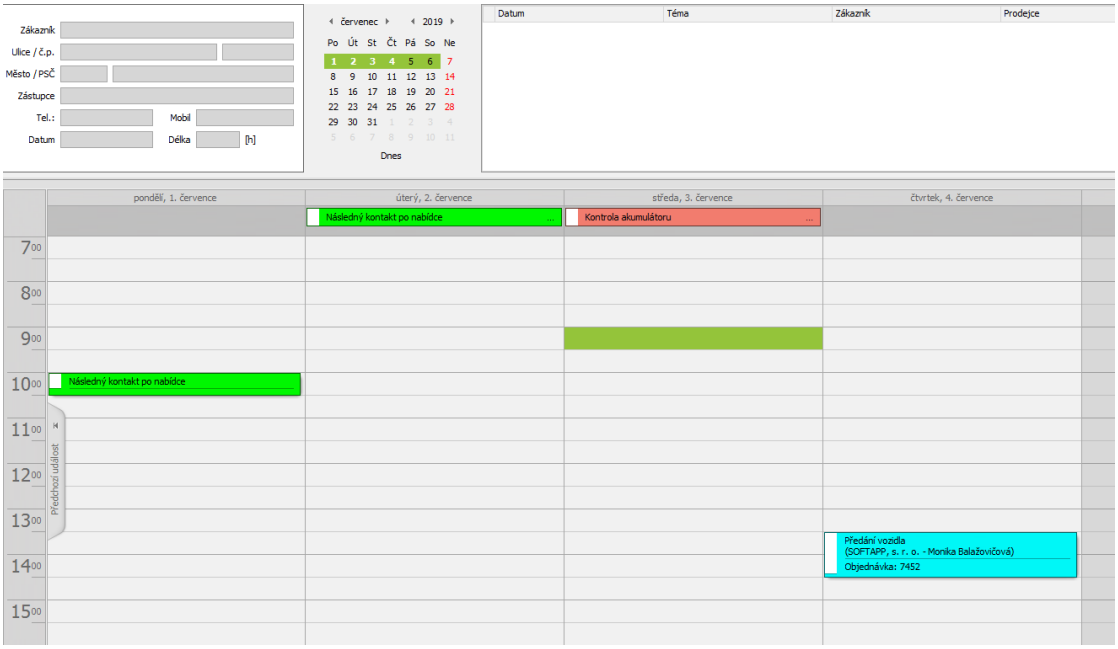
9.3 Odevzdání vozidla

Pokud v modulu Salon naplánujeme odevzdání vozidla zákazníkovi, tento plán se zapíše do plánovače MKT jako schůzka *Odevzdání vozidla* s pevným typem číslo 3.

Datum odevzdání vozidla se zapisuje v doplňujících údajích k objednávce.

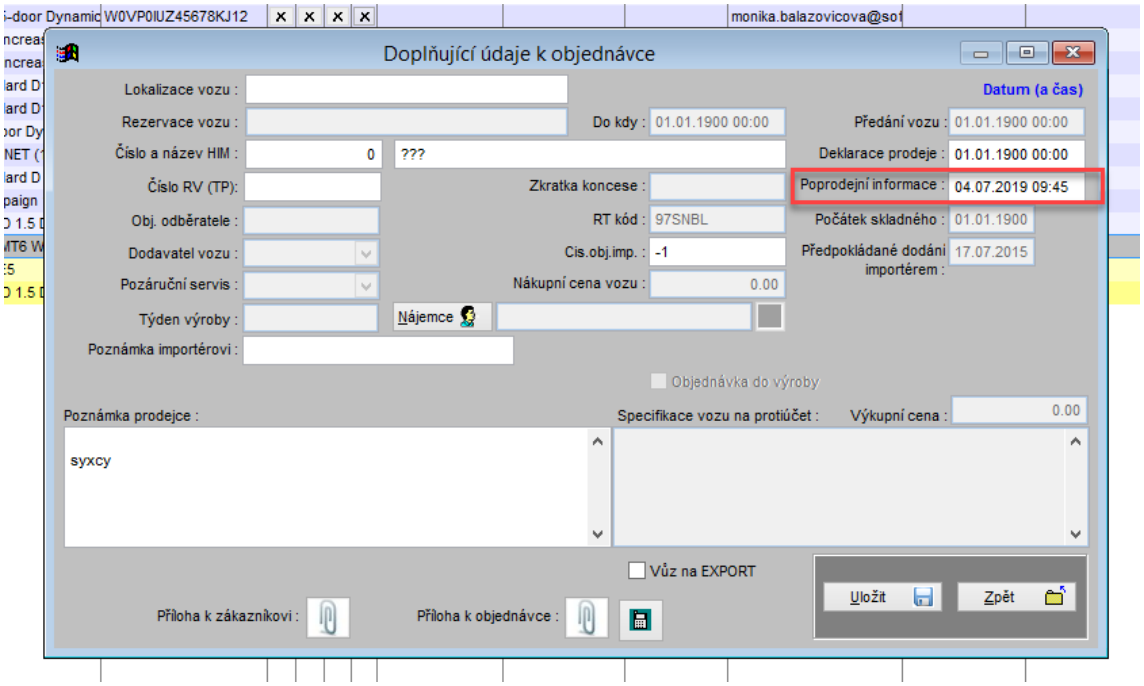


Obdobně platí, že pokud se nedefinuje čas odevzdání, do modulu MKT se založí schůzka na celý den s možností přeplánování.

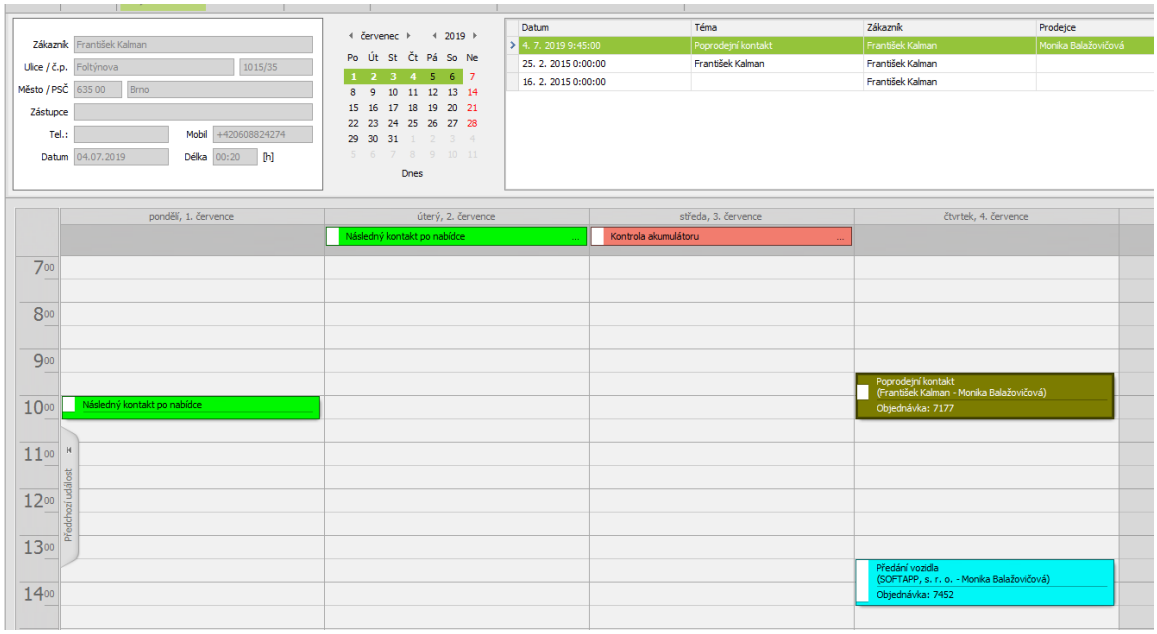


9.4 Následný kontakt po prodeji vozidla

Po prodeji vozidla, tj. po přenesení objednávky do objednávek vyřízených, je možné zapsat následný kontakt po prodeji v poli **Poprodejní informace.** Takto zapsaný datum a čas se přepíše do modulu MKT, pod typem, který jste si nastavili v nastavení programu.

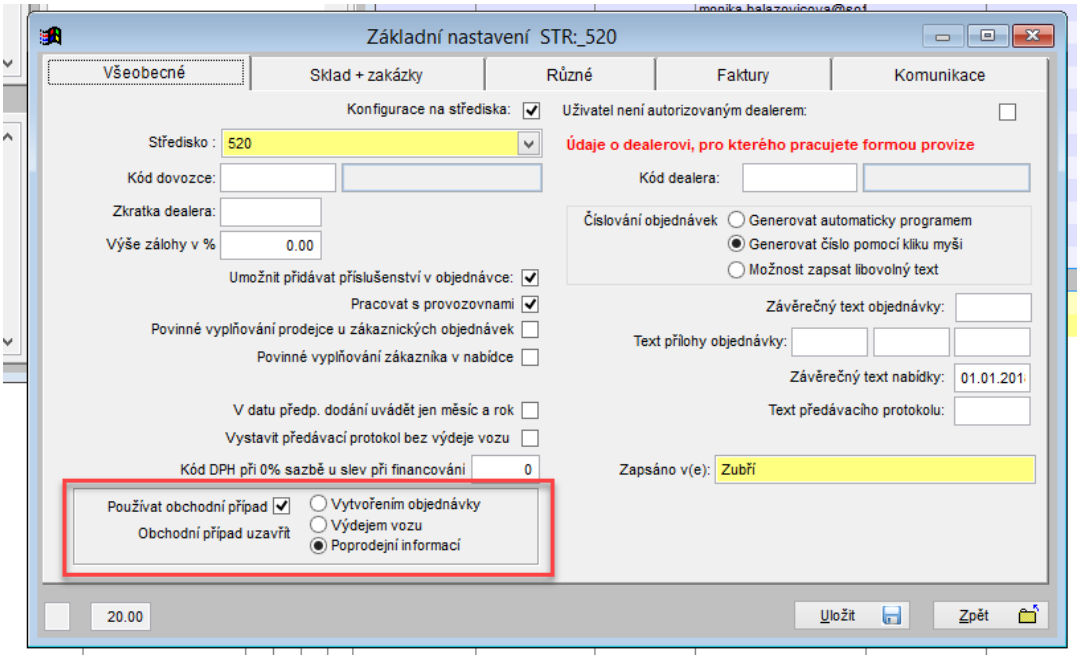


Pokud se nezadá čas kontaktu, přenese se záznam do MKT jako schůzka na celý den (v záhlaví nastaveného dne).



9.5 Uzavření obchodního případu

Založení obchodního případu v součinnosti s modulem Salon je popsané výše. Způsoby uzavření jsou tři – vytvořením objednávky, výdejem vozu, poprodejní informací. Systém je automaticky nastavený na uzavření OP po výdeji vozu.



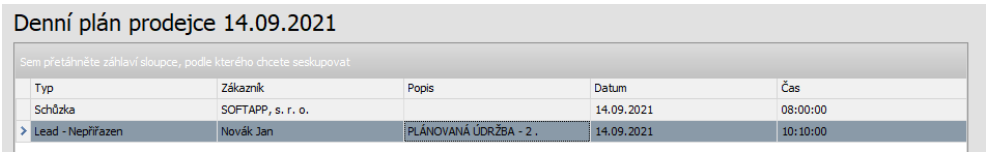
1) Obchodní případ uzavřít vytvořením objednávky: jak je OP založený a zaevidovaný u nabídky, překlopením nabídky do objednávky se OP automaticky uzavře.

2) Obchodní případ uzavřít výdejem vozidla – výdejem vozidla, tj. přenesením objednávky mezi vyřízené, se OP automaticky uzavře.

3) Obchodní případ uzavřít poprodejní informací – vyplněním data a času následného kontaktu po prodeji se OP uzavře automaticky.

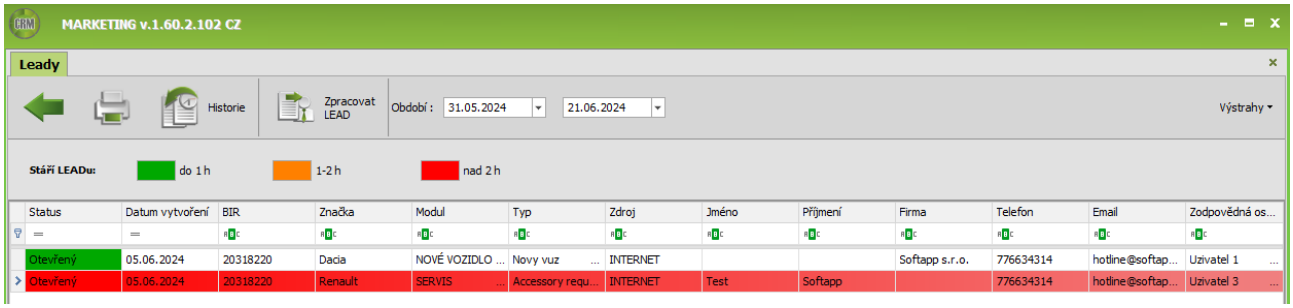
10 Leady

Zpracování leadů provádíte v menu Hlavní nabídka – Leady. Rychlejší cesta je přes Denní plán prodejce. Dvojklikem na leadu se dostanete přímo do formuláře pro zpracování daného leadu.



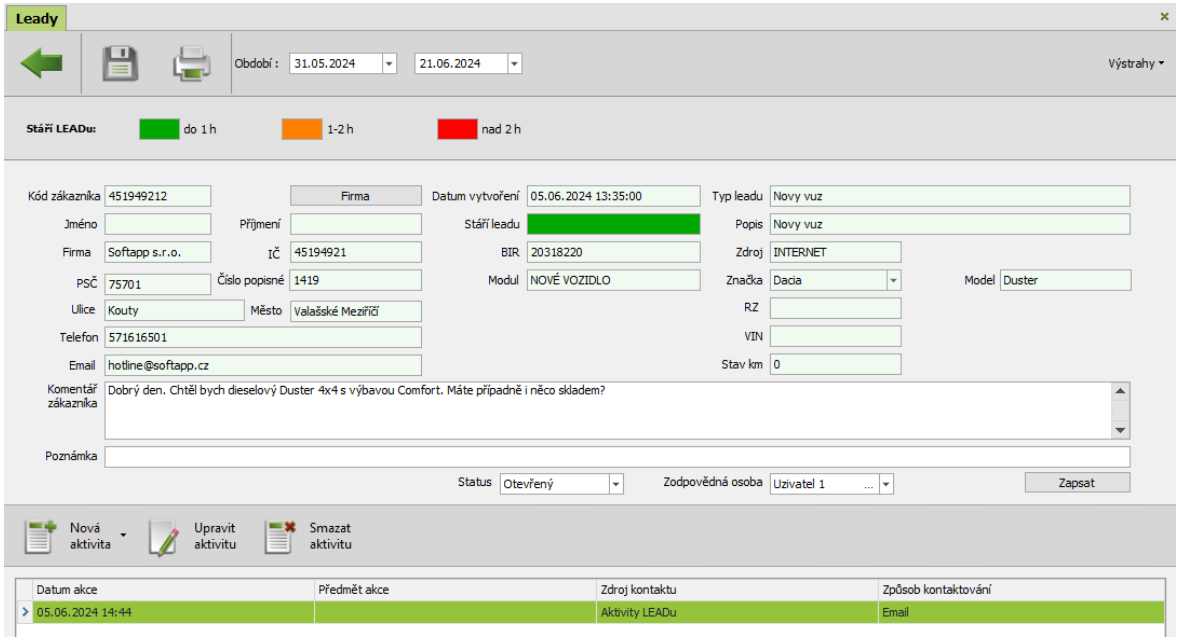
Šedě podbrarvené leady jsou leady nově příchozí, nemají přidělenou zodpovědnou osobu. Bíle podbarvené leady jsou leady přiřazené prodejci a jsou určeny ke zpracování – zapsání aktivity.

Po spuštění volby Leady se zobrazí seznam leadů dle oprávnění uživatele. Jsou zde zobrazeny nově příchozí leady – leady ke zpracování a otevřené leady za zvolené období. Leady jsou barevně rozlišené dle délky zpracování. Délku zpracování stopuje přiřazení aktivity k leadu.



10.1 Zpracování leadu

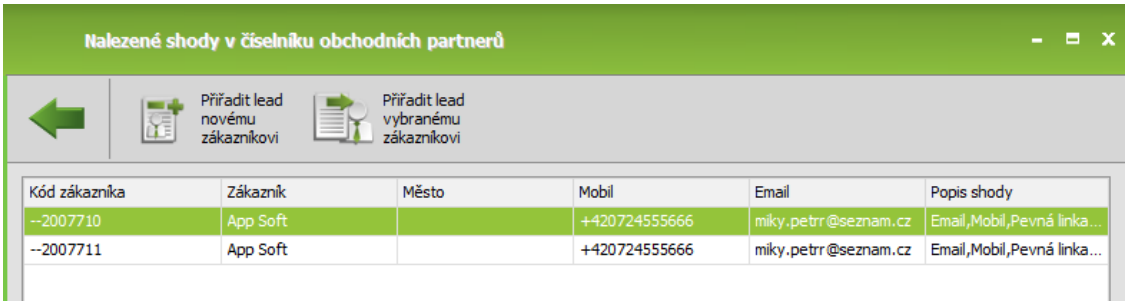
Zpracování leadu probíhá dvojklikem myši na leadu nebo volbou ***Zpracovat lead***. Těmito volbami se dostanete do detailu leadu pro podrobný náhled – údaje o zákazníkovi, kontakty, komentář zákazníka příp.historie aktivit s tímto leadem.



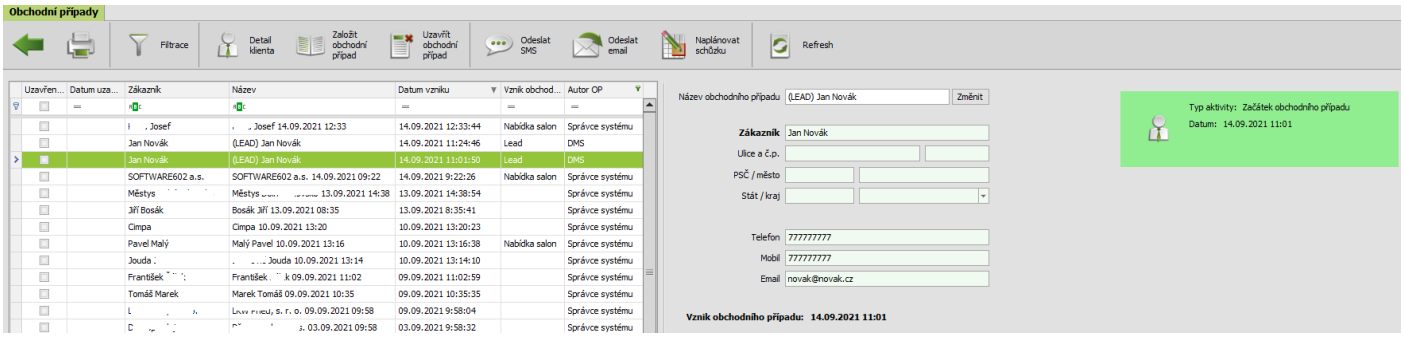
Nejdříve přiřadíte status leadu – otevřený a přiřadíte zodpovědnou osobu leadu. Volbou zapsat uložíte zadané údaje.

Při uložení probíhá kontrola na existenci leadu v databázi. Pokud je nalezena shoda v kontaktních údajích, systém vypíše shodné zákazníky a musíte vybrat, zda :

- Přidat lead vybranému zákazníkovi (lead je shodný se zákazníkem v databázi) nebo
- Přidat lead novému zákazníkovi (lead v databázi zákazníků ještě neexistuje).



V tento moment dochází k automatickému založení obchodního případu na Lead. Na každý lead je založen nový obchodní případ.



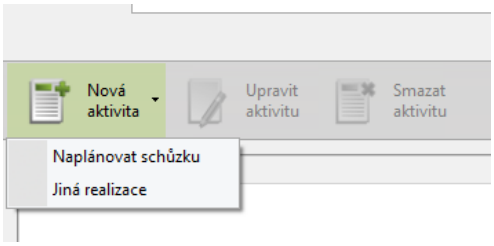
Lead se zobrazuje zodpovědné osobě v denním přehledu ke zpracování – zapsání aktivity.

10.2 Zapsání nové aktivity

Po zapsání leadu do databáze provedete naplánování nové aktivity. Vyberete z možnosti

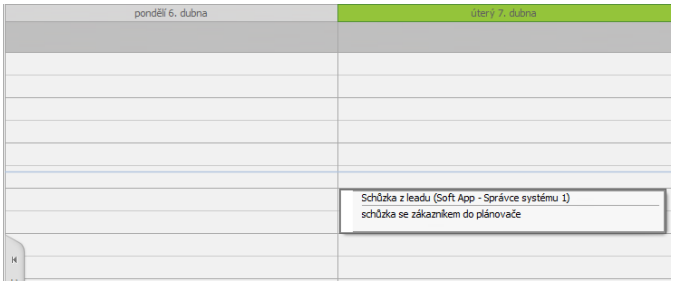
- Naplánovat schůzku (pokud máte přístupný plánovač) nebo

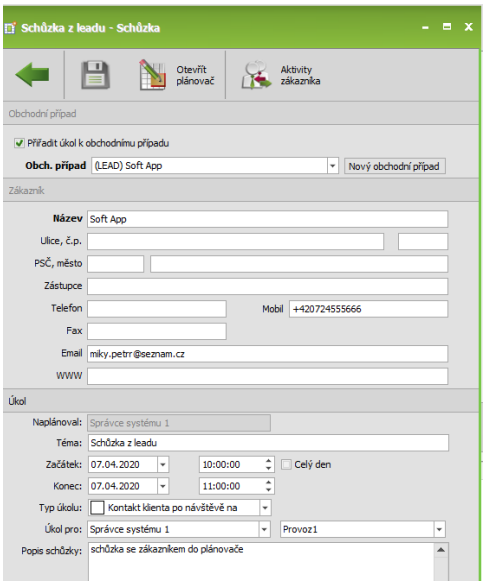
- Jiná realizace.



10.2.1Aktivita – Naplánovat schůzku

Volbou naplánovat schůzku je možné provést naplánování schůzky v plánovači marketingu přímo na konkrétní den. Zobrazí se detail schůzky. Po naplánování je schůzka viditelná v plánovači a zastavuje se čas zpracování leadu.



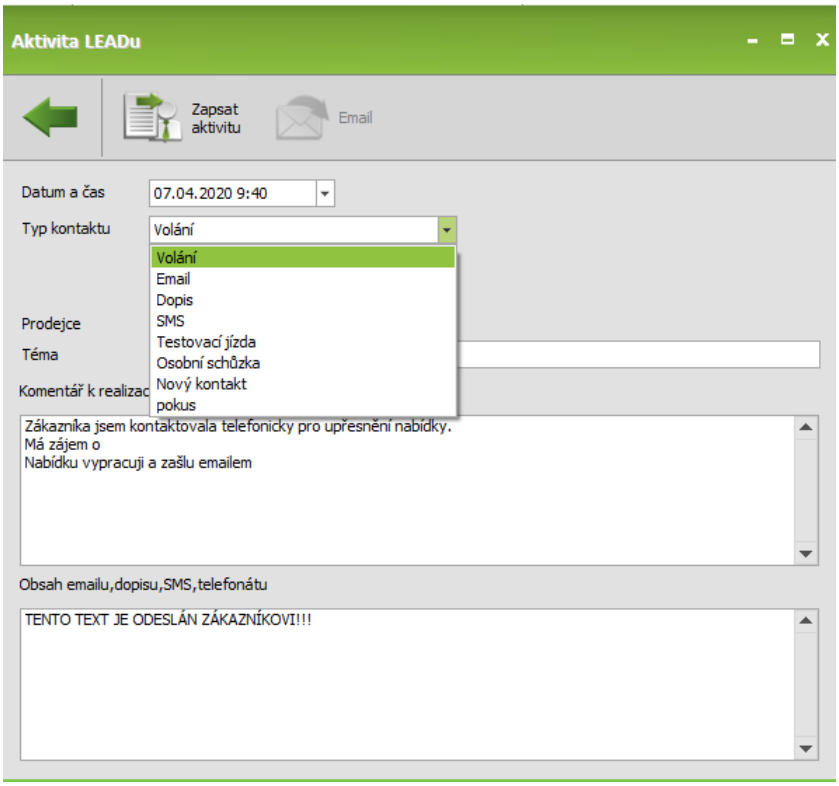


Testovací jízdu vždy plánujte přes volbu Naplánovat schůzku - typ schůzky Předváděcí jízda!

10.2.2Jiná realizace

Volbou Jiná realizace se lead zpracovává způsoby Volání, Email, Dopis, SMS, Osobní schůzka, Nový kontakt tzn. způsob jakým jsme zákazníka kontaktovali a jakou aktivitu jsme vykonali.

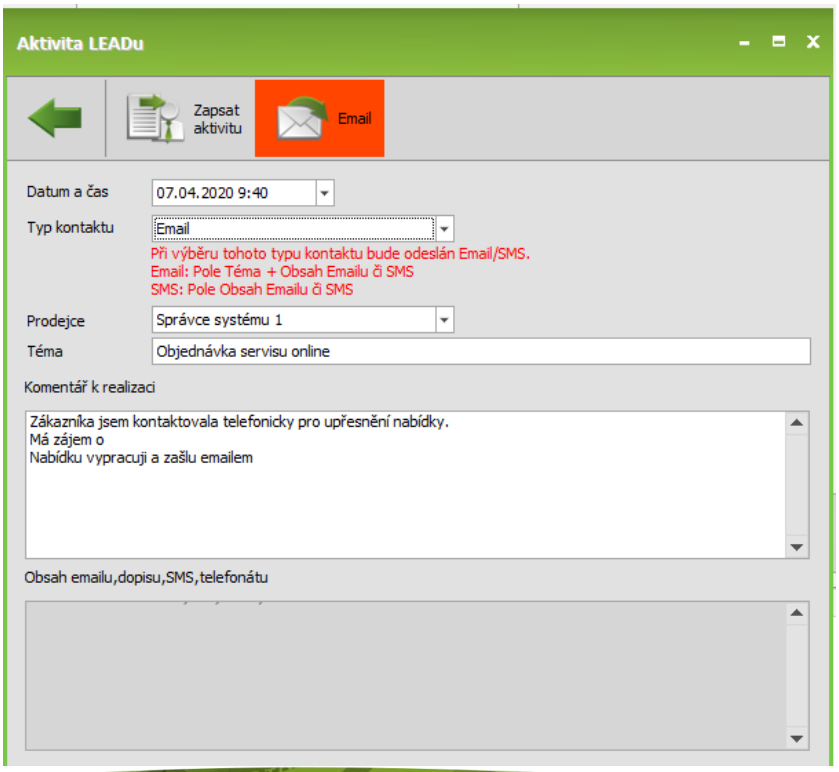
Vyberete datum aktivity, typ kontaktu, prodejce atd. Zadáte Komentář k realizaci tzn. vyjádření zákazníka, vyjádření vaše. Záznam uložíte volbou ***Zapsat aktivitu***. V tomto okamžitu se stopuje čas pro zpracování leadu.



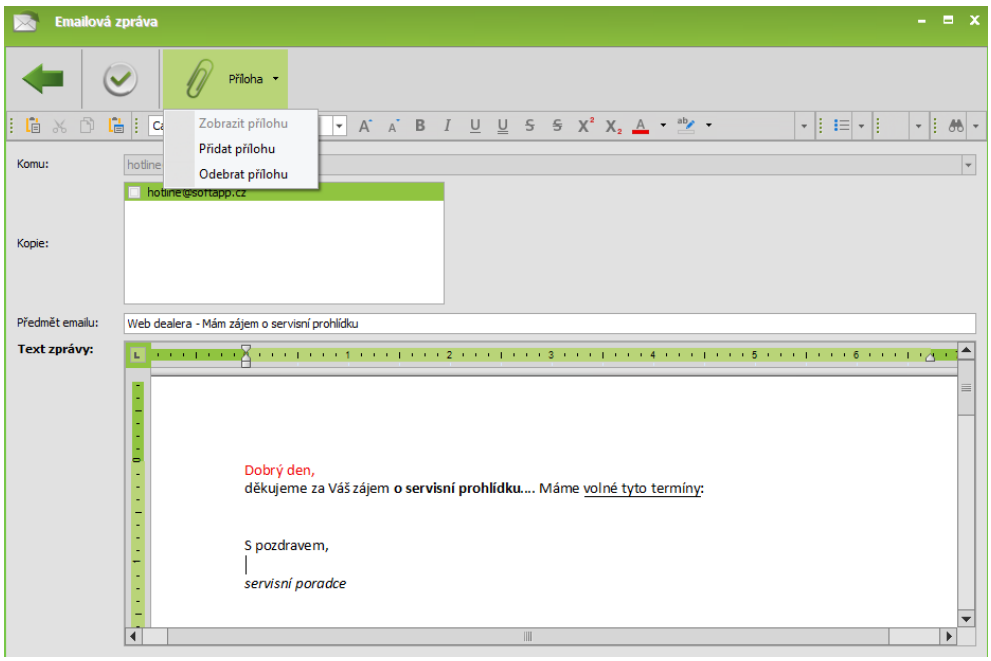
POZOR – pole Obsah emailu, dopisu, SMS, telefonátu – při způsobu kontaktu SMS dochází k odeslání tohoto textu přímo zákazníkovi!

10.2.3Typ kontaktu EMAIL

Při výběru typu kontaktu EMAIL je pole pro zadání obsahu emailu ve spodní části formuláře zašedlé – nelze zde zapisovat. Zpřístupní se volba ***EMAIL*** v záhlaví. Zde je možné napsat email přímo zákazníkovi



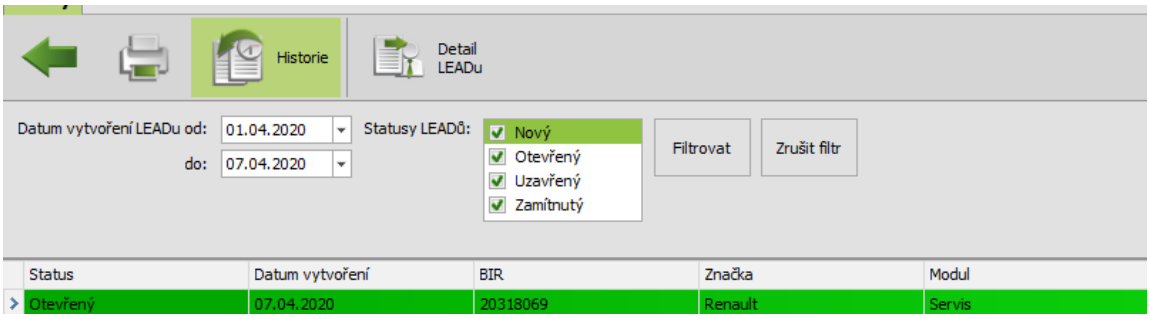
Volbou EMAIL otevřete editor emailu. Zde můžete napsat zprávu klasickým způsobem jako v poštovním klientovi či MS Wordu. Text můžete editovat – tučné písmo, kurzíva, barva písma, velikost písma, odrážky atd. Volbou Příloha přidáte přílohu k emailu. Můžete přidat libovolnou přílohu z disku.



Odeslání emailu provedete volbou zelené fajky. Tím dojde k uložení emailu do fronty k odeslání do aplice CEK a následně k jeho odeslání.

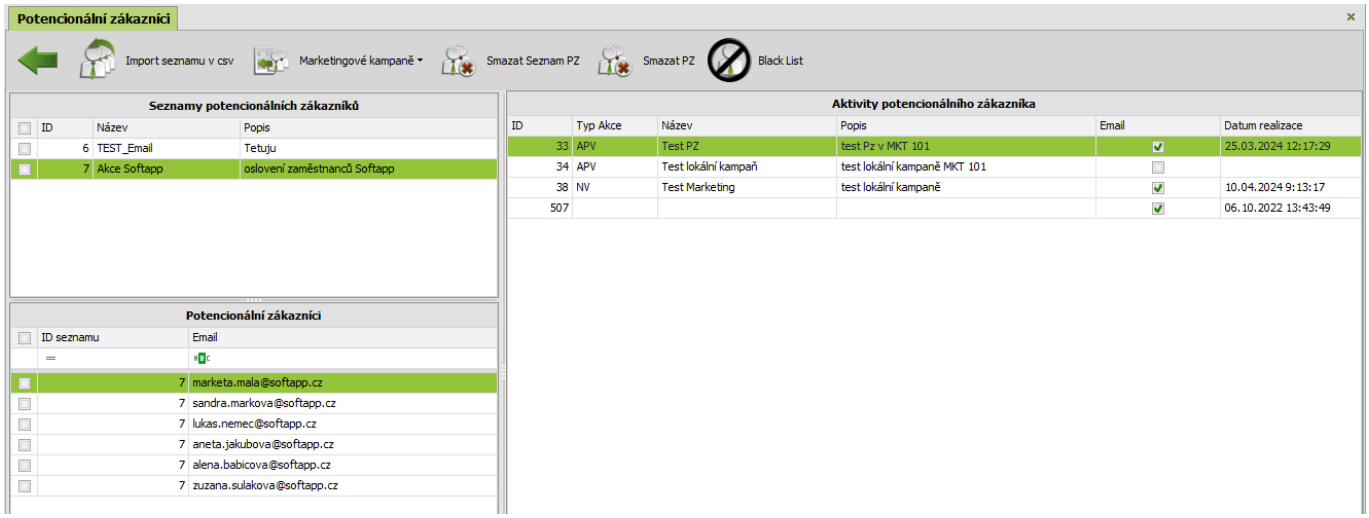
10.3 Historie

Historie – zde se zobrazují všechny leady za všechny prodejce. Leady můžete filtrovat dle data vytvoření leadu a statustu.



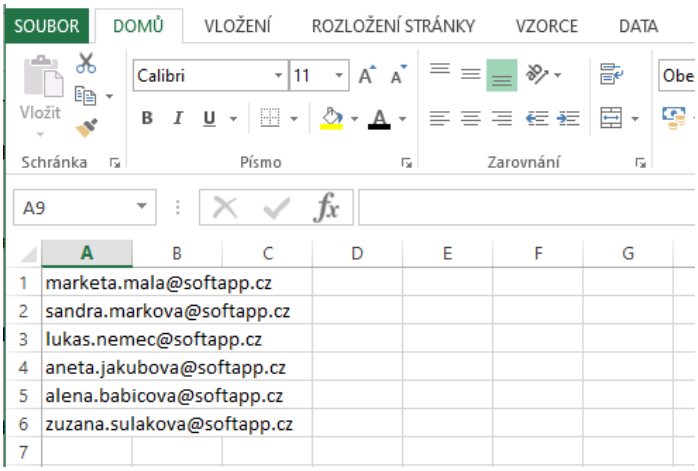
11 Potencionální zákazníci

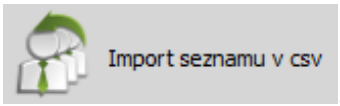
Seznam potencionálních zákazníků (dále jen PZ) se skládá z e-mailových adres, které lze naimportovat ze souboru CSV. V databázi můžete mít několik seznamů potencionálních zákazníků a lze s nimi opakovaně pracovat. U každého seznamu vidíte jednotlivé adresy a k označené e-mailové adrese aktivity. Můžete tak sledovat, v kolika kampaních již byla e-mailová adresa použitá. Pokud je vyplněný datum realizace, byl kontakt v kampani osloven.



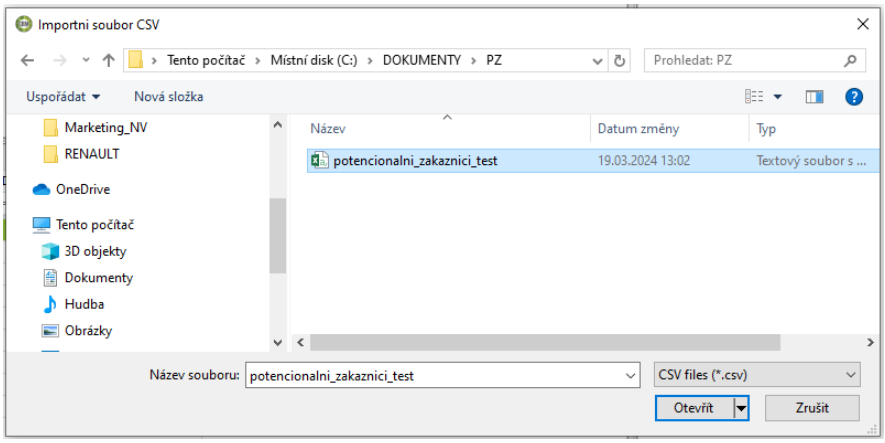
11.1 Import seznamu

Seznam potencionálních zákazníků musí být uložený ve formátu CSV. Jednotlivé e-mailové adresy jsou v souboru pod sebou a neodděluje je žádný oddělovač.



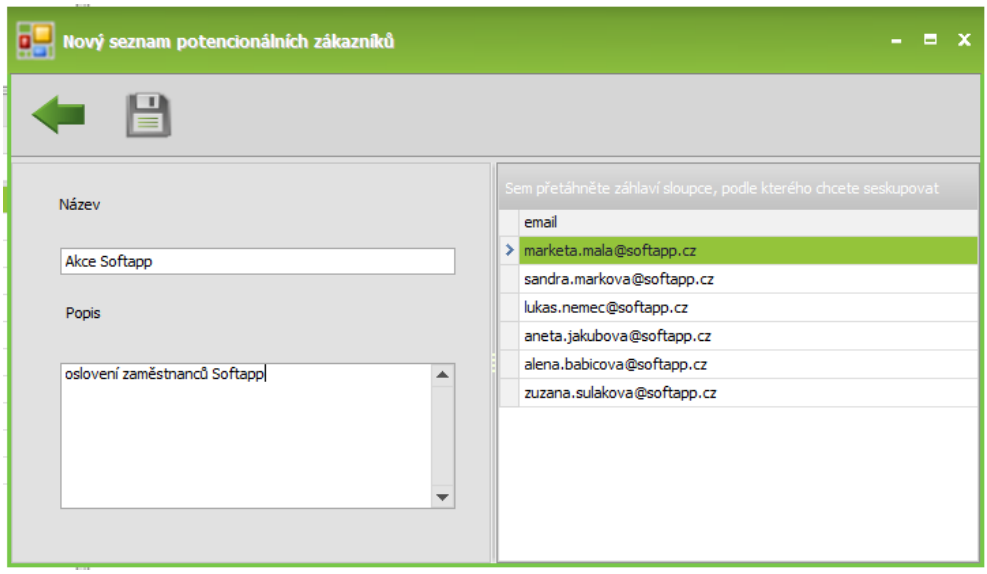
Import provedete ikonou 

. V počítači soubor vyhledáte (systém zobrazí pouze soubory v požadovaném formátu) a tlačítkem ***otevřít*** se data načtou do modulu Marketing.



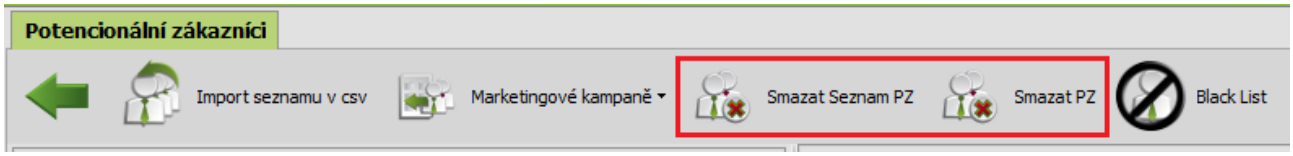
V levé části formuláře zadáte název seznamu a bližší popis, v pravé části zkontrolujete načtené e-mailové adresy.

Založení nového seznamu potvrdíte ikonou .

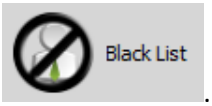


11.2 Smazání seznamu a potencionálního zákazníka

Smazat lze celý seznam PZ i jednotlivé členy. Zatržením označíte řádky, které chcete vymazat, a následně použijete tlačítka pro smazání.



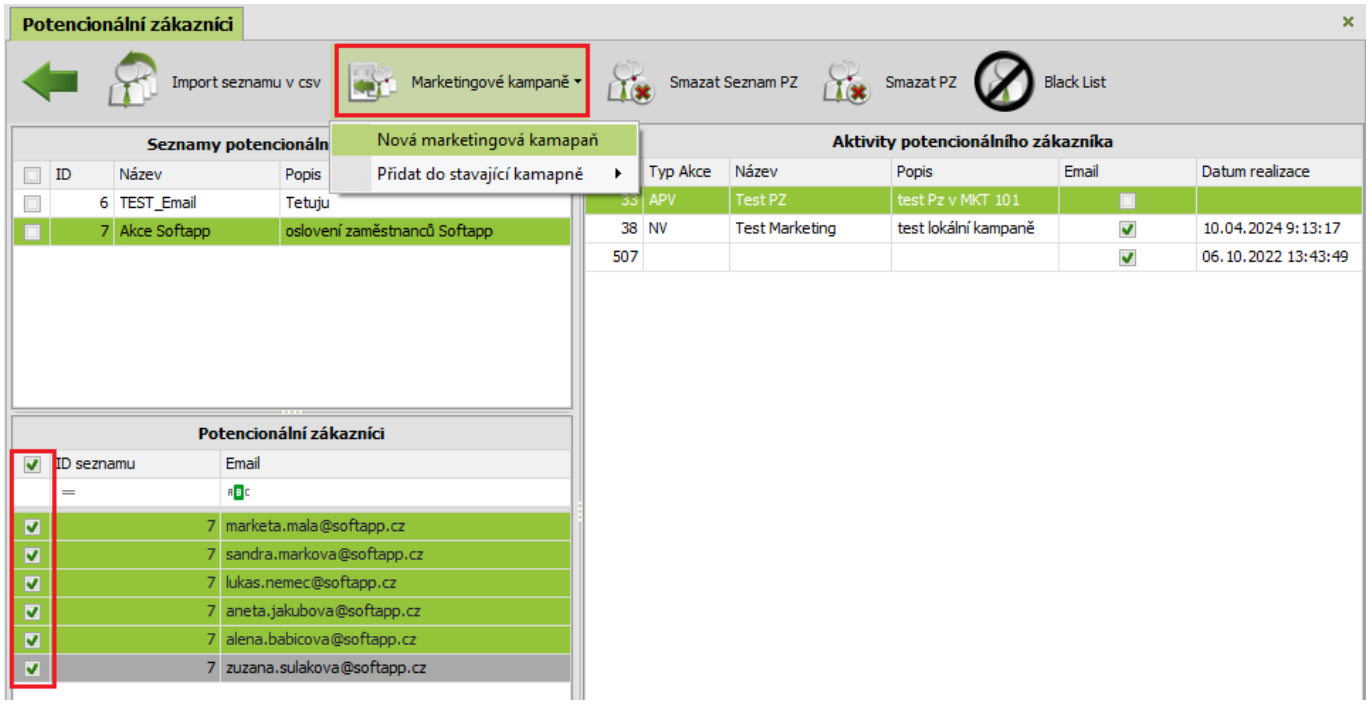
11.3 Blacklist

E-mailovou adresu ze seznamu PZ lze umístit na blacklist přes ikonu 

. Pokud stejná adresa existuje ve více seznamech, umístí se na blacklist ve všech. Adresa uvedená na blacklistu nelze přidat do kampaně a nebudete ji moci oslovit. Zrušení stavu blacklist není uživatelsky možné. Takto označený záznam je v soupisu PZ podbarvený šedou barvou.

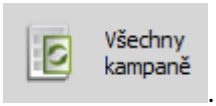
11.4 Přidání PZ do lokální kampaně

Potencionální zákazníky oslovíte pomocí lokální kampaně. Zatržením označíte PZ a přes tlačítko ***marketingové kampaně*** založíte novou lokální kampaň, nebo přidáte zákazníky do existující kampaně s neukončenou platností.

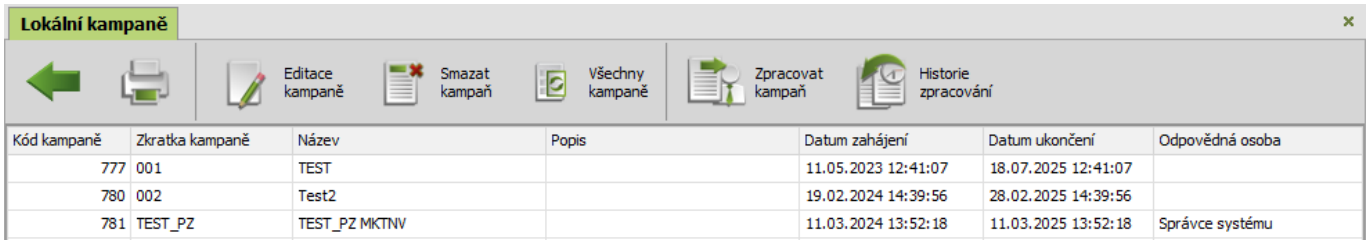


12 Lokální kampaně

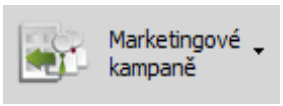
Lokální kampaně slouží k oslovení zákazníků v databázi a potencionálních zákazníků. V přehledu lokálních kampaní se zobrazují kampaně s neukončenou platností. Pro zobrazení všech, i ukončených, kampaní lze využít tlačítko



.

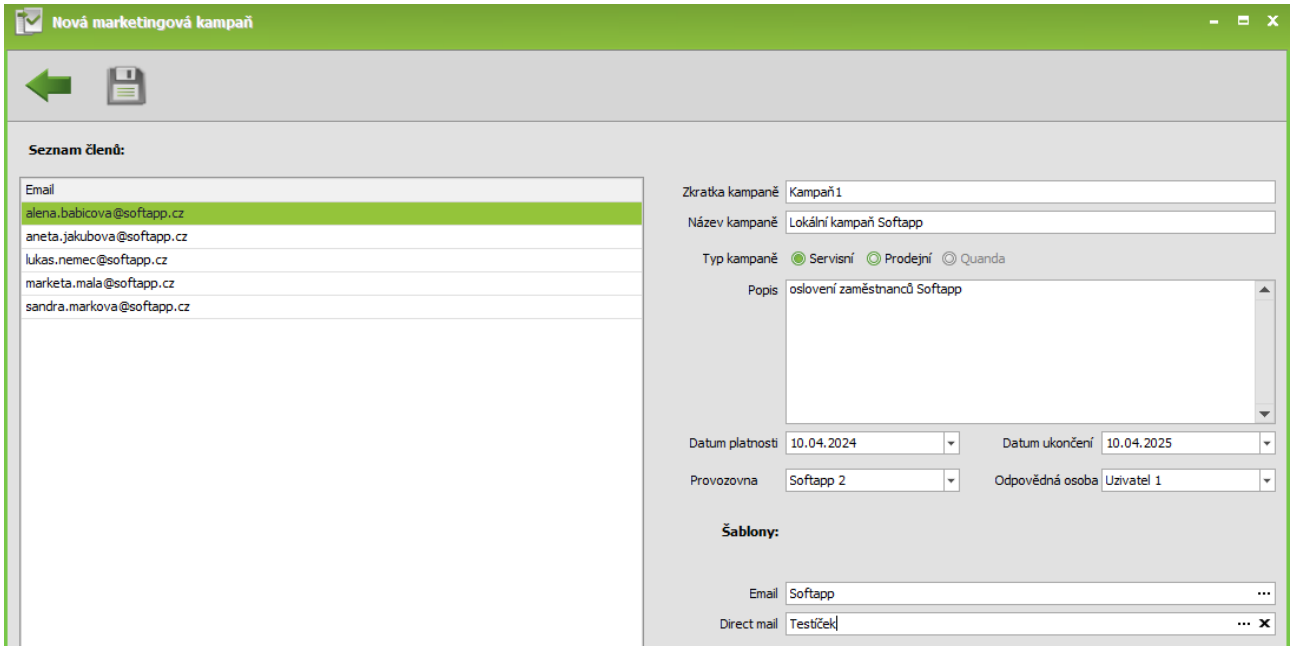


12.1 Vytvoření kampaně

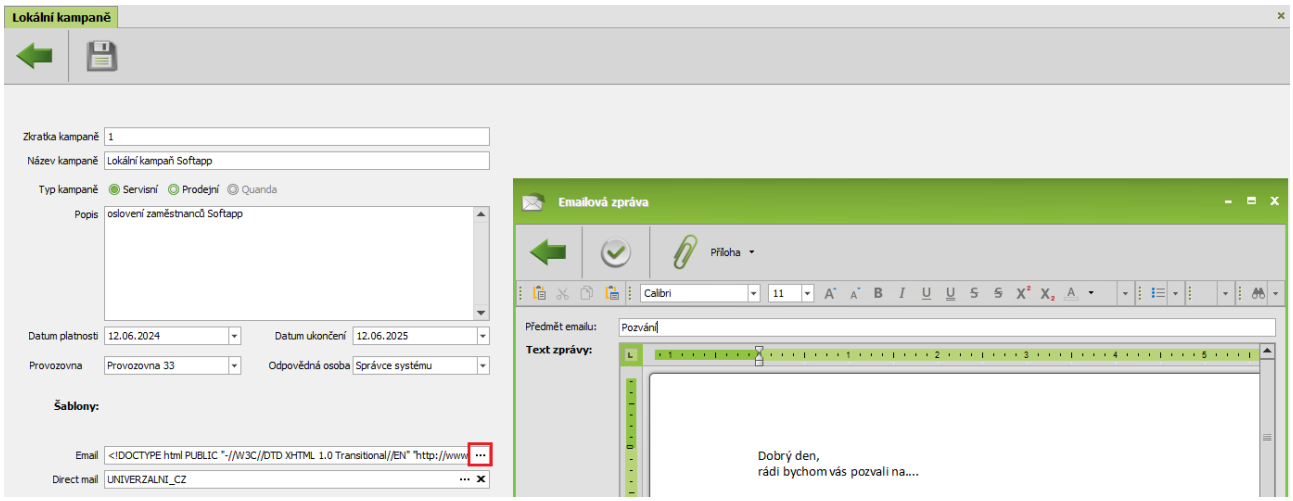
Lokální kampaň vytvoříte tlačítkem 

ve formuláři zákazníci a potencionální zákazníci.

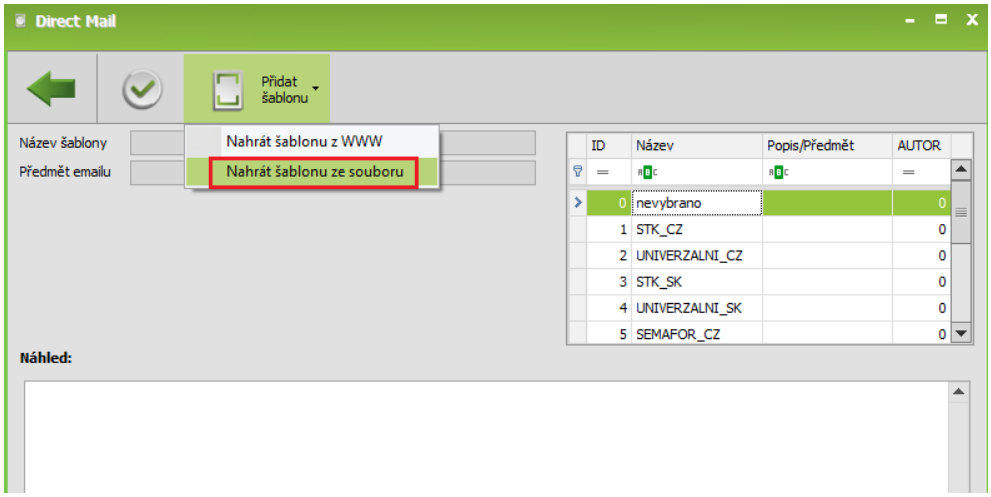
Formulář pro založení lokální kampaně obsahuje v levé části seznam členů a v pravé části údaje o kampani. Vyplníte název a popis kampaně, zadáte platnost, odpovědnou osobu, provozovnu, zvolíte typ kampaně (zda je servisní nebo prodejní) a nadefinujete šablony pro e-mail a direct mail přes tři tečky. Pro direct mail je nutné mít předem vytvořenou šablonu v HTML souboru, který do databáze uložíte. Automaticky je u direct mailu přednastavena univerzální šablona pro značku Renault. Adresa odesílatele u e-mailů a DM z kampaně se nastavuje v globálních parametrech. Lze nastavit odlišnou e-mailovou adresu pro prodejní a servisní kampaň.



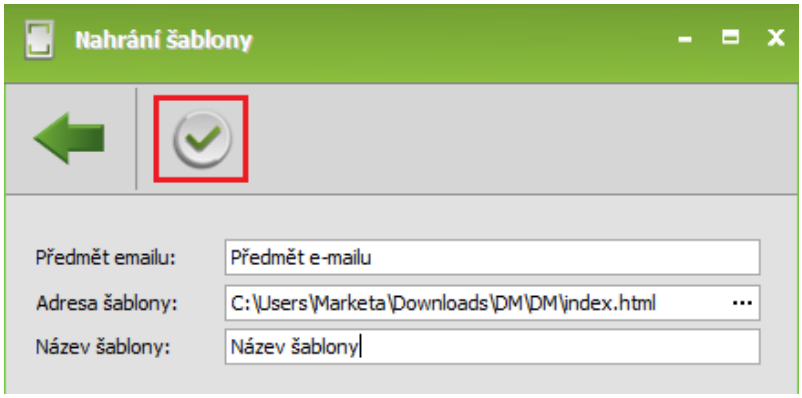
Pro šablonu e-mailu se zobrazí standardní formulář k nadefinování e-mailu. Vyplníte předmět a obsah zprávy a lze přidat i přílohu.



Šablonu pro direct mail je nutné do databáze nahrát přes volbu ***Přidat šablonu*** -> *Nahrát šablonu ze souboru*.

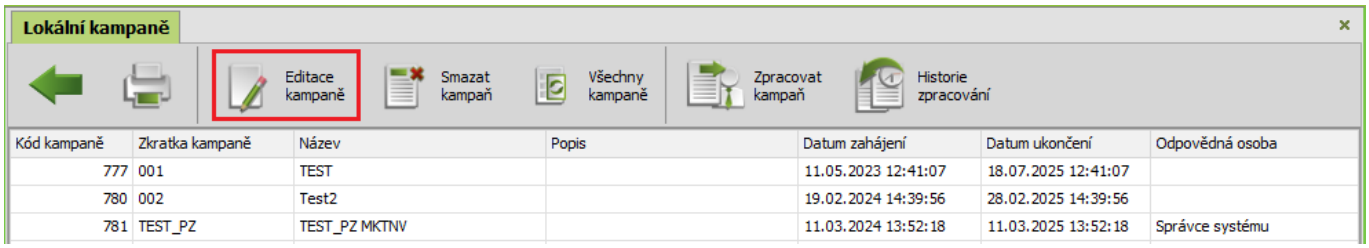


Zobrazí se okno pro nahrání šablony. Vyplníte předmět e-mailu, který se v e-mailu odešle, zvolíte soubor z disku počítače a pojmenujete si šablonu. Všechny změny uložíte ikonou fajky. Přidaná šablona se zobrazí v seznamu šablon.



12.2 Editace kampaně

Kampaň lze editovat v přehledu lokálních kampaní. V editaci lze změnit šablony, platnost a další základní údaje.



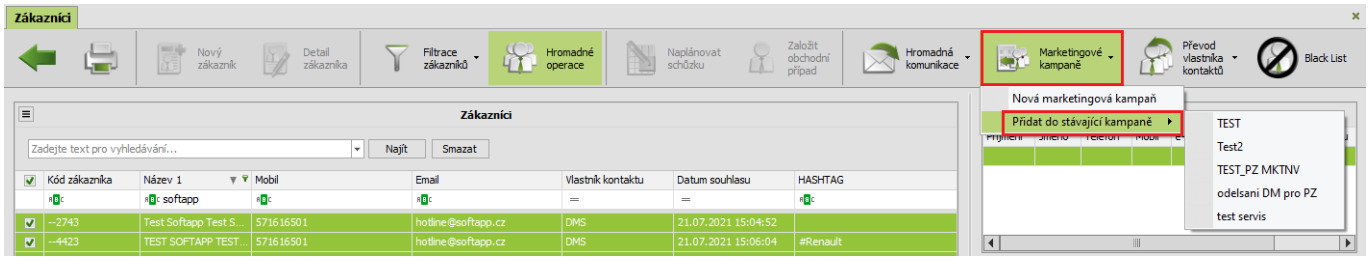
12.3 Smazání kampaně

Lokální kampaň lze vymazat, pouze pokud neobsahuje oslovené členy.

12.4 Přidání členů

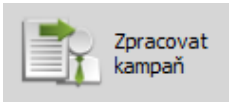
Členy kampaně lze přidat ve volbě *Zákazníci* nebo *Potencionální zákazníci*. V jedné kampani lze oslovit členy z databáze i potencionálních zákazníků.

Požadovaní zákazníci se označí pomocí *hromadných operací* a přes tlačítko Marketingové kampaně přidají do lokální kampaně. V seznamu se vždy nabízí kampaně s neukončenou platností.

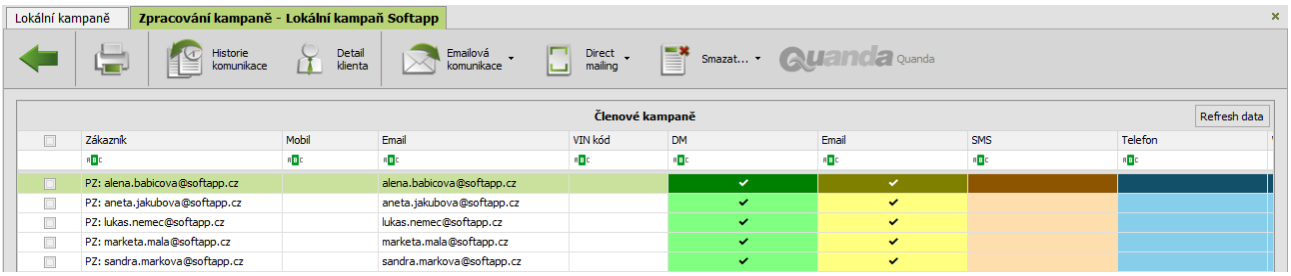


Přidání potencionálních zákazníků je popsáno v kapitole 1.4.

12.5 Zpracování kampaně

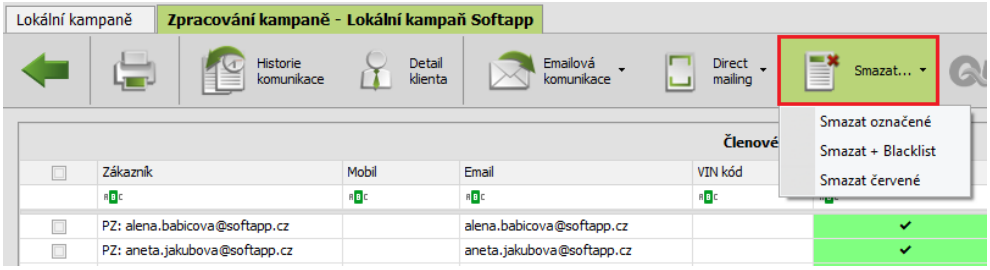
V menu lokální kampaně použijete tlačítko 

nebo dvojklik myší na dané kampani. Zobrazí se formulář s členy kampaně, odkud lze odeslat nadefinovaný e-mail nebo direct mail. Před oslovením provedete kontrolu členů a ty, které nechcete oslovit, lze z kampaně vymazat.

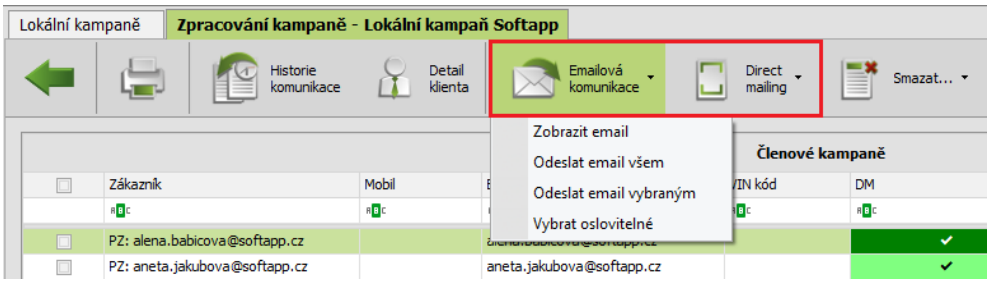


Členy z kampaně lze odstranit přes volby pod tlačítkem ***Smazat***.

- *Smazat označené* – odstraní se označení členové (zelené podbarvení). Členy lze označit zatržením.
- *Smazat + Blacklist* – lze použít pouze u zákazníků z databáze. Zákazník je odstraněn z kampaně a umístěn na interní blacklist. Potencionální zákazník je pouze odstraněn z kampaně, ale není umístěný na blacklist.
- *Smazat červené* – odstraní členy, kteří jsou podbarveni červeně. Červeně jsou podbarveny kontakty, které byly osloveny v časovém rozmezí mezi oslovením. Časové rozmezí lze nastavit v globálních parametrech.



Oslovení lze provést tlačítkem ***E-mailová komunikace*** nebo ***Direct mailing*** dle toho, kterým komunikačním kanálem chcete členy oslovit. Po kliku na tlačítko se rozbalí jednotlivé volby.



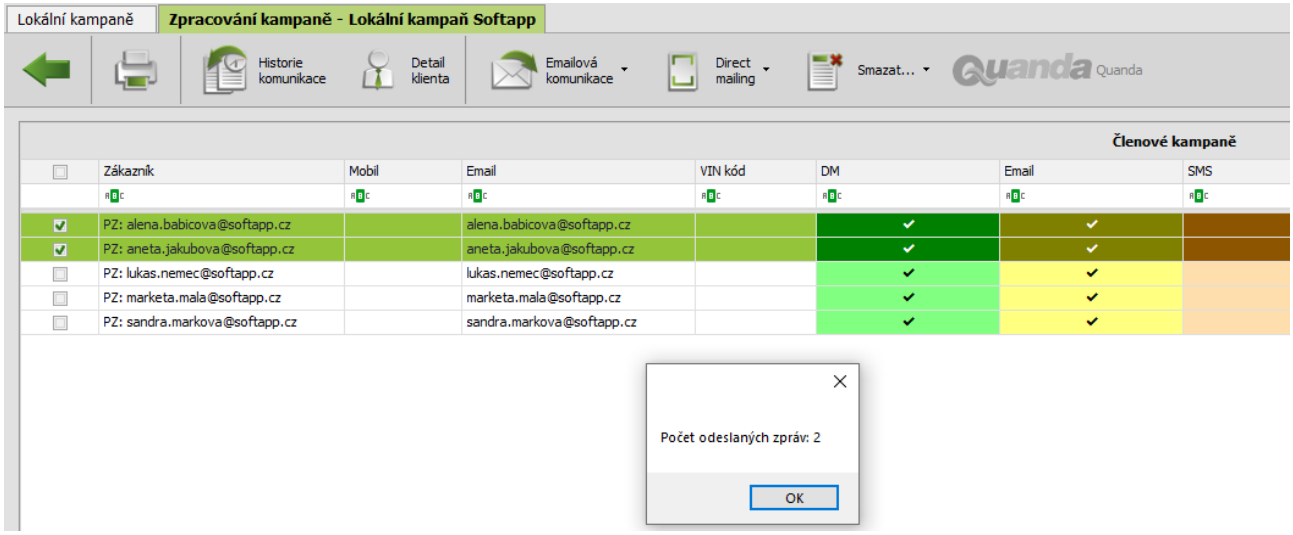
Emailová komunikace

- *Zobrazit email* – otevře se okno s nadefinovaným e-mailem.
- *Odeslat email všem* – e-mail se odešle všem členům.
- *Odeslat email vybraným* – e-mail se odešle pouze označeným členům kampaně (zelené podbarvení). Členy lze označit zatržením.
- *Vybrat oslovitelné* – označí se členové, kteří mají souhlas s oslovením pomocí e-mailu.

Direct mailing

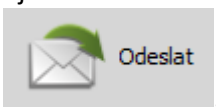
- *Zobrazit šablonu* – náhled šablony se otevře v prohlížeči.
- *Odeslat DM všem* – direct mail se odešle všem členům.
- *Odeslat DM vybraným* – direct mail se odešle pouze označeným členům kampaně.
- *Vybrat oslovitelné* – označí se členové, kteří mají souhlas s oslovením pomocí e-mailu.

Po oslovení systém zobrazí hlášení, kolik se odeslalo zpráv. Oslovení členové ze zpracování vypadnou a lze je dohledat pouze v historii.

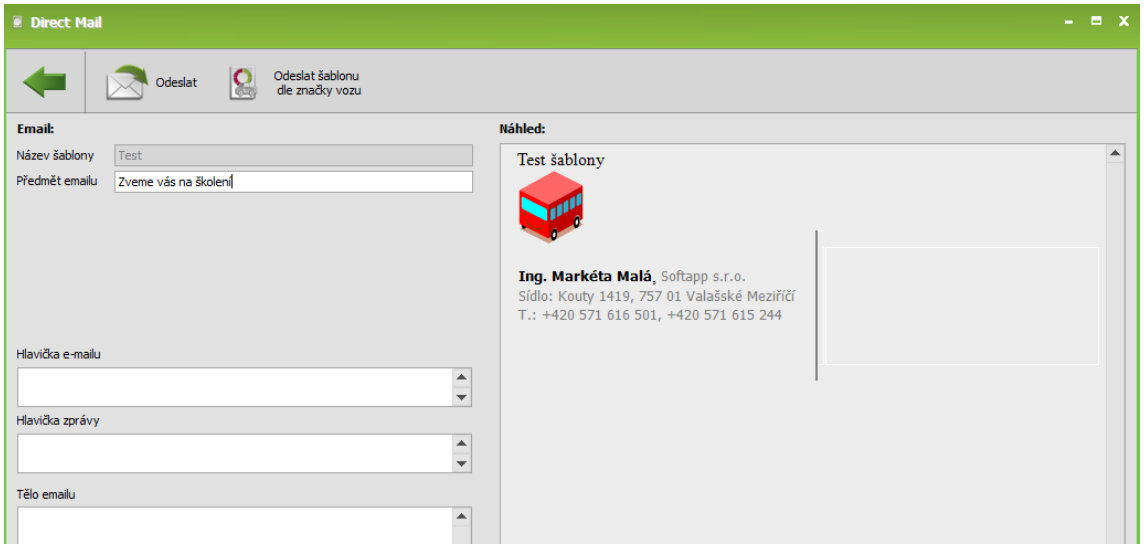


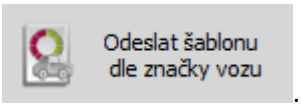
12.5.1Postup při odeslání direct mailu

U direct mailu lze odeslat vlastní HTML šablonu, která je nahraná v kampani, nebo lze použít univerzální šablony Renault a Dacia. Zda bude odeslána nadefinovaná šablona v kampani, nebo šablona dle značky vozu, zvolí uživatel při odesílání DM.

Po použití volby odeslat DM se zobrazí okno pro kontrolu šablony a případné doplnění údajů. Pokud chcete odeslat vlastní šablonu vloženou v kampani, zkontrolujete předmět e-mailu a kliknete na tlačítko 

.

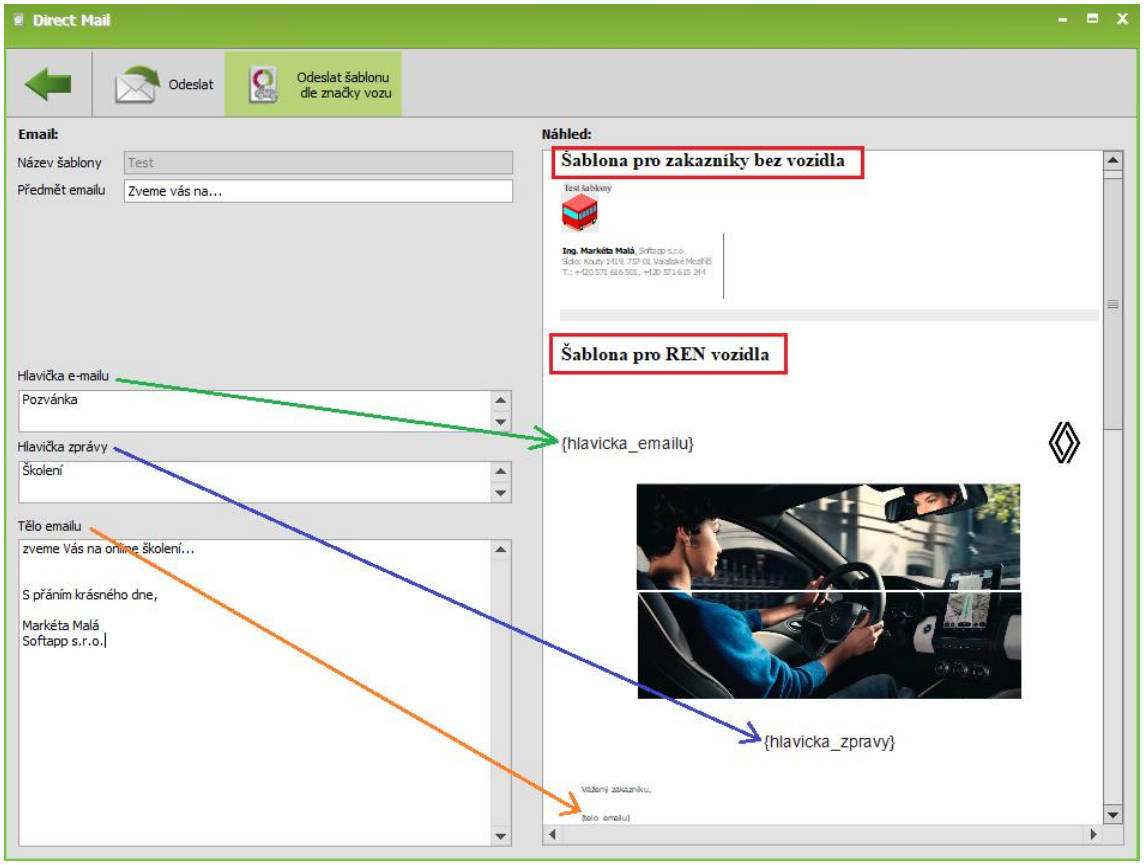


Pokud chcete odeslat šablonu dle značky zákazníkova vozidla, kliknete na tlačítko 

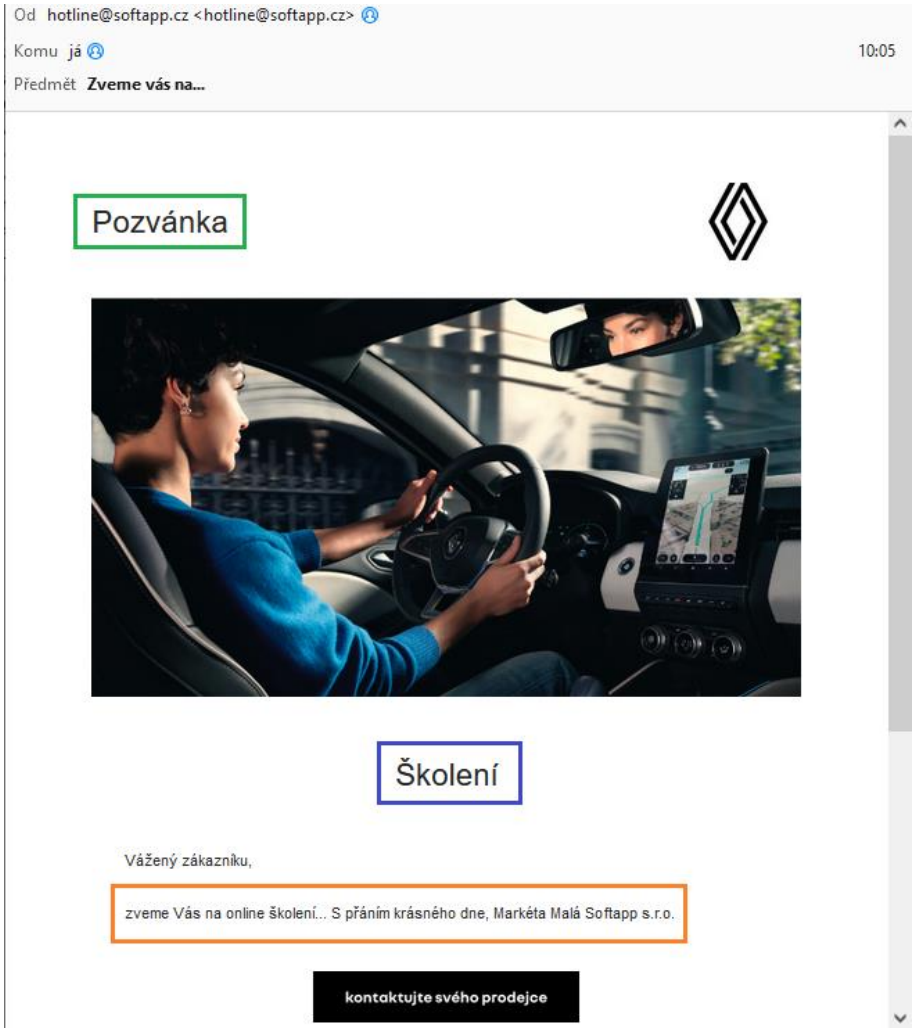
.

V náhledu se zobrazí tři šablony, které budou následně členům rozeslány.

- *Šablona pro zákazníky bez vozidla* – šablona vložená v kampani, která se odešle potencionálním zákazníkům a členům z databáze, kteří nemají přidělené vozidlo. Pokud není v kampani vložená vlastní šablona, odešle se těmto členům univerzální šablona Renault.
- *Šablona pro REN vozidla* – univerzální šablona Renault dodaná importérem, která se odešle zákazníkům s vozem Renault. Šablona obsahuje záměnné znaky pro hlavičku e-mailu, hlavičku zprávy a tělo e-mailu. Tyto záměnné znaky jsou v DM nahrazeny textem, který musí být před odesláním vyplněný uživatelem v příslušných polích.
- *Šablona pro DAC vozidla* - univerzální šablona Dacia dodaná importérem, která se odešle zákazníkům s vozem Dacia. Šablona obsahuje záměnné znaky pro hlavičku e-mailu, hlavičku zprávy a tělo e-mailu. Tyto záměnné znaky jsou v DM nahrazeny textem, který musí být před odesláním vyplněný uživatelem v příslušných polích.

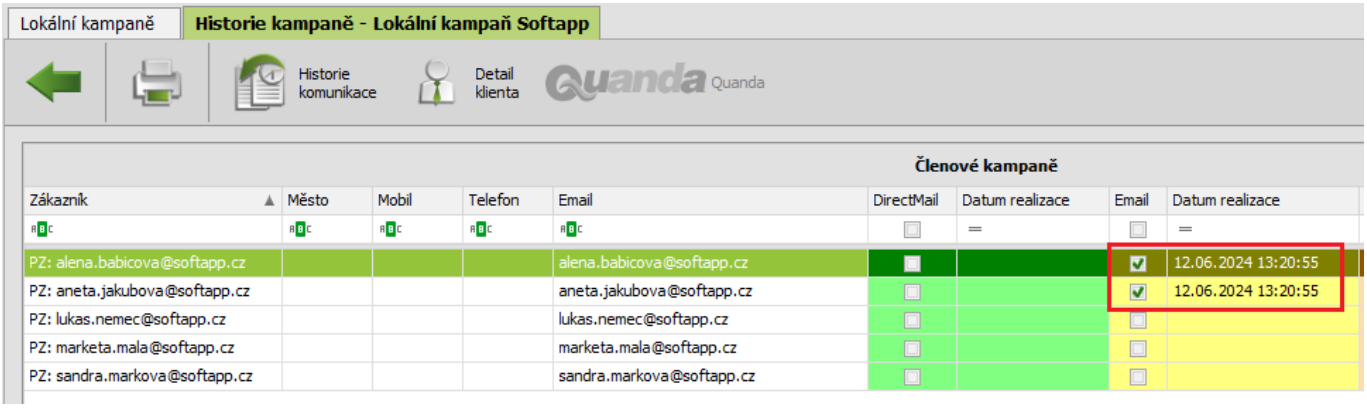


Doručený direct mail pro zákazníka s vozidlem Renault.



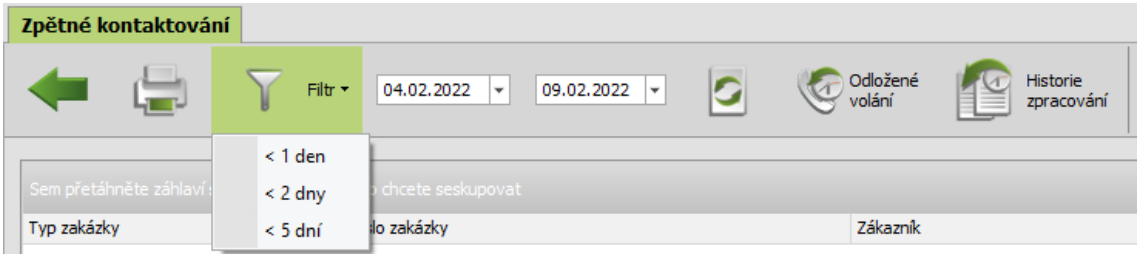
12.6 Historie kampaně

V historii se zobrazují oslovení i neoslovení členové kampaně. U oslovených členů je ve sloupci dle použitého komunikačního kanálu uvedeno datum a čas oslovení.

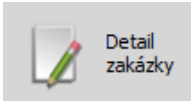


13 Zpětné kontaktování

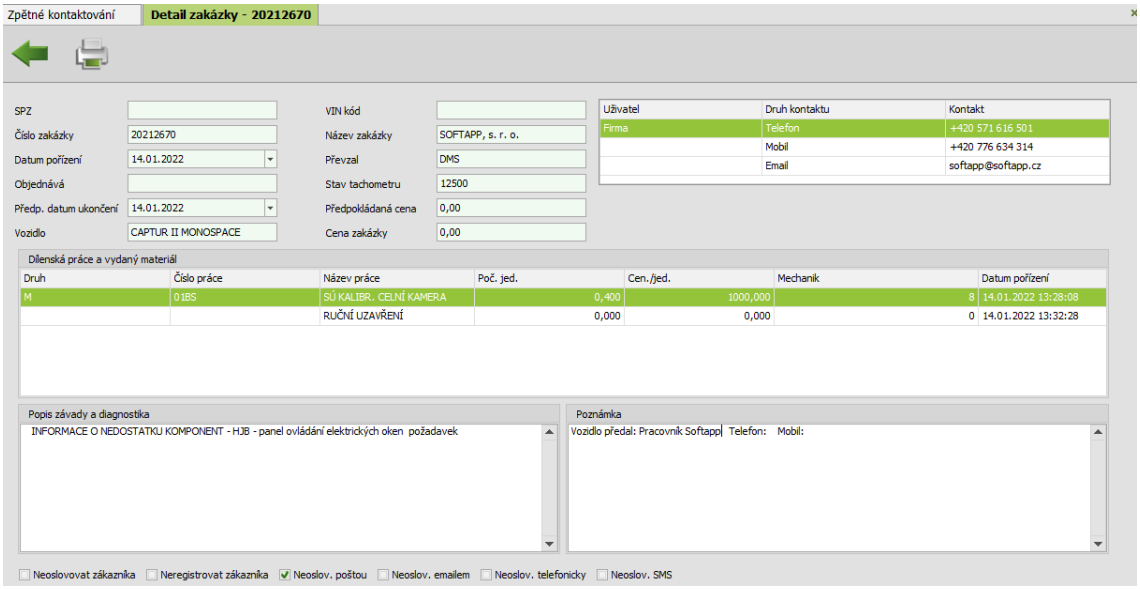
Cílem funkcionality zpětné kontaktování je kontaktovat zákazníky z uzavřených zakázek modulu Servis. Zakázky lze filtrovat dle data uzavření od-do, popř. použít rychlé filtry na zakázky uzavřené 1 den, 2 dny či 5 dní zpět od aktuálního data.

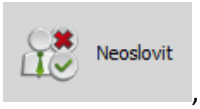


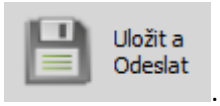
Kontaktovat zákazníky lze telefonicky, e-mailem, direct mailem a SMS zprávou dle toho, jak mají nastaven souhlas dle GDPR.

U každého záznamu si může uživatel před oslovením zobrazit informace k dané zakázce pomocí tlačítka ***Detail zakázky*** 

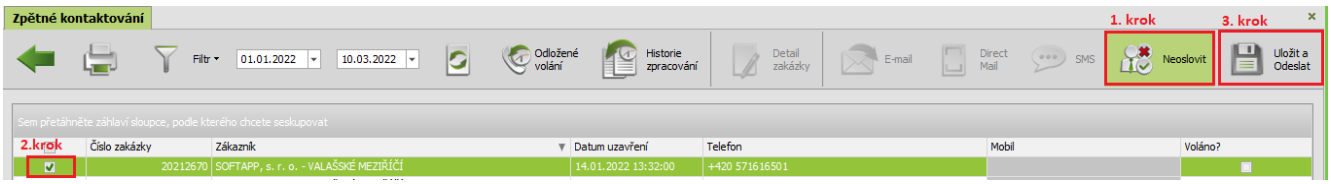
. Po kliku na tlačítko se otevře další záložka, kde jsou uvedeny základní informace o zakázce, rozpis prací a vydaného materiálu, popis závady a zadané poznámky.



V případě, že nechcete u záznamu provést oslovení, můžete použít volbu neoslovit. Kliknete na tlačítko ***Neoslovit*** 

, zatržením vyberete záznam a potvrdíte tlačítkem ***Uložit a odeslat*** 

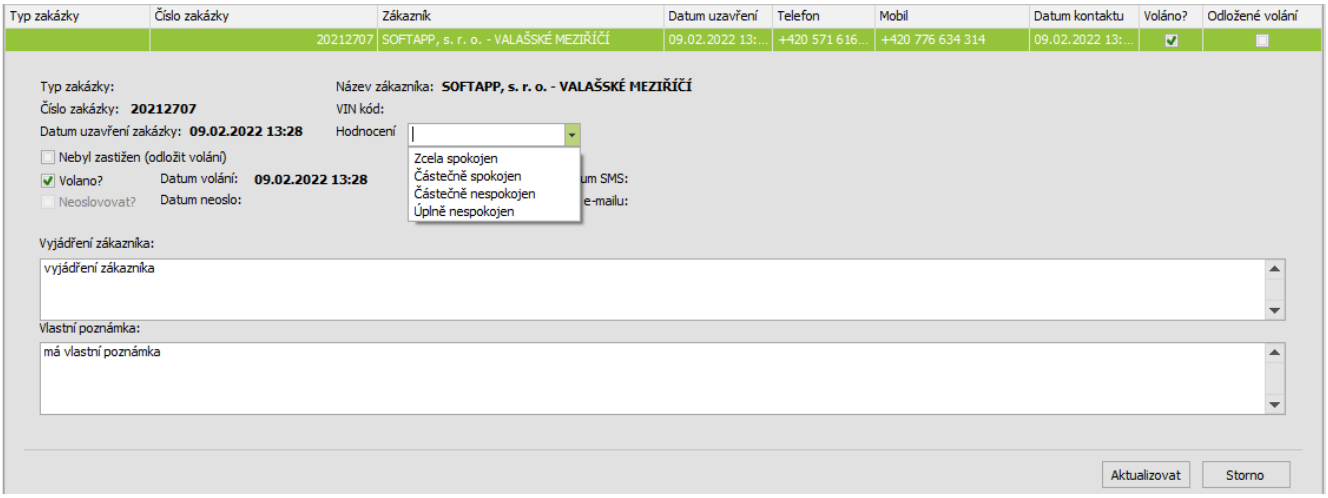
.



Po potvrzení operace se záznam přesune do historie zpracování.

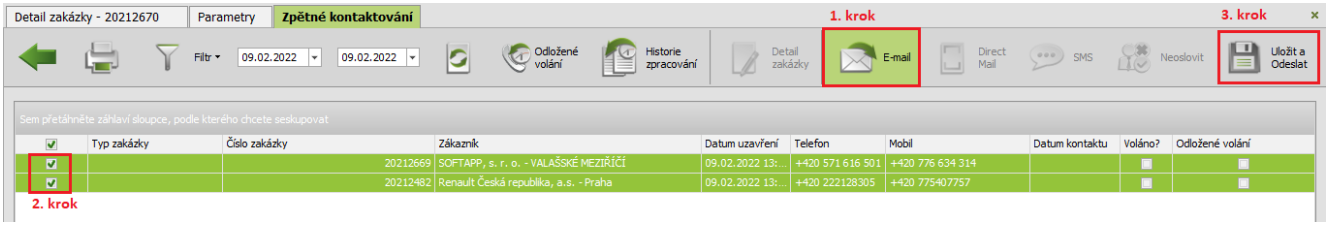
13.1 Kontaktování telefonicky

Telefonický kontakt probíhá postupně po jednotlivých zakázkách. Dvojklikem na zakázce se rozbalí formulář pro vyplnění údajů získaných z telefonátu s klientem. Ve formuláři zakliknete ***Voláno?***. Tím se k záznamu propíše datum kontaktu. U každého záznamu je povinné vybrat hodnocení z rozbalovacího menu. Po zadání všech údajů je potřeba kliknout na tlačítko ***Aktualizovat***, aby došlo k jejich uložení a přesunutí záznamu do historie zpracování.



13.2 Kontaktování SMS zprávou, e-mailem nebo direct mailem

Kontaktování pomocí zpráv probíhá po jednotlivých zakázkách nebo hromadně podle volby uživatele.

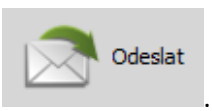


Po vyfiltrování zakázek za požadované období si uživatel zvolí způsob oslovení kliknutím na daný komunikační kanál.

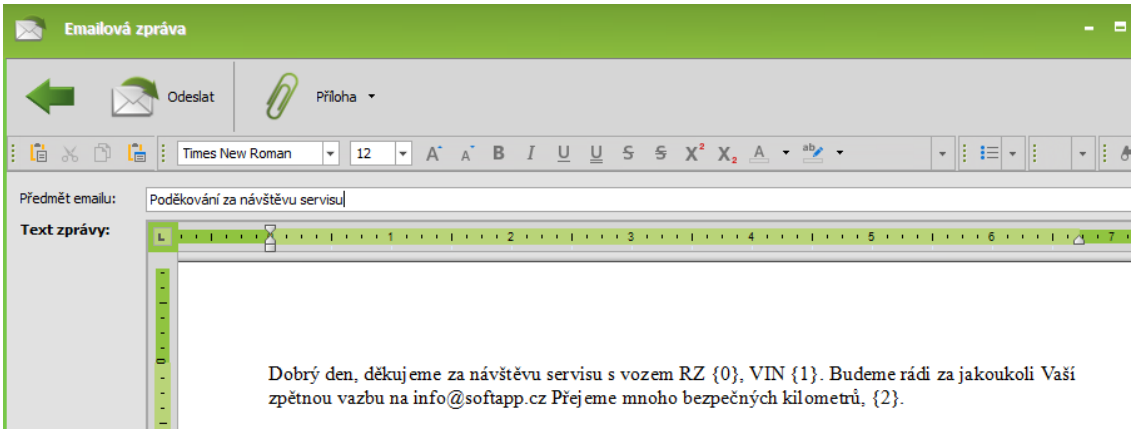
V případě, že chce zákazníky oslovit textovým e-mailem, klikne na tlačítko ***E-mail***

.

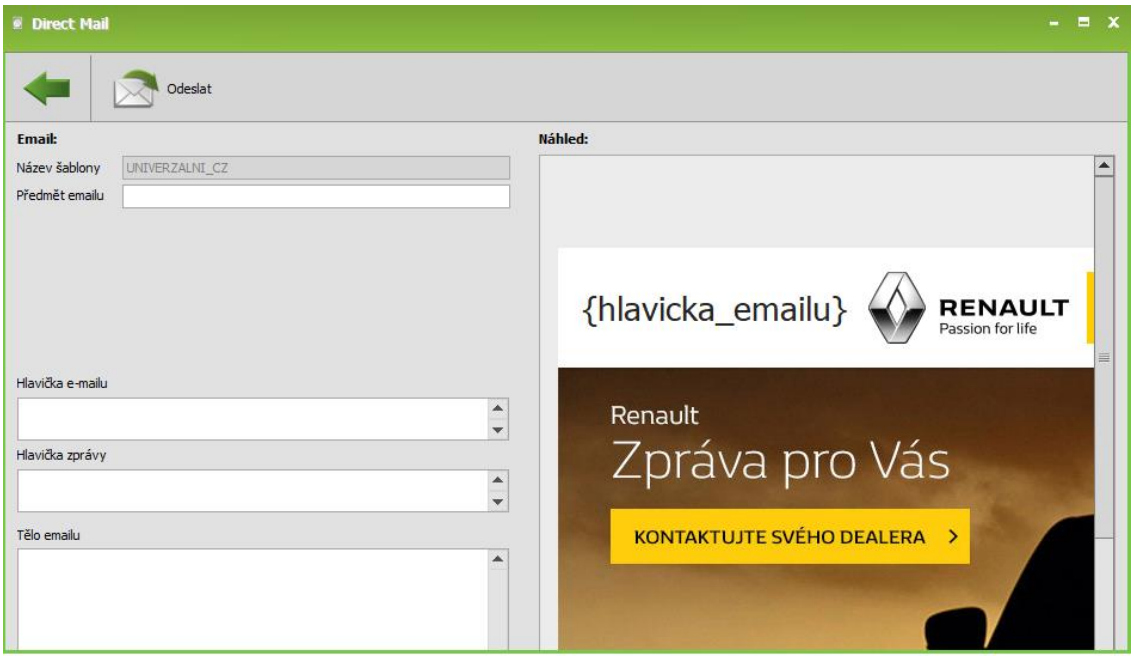
U zákazníků, kteří nemají souhlas s oslovením e-mailem, není možné zatržení provést. Po označení záznamů, na které chcete e-mail odeslat, kliknete na tlačítko ***Uložit a odeslat***

. Po potvrzení odeslání e-mailu vybraným záznamům se zobrazí e-mailová zpráva s předvyplněným textem, který je nadefinován v globálním nastavení programu. Uživatel doplní předmět e-mailu, případně upraví text a klikne na tlačítko ***Odeslat*** 

.



Stejným způsobem uživatel postupuje v případě, že chce zákazníky oslovit HTML šablonou. Pro oslovení zvolí direct mail, vyberete požadované záznamy a uloží. Po potvrzení se zobrazí šablona s políčky pro nadefinování textu, který bude součástí direct mailu. Šablona pro zpětné kontaktování se definuje v globálním nastavení programu. Po vyplnění hlavičky e-mailu, hlavičky zprávy, těla e-mailu a doplnění předmětu klikne uživatel na tlačítko ***Odeslat***.

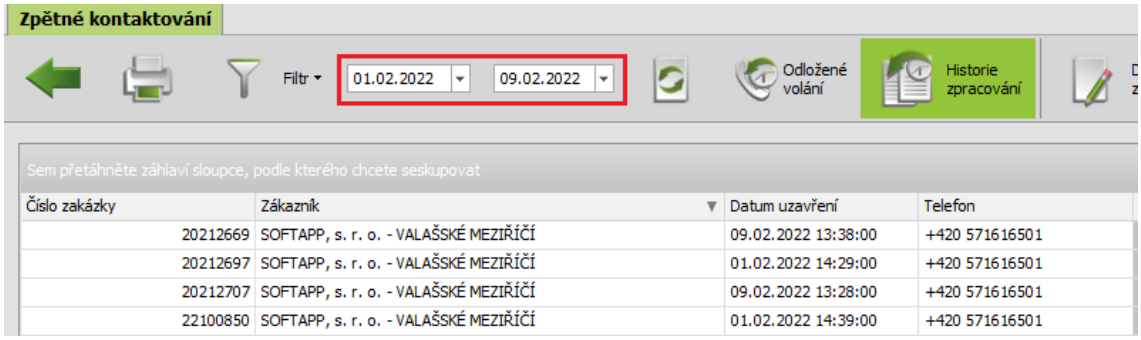


Pro oslovení SMS zprávou klikne uživatel na tlačítko ***SMS***

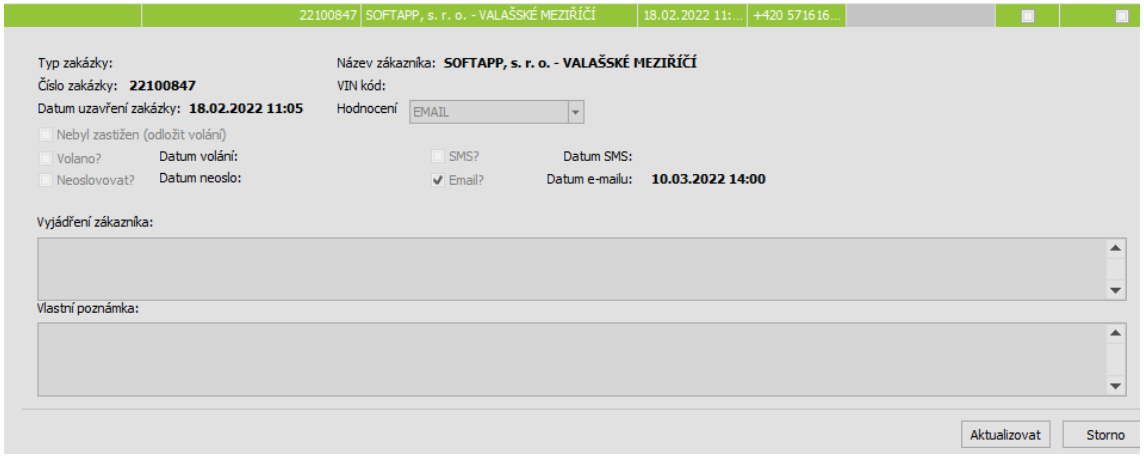
. Zatržením vybere, na které záznamy bude SMS odeslána a výběr potvrdí tlačítkem *Uložit a odeslat*.

13.3 Historie zpracování

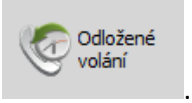
V historii zpracování lze vidět již oslovené záznamy za období zvolené filtrem.



Dvojklikem na konkrétním záznamu se uživateli rozbalí formulář, kde lze vidět, kdy a jakým způsobem byl zákazník osloven.



13.4 Odložené volání

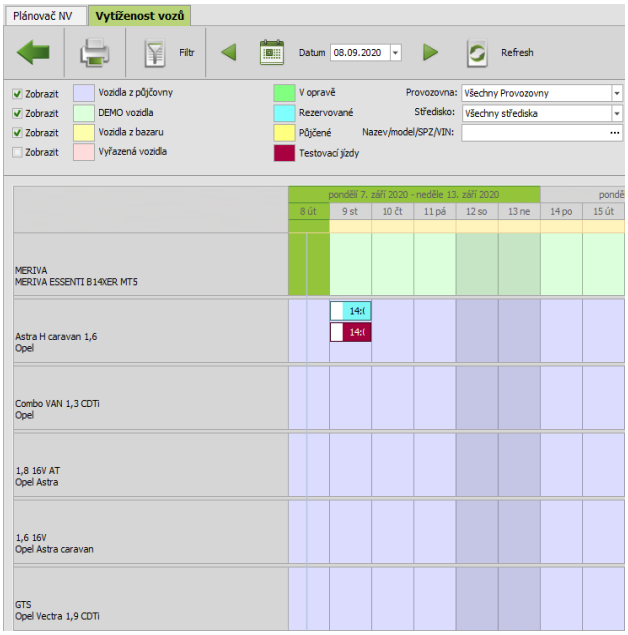
Zpětné volání lze odložit na později v případě, že zákazník nebyl telefonicky zastižen. V tomto případě se u zakázky zatrhne parametr *Nebyl zastižen (odložit volání)*. Všechny takto označené zakázky lze následně zobrazit přes tlačítko ***Odložené volání*** 

. Zobrazí se odložené zakázky za období, které je zvolené ve filtru.

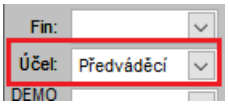
14 Sestavy

14.1 Vytíženost vozidel

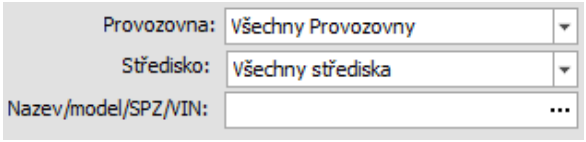
V sestavě **Vytíženost vozidel** vidíte přehledně jednotlivé vozy a jejich status. Zda je vůz v opravě, vypůjčen, má testovací jízdu nebo je momentálně dostupný. Do sestavy se vozy dostávají v závislosti na nastavení programu Marketing. Příslušnými parametry (více v kap. 13) si nastavíte, zda chcete do modulu Marketing zahrnout vozy ze salonu, půjčovny nebo bazaru. Pokud máte nastaveno přebírat vozy ze všech modulů, můžete si pak v sestavě sami zvolit, jestli chcete zobrazit vozy z modulu Půjčovna, z modulu Bazar, DEMO vozy z modulu Salon, nebo všechna vozidla.



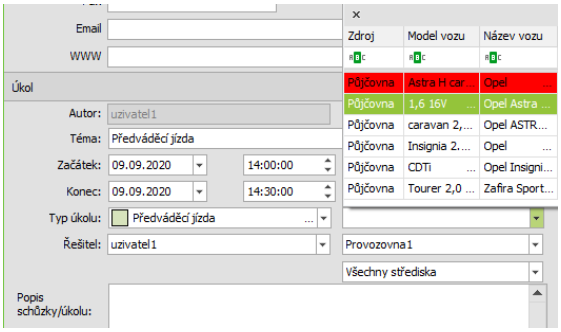
DEMO vozidla jsou v objednávkách modulu Salon označena jako **Předváděcí vůz** (účel).

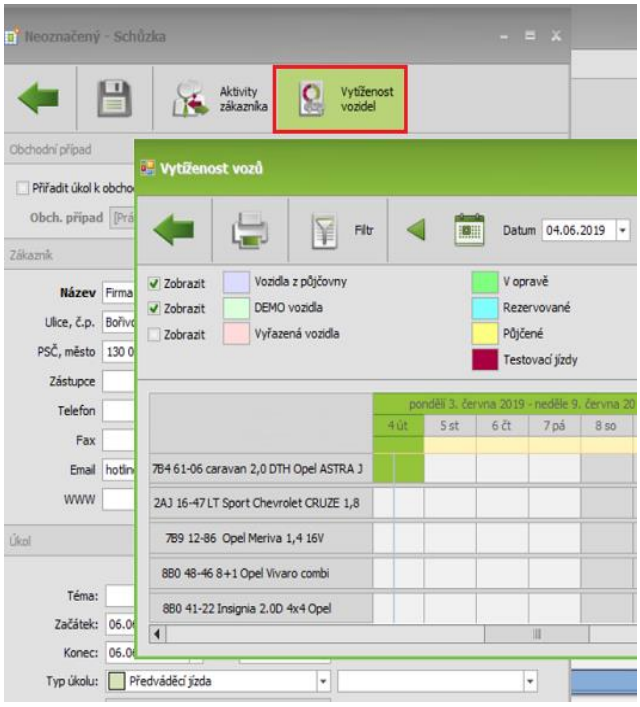


Vozy v sestavě můžete filtrovat dle **provozoven**, **středisek** a fulltextové vyhledávání funguje dle názvu, modelu, SPZ a VIN kódu. Provozovna i středisko u jednotlivých vozů se přebírá z nastavení provozovny a střediska u vozidla v ostatních modulech.



Vytíženost vozidel můžete snadno sledovat i při plánování **předváděcí jízdy** v plánovači. Při vytváření úkolu vyberete typ předváděcí jízda a nahoře se objeví ikona ***Vytíženost vozidel*.** Když na ni kliknete, otevře se nám sestava, odkud zjistíte, které vozidlo je ve zvoleném čase k dispozici. Zvolený vůz poté vyberete ze seznamu, kde jsou půjčené či rezervované vozy podbarveny červeně, a úkol uložíte. Předváděcí jízda se ihned zapíše do sestavy vytíženost vozidel a zapíše se jako rezervace v modulu Půjčovna nebo Bazar.

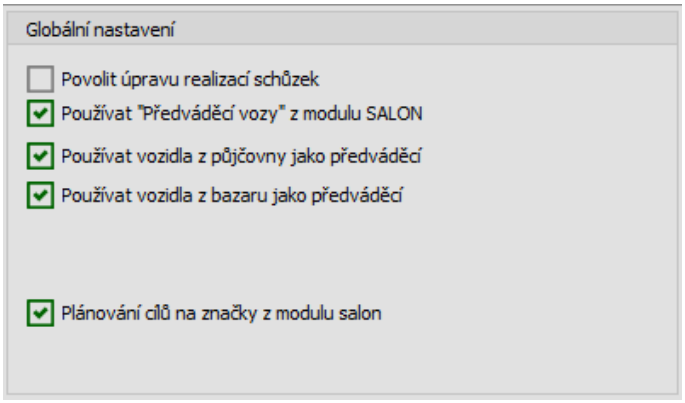




15 Parametry

Parametry dělíme na globální a uživatelské nastavení. Globální parametry jsou pro všechny uživatele stejné a může je měnit pouze správce systému. Uživatelské parametry si volí každý uživatel pod svým přihlášením.

15.1 Globální parametry



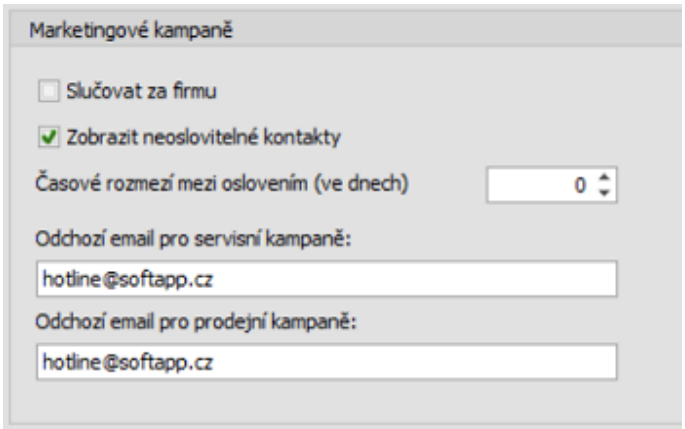
Povolit úpravu realizací schůzek – při zatržení můžeme upravovat již provedené realizace úkolů.

Používat „Předváděcí vozy“ z modulu SALON - při zatržení parametru jsou pro účel předváděcích jízd nabízeny fyzicky přijaté vozy ze salonu, které mají v objednávce vybrán účel „předváděcí“.

Používat vozidla z půjčovny jako předváděcí – při zatržení parametru jsou součástí výběru vozů pro předváděcí jízdy vozidla z půjčovny a můžeme si je zobrazit i v sestavě vytíženost vozidel.

Používat vozidla z bazaru jako předváděcí - při zatržení parametru jsou součástí výběru vozů pro předváděcí jízdy vozidla z bazaru a můžeme si je zobrazit v sestavě vytíženost vozidel. Zobrazují se vozy z bazaru přijaté na sklad a vozy označené jako majetkové.

Plánování cílů na značky z modulu Salon – cíle a statistiku lze sledovat dle značek vozů.



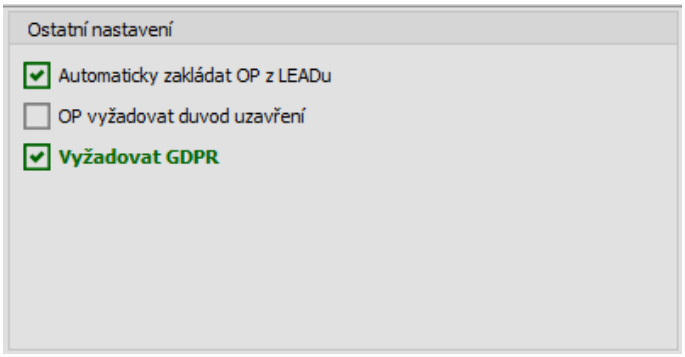
Slučovat za firmu – pokud je parametr zatržen, nemůžeme firmu, která má více vozidel, oslovit se stejným nástrojem vícekrát.

Zobrazit neoslovitelné kontakty – při zatrženém parametru vidíme v marketingových kampaních i členy, které nemůžeme na základě GDPR oslovit.

Časové rozmezí mezi oslovením (ve dnech) – v této volbě si můžeme nastavit časovou prodlevu mezi jednotlivými osloveními zákazníka, abychom jej nezahltili zprávami. V případě, že byl zákazník již v časovém rozmezí osloven, podbarví se v další kampani červeně.

Odchozí e-mail pro servisní kampaně – zde zadáme e-mail, který bude uveden jako odchozí při oslovení servisní marketingovou kampaní.

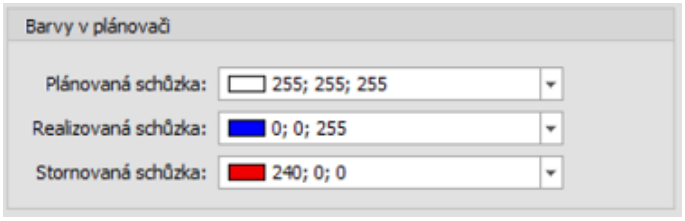
Odchozí e-mail pro prodejní kampaně - zde zadáme e-mail, který bude uveden jako odchozí při oslovení prodejní marketingovou kampaní.



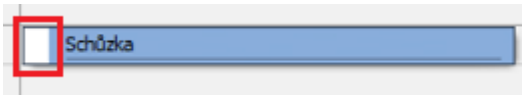
Automaticky zakládat OP z LEADu – při zaškrtnutém parametru se při uložení aktivity ve zpracování LEADu vytvoří obchodní případ.

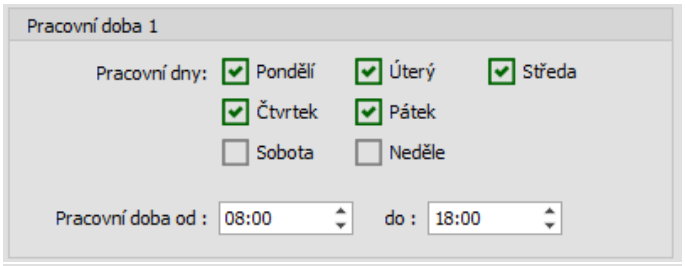
OP vyžadovat důvod uzavření – při zatrženém parametru lze při uzavírání obchodního případu zvolit důvod uzavření z číselníku.

Vyžadovat GDPR – pokud je parametr zatržen, program umožní skrz marketingové kampaně oslovit pouze zákazníky, kteří mají souhlas podle GDPR. Tento parametr nedoporučujeme odtrhávat.



Barvy v plánovači – zde si můžete nastavit, jakou barvou bude v plánovači označen status schůzky.

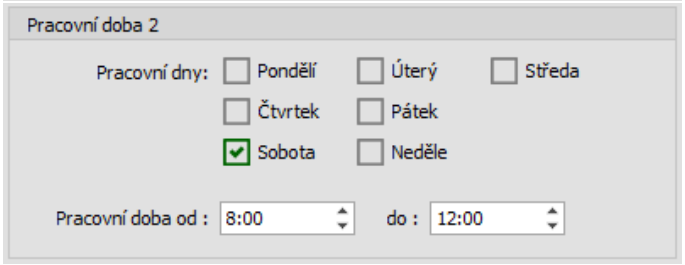


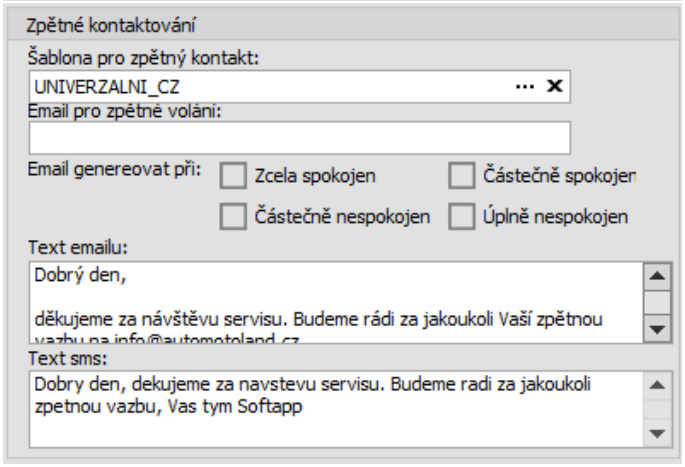


Pokud máte v některé dny odlišnou pracovní dobu, můžete pro rozlišení v plánovači využít pracovní dobu 1 a pracovní dobu 2.

Pracovní dny – zatržením určíte, které dny v týdnu máte pracovní. Nastavení se projeví v plánovači.

Pracovní doba – rozmezí mezi zadanými hodinami se zobrazuje v plánovači.





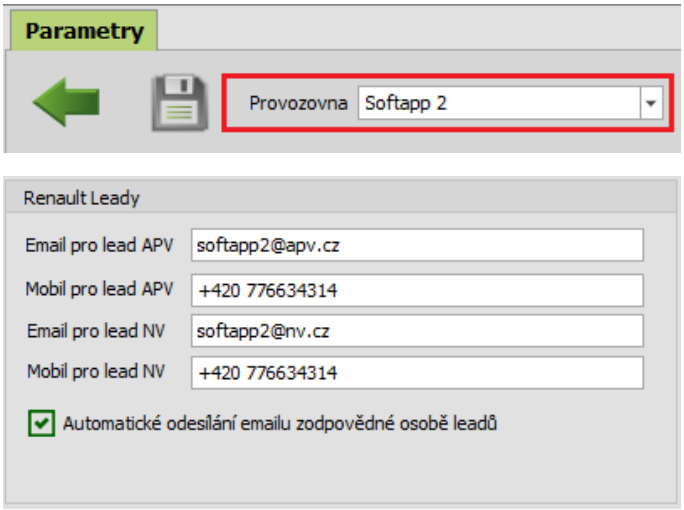
Šablona pro zpětný kontakt – šablona pro direct mail odeslaný přes zpětné kontaktování. Nelze vybírat z již dostupných šablon v nabídce, je nutné přidat vlastní šablonu, kterou si každý dealer zajistí sám.

E-mail pro zpětné volání – e-mailová adresa, na kterou bude záznam o hodnocení zpětného volání zaslán. Může být nastaveno více e-mailových adres.

E-mail generovat při: - nastavení hodnocení, při kterém má dojít ke generaci a odeslání e-mailu. Může být nastaveno více hodnocení.

Text e-mailu – text e-mailu, který je odeslán přes zpětné kontaktování.

Text SMS – text SMS zprávy, která je odeslána přes zpětné kontaktování. SMS prosím definujte bez diakritiky.



Kontakty pro notifikace o nově příchozích leadech se nastavují na provozovny. Je tedy nutné nejdříve vybrat provozovnu.

Automatické odesílání emailu zodpovědné osobě leadů – po přiřazení odpovědné osoby u nového leadu se vygeneruje e-mail a odešle se uživateli.

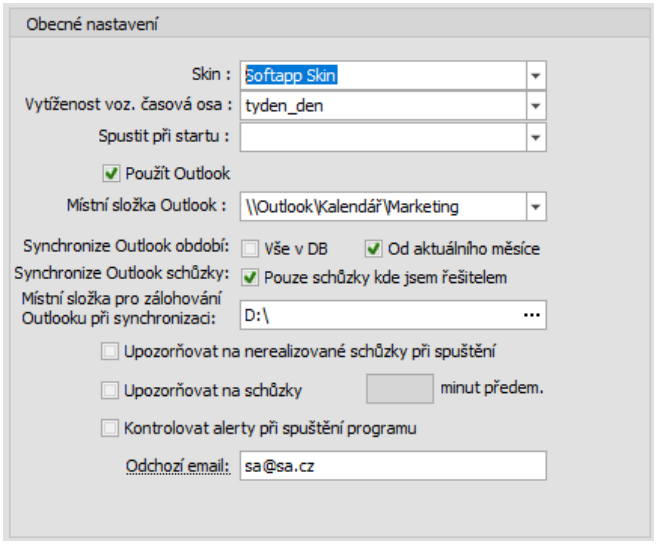
Email pro lead APV – e-mailové adresy pro notifikaci o novém servisním leadu.

Mobil pro lead APV – mobilní čísla pro notifikaci o novém servisním leadu.

Email pro lead NV – e-mailové adresy pro notifikaci o novém leadu pro nové vozy.

Mobil pro lead NV – mobilní čísla pro notifikaci o novém leadu pro nové vozy.

15.2 Uživatelské parametry



Skin – z rozbalovacího menu si můžete zvolit motiv modulu Marketing. Defaultně je nastavený Softapp Skin, ale můžete jej změnit na jakýkoli jiný.

Vytíženost vozů časová osa – v této volbě si navolíte, jak chcete zobrazit časovou osu v sestavě vytíženost vozidel.

Spustit při startu – v této volbě si můžete navolit, která část marketingu se vám má po přihlášení otevřít. Pokud žádná, program se otevře v hlavním menu.

Použít Outlook – zatržení parametru umožňuje vyexportovat schůzky z Marketingu do kalendáře v MS Outlook. Tuto volbu zatrhněte pouze, pokud máte MS Outlook na počítači nainstalovaný a používáte jej.

Synchronizace Outlook období – zatržením zvolíte, zda synchronizovat všechny schůzky v databázi nebo pouze od aktuálního měsíce.

Pouze schůzky kde jsem řešitelem – zatržením se do kalendáře Outlook přenesou pouze schůzky, kde je přihlášený uživatel řešitelem.

Místní složka pro zálohování Outlook při synchronizaci – složka v počítači, kde se před synchronizací vytvoří ve formátu *.ics aktuální záloha kalendáře z MS Outlook.

Upozorňovat na nerealizované schůzky při spuštění – při zaškrtnutém parametru vám po přihlášení do programu vyskočí okno se seznamem nerealizovaných schůzek z předešlého dne.

Upozorňovat na schůzky - v novém okně vám vyskočí upozornění na naplánované schůzky. Můžete si nastavit, kolik minut předem chcete být na schůzku upozorněni.

Odchozí email – e-mailová adresa odesílatele při oslovení zákazníka z modulu Marketing (vyjma marketingových kampaní).