



Приложение ELMA CRM+

Краткое руководство

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Приложение ELMA CRM+	6
Глава 2. Актуальность внедрения CRM-системы	7
Глава 3. База контрагентов и сделок	11
3.1. Создание контрагентов	13
3.2. Настройка карточки контрагента	15
3.2.1. Настройка полей	15
3.2.2. Настройка форм отображения	20
3.2.3. Настройка справочников	26
3.3. Настройка воронки продаж	30
3.3.1. Настройка карточки сделки	30
3.3.2. Настройка справочников сделок	33
3.3.3. Воронка продаж. Стадии и типы сделок	34
3.3.4. Настройка справочника "Товары и услуги"	38
3.4. Поиск и фильтрация контрагентов и сделок	43
3.4.1. Создание пользовательских фильтров	45
3.4.2. Расширенная настройка фильтров	52
3.4.3. Настройка дерева фильтров	55
3.5. Создание интерфейсов для работы с CRM	58
3.5.1. Создание группы пользователей	58
3.5.2. Создание и настройка главной страницы	60
3.5.3. Настройка доступа к странице	64
3.5.4. Настройка набора главных страниц	67
Глава 4. Быстрые продажи	71
4.1. Настройка объектной модели	73
4.1.1. Настройка форм контрагентов и сделок	73
4.1.2. Настройка запуска процесса с карточки	76
4.1.3. Заполнение справочников	78
4.1.4. Работа с базой адресов ФИАС	80

4.2. Бизнес-процесс продажи.....	86
4.2.1. Создание бизнес-процесса продажи	86
4.2.2. Настройка зон ответственности	88
4.2.3. Настройка контекста бизнес-процесса	90
4.2.4. Формирование наименования экземпляров.....	95
4.2.5. Отображение прогресса работы над заказом	95
4.3. Генерация документов	103
4.3.1. Работа с шаблонами.....	103
4.3.2. Настройка генерации документа.....	104
4.4. Сценарий использования	108
Глава 5. Сложные продажи.....	117
5.1. Потенциальные клиенты (возможности)	120
5.1.1. Работа с дублями.....	125
5.2. Права доступа	133
5.2.1. Настройка прав доступа к CRM.....	134
5.2.2. Доступ к карточкам контрагентов, возможностей и сделок.....	136
5.2.3. Настройка категорий и распределение	137
5.2.4. Настройка прав доступа к полям и свойствам объектов CRM.....	144
5.3. Активная воронка продаж	148
5.4. Настройка отчётности.....	158
5.4.1. Отчёт "Воронка продаж"	158
5.4.2. Отчёт "Динамика сделок"	160
5.4.3. План поступлений	164
5.4.4. Фильтры	171
5.5. Сценарий использования	174
Глава 6. Интеграция с IP-телефонией	187
6.1. Исходящие вызовы.....	188
6.2. Входящие вызовы	191
6.3. Организация контакт-центра на базе ELMA	195
Глава 7. Отслеживание маркетинговых мероприятий	197

7.1. Маркетинговые объекты.....	199
7.2. Статистика.....	204
7.3. Работа с UTM-метками.....	206
7.4. Сценарий использования	208
Глава 8. Роли и интерфейсы	214
8.1. Менеджер по продажам	215
8.2. Маркетолог	217
8.3. Коммерческий директор	219
Глава 9. Место ELMA CRM+ в IT-инфраструктуре	222
9.1. Загрузка потенциальных клиентов	224
9.2. Использование ELMA CRM+ в других приложениях системы.....	228
Глава 10. Полезные ресурсы.....	231

Введение

Данная книга – краткое руководство по **приложению ELMA CRM+**, построенному на базе **Платформы ELMA BPM**. Она предназначена для тех, кто самостоятельно осваивает систему ELMA, а также для специалистов, которые планируют профессионально заниматься её внедрением. Основная задача этой книги – научить пользователя базовым приёмам работы с **приложением ELMA CRM+**.

Данная книга подразумевает, что пользователь уже владеет базовыми навыками работы с системой ELMA, которые описаны в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#). Также предполагается, что система уже подготовлена для работы с **приложением ELMA CRM+**: в ней создана организационная структура предприятия и набор пользователей (подробнее см. в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#)).

Полный перечень кратких руководств по системе:

- [Краткое руководство по Платформе ELMA BPM](#)
- [Краткое руководство по внутреннему portalу ELMA](#)
- [Краткое руководство по приложению ELMA ECM+](#)
- [Краткое руководство по приложению ELMA Проекты+](#)
- [Краткое руководство по приложению ELMA KPI](#)

Более полное описание функционала **приложения ELMA CRM+** приведено в [справке по системе ELMA](#). Справка входит в поставку системы, а также всегда доступна в Базе знаний ELMA: <http://www.elma-bpm.ru/kb/help/>.

Решения многих технических вопросов описаны в [Базе знаний ELMA](#). База знаний постоянно пополняется специалистами компании.

Данная книга не является справочным руководством, а, скорее, учебником, в котором последовательно разбираются основные настройки и функции **приложения ELMA CRM+**. Перед изучением данной книги рекомендуется ознакомиться с [Кратким руководством по Платформе ELMA BPM](#), в котором содержатся основы работы с системой ELMA.

В данном руководстве рассмотрим пример организации работы с базой контрагентов, ведением различных типов продаж и рассмотрим функции, ускоряющие работу отдела продаж и руководства компании в рамках раздела **Работа с клиентами** системы ELMA.

Глава 1. Приложение ELMA CRM+

Аббревиатура **CRM** расшифровывается как "Customer Relationship Management", что с английского переводится "Управление взаимоотношениями с клиентами". **CRM-система** – это программный продукт, помогающий контролировать работу с клиентами, упорядочивать и планировать её. Благодаря её внедрению компания получает стандартизированную базу контрагентов и сделок; контроль качества работы отдела продаж в любом моменте времени; аналитику о работе с потенциальными клиентами; базу для планирования стратегии ведения бизнеса.

Приложение ELMA CRM+ – это сочетание возможностей CRM-системы и системы управления бизнес-процессами (BPM), обеспечивающее тотальную вовлечённость компании в продажи.

Приложение ELMA CRM+ позволяет:

- вести учёт контрагентов, контактов и потенциальных клиентов;
- планировать события (звонки, встречи, письма, задачи);
- планировать сделки и отслеживать активность по ним;
- планировать финансовые поступления;
- планировать маркетинговые кампании;
- получать аналитику и отчётность;
- пользоваться IP-телефонией.

Решение, которое предлагает **приложение ELMA CRM+**, позволяет накапливать, хранить и развивать клиентскую базу, автоматизировать бизнес-процессы в компании, обеспечивает возможность вывода процесса работы с клиентами за пределы отдела продаж, а также предоставляет инструменты контроля исполнения данного процесса на всех этапах.

Глава 2. Актуальность внедрения CRM-системы

Некоторые руководители считают, что на этом функциональность CRM-системы ограничивается, и после внедрения происходит резкое повышение уровня продаж: менеджерам становится удобно работать, они не забывают о запланированных звонках и автоматически становятся эффективнее, однако это не так.

Залогом роста продаж являются три аспекта (Рис. 1):

- **Профессионализм менеджера.** Сотруднику отдела продаж необходимо знать продукт, который предлагает его компания, быть экспертом в этой области и обладать навыками продаж. Чем выше уровень этой компетенции у менеджера по продажам, тем выше уровень лояльности клиентов к нему как к личности.
- **Мотивация менеджера.** Сотрудник отдела продаж должен быть финансово вовлечён в работу: иметь пропорциональное его результатам денежное вознаграждение, премии за выполнение специальных задач, снижение дебиторской задолженности и т.д.
- **Условия, которые создаёт компания.** Речь идёт не просто об удобном рабочем месте сотрудника, а об уровне предоставления товаров и услуг клиентам, ценовой политике, позиции на рынке, маркетинге и обеспечении отдела продаж потенциальными клиентами.



Рис. 1. Залог повышения КПД продаж

Только при соблюдении всех трёх условий компания сможет нарастить объём продаж. Следует помнить, что CRM-система не повысит уровень компетентности менеджера и не поменяет его мотивацию, однако может напрямую повлиять на условия, создаваемые компанией.

Рассмотрим пример (Рис. 2). Компания занимается поставками металлоконструкций. В отдел продаж поступает приглашение на тендер с начальной стоимостью в 3 млн рублей. Менеджер создаёт в CRM-системе сделку, указывает заказчика, время проведения аукциона и планирует следующий контакт с клиентом. После этого менеджер передаёт тендерную документацию в отдел снабжения для предоставления ему входной стоимости материалов, указанных в спецификации. Спустя два дня информация менеджеру не была предоставлена. Он запрашивает данные повторно, снабжение обещает предоставить их в течение дня. На следующий день менеджер получает непрезентабельный прайс, обращается к снабженцам вновь, и ситуация повторяется. Итог – компания не смогла вовремя заявиться на тендер и упустила возможность заключить сделку.



Рис. 2. Пример низкого уровня внутренней организации работ в компании

Причиной неуспеха стал низкий уровень внутренней организации в компании: не было чёткого регламента предоставления цен, отсутствовал контроль этой услуги. Однако если бы этот сервис был заложен в CRM-систему, ситуация развивалась бы по другому сценарию (Рис. 3).

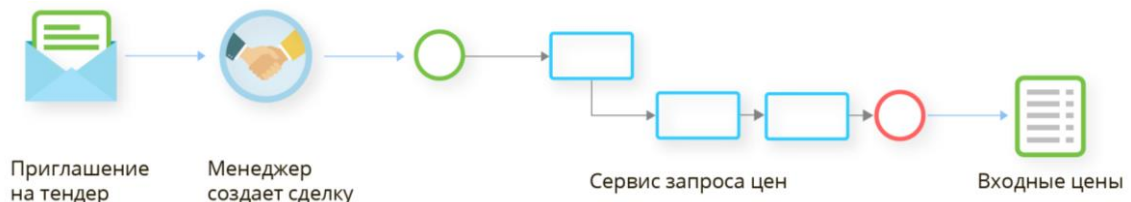


Рис. 3. Пример эффективной внутренней организации работ в компании

При поступлении информации о тендере менеджер заносит в систему информацию о контрагенте и сделке. Без очной встречи с отделом снабжения (в ней нет необходимости) он инициирует в системе бизнес-процесс запроса стоимости материалов. Заявка поступает руководителю отдела снабжения, который, видя в системе занятость подчинённых, направляет запрос менее загруженному сотруднику и устанавливает срок исполнения задачи. Ответственный исполнитель обрабатывает данные, прикладывает смету. Результат работы поступает менеджеру по продажам. Весь процесс полностью отслеживается – менеджер видит, на какой стадии находится его запрос, и может быть уверен в том, что получит информацию в срок.

Подобных примеров множество (Рис. 4). В ходе работы с клиентом в системе можно запускать подпроцессы, формировать документы, привлекать смежные отделы. Такие процессы требуют детализации, проработки и автоматизации, так как они – неотъемлемая часть основного процесса продажи.

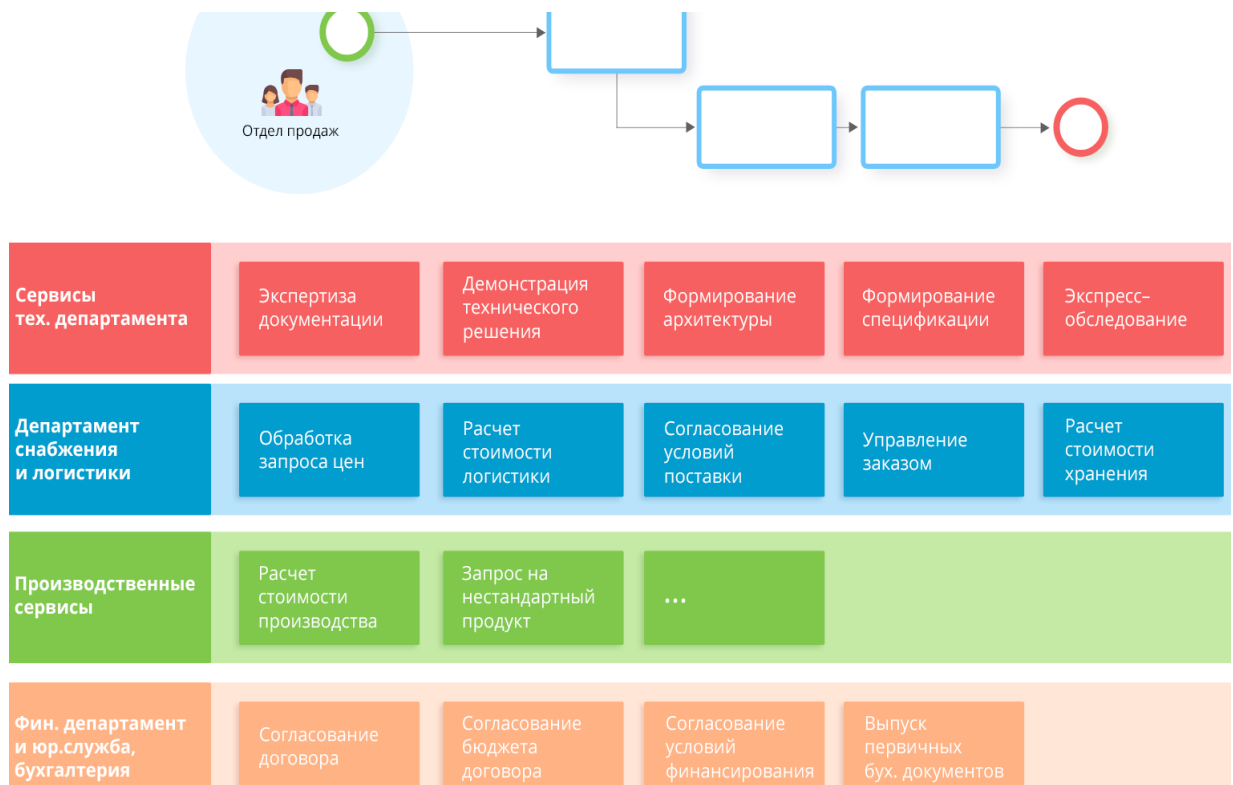


Рис. 4. Примеры бизнес-процессов, вовлекающих в продажи все отделы компании

Резюмируя, можно сказать, что для повышения уровня продаж базового функционала CRM недостаточно. Для достижения этой цели нужна процессная платформа, позволяющая автоматизировать процессы взаимодействия с клиентом, инициируемые на различных этапах работы с ним.

В этой книге мы подробно рассмотрим применение процессного подхода в быстрых и сложных продажах.

Глава 3. База контрагентов и сделок

Одна из первичных функций **приложения ELMA CRM+** – создание базы данных всех клиентов компании и фиксация истории работы с ними.

Рассмотрим в качестве примера реализацию решения для компании по производству упаковочного картона. Организация не фокусируется на работе с клиентами, поставляет товар своим постоянным покупателям: торговым сетям, производителям продуктов, мебельным и машиностроительным фабрикам. Данный случай представляет собой пример прямых продаж.

Количество новых клиентов невелико. Работой с ними в каждом из трёх офисов занимается по одному сотруднику, остальные оформляют отгрузки для постоянных покупателей. Клиенты предприятия – люди "старой закалки", привыкшие к коммуникации по телефону или в офисе.

Продажа осуществляется в 4 шага:

1. Интерес к продукту – клиенту отправляется номенклатура производимой продукции.
2. Подписание контракта – клиент заключает рамочный контракт с компанией.
3. Планирование отгрузки – с клиентом фиксируются дата и точка отгрузки.
4. Получение оплаты.

CRM-система поможет компании решить несколько проблем:

- незнание менеджеров истории работы с клиентом и наличие имеющихся договорённостей;
- несоблюдение сотрудниками тайминга встреч и сроков поставок продукции;
- отсутствие базы адресов доставки товаров;
- невозможность оценки качества работы с новыми клиентами.

Приложение ELMA CRM+ предоставляет инструменты для организации взаимодействия с контрагентами.

Подразумевается, что перед началом настройки **приложения ELMA CRM+**, уже была проведена начальная настройка системы, заведена организационная структура и подготовлен набор пользователей. Подробно этот этап описан в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#) и в [справке по системе ELMA](#).

Так выглядит примерная организационная структура демонстрационной конфигурации (Рис. 5).

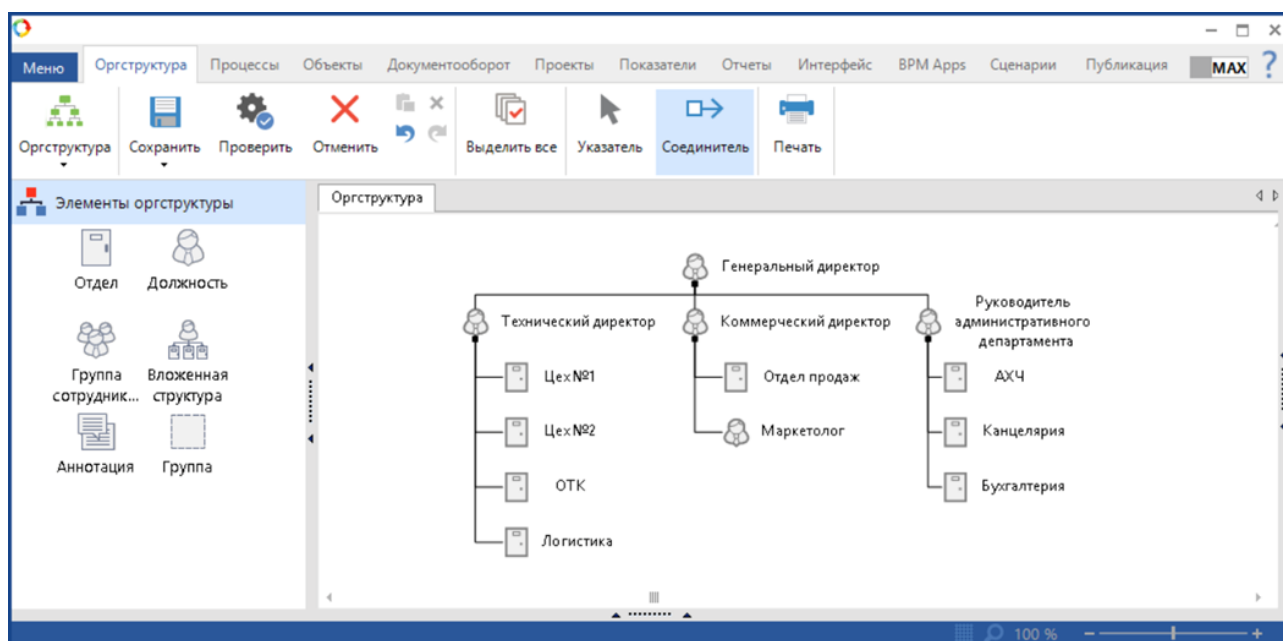


Рис. 5. Организационная структура демонстрационной конфигурации

Работа с клиентами в системе ELMA осуществляется в разделе **Работа с клиентами** и, как правило, организуется в следующем порядке:

1. Настройка карточки контрагента для хранения необходимых данных.
2. Заполнение стандартных справочников начальными данными.
3. Настройка воронки продаж.
4. Создание интерфейсов и готовых фильтров.

Карточка контрагента позволяет хранить множество данных о компании, вести сделки, а также планировать взаимоотношения через интерфейс календаря, сохранять историю сотрудничества и достигнутые договорённости.

Далее рассмотрим процедуру создания контрагента, а также расширение карточки контрагента типа **Юридическое лицо** новым набором полей.

3.1. Создание контрагентов

В системе ELMA есть возможность создавать контрагентов двух типов: **Юридическое лицо** и **Физическое лицо**. Стоит отметить, что при настройке родительского объекта **Контрагент** изменения будут применены как к **Юридическому лицу**, так и к **Физическому лицу**.

Для дальнейшей работы с базой контрагентов создадим нескольких из них по приведенным в таблице данным (см. Таблица 1).

Таблица 1. Список данных для создания Контрагентов

Название	Тип	Отрасль	Региональная группа	ОПФ
ООО Ортопедические решения	Постоянный клиент	Розничная торговля	Московская область	ООО
Пельмени и хинкали		Доставка готовых блюд	г. Москва	ООО
Тверской бумажный завод	Поставщик		Тверская область	НАО
Канцтовары-Про		Розничная торговля	Рязанская область	ООО

Создание контрагентов осуществляется в разделе **Работа с клиентами – Контрагенты** по нажатию на кнопку **Добавить – Физическое лицо/Юридическое лицо** в верхнем меню страницы (Рис. 6). Выберем **Юридическое лицо**, так как в текущем примере будет осуществляться работа только с юрлицами, а работа с физическими лицами ничем не отличается.

The screenshot shows the top navigation bar of the ELMA CRM system. On the left, there is a dropdown menu for 'Добавить' (Add) with two options: 'Физическое лицо' (Physical person) and 'Юридическое лицо' (Legal person). The 'Юридическое лицо' option is highlighted with a blue box. To the right of the menu is a 'Выбранное' (Selected) button. In the top right corner, there is a user profile for 'Радионов К. М.' and several status icons. Below the navigation bar is a search bar with the text 'Что искать?' (What to search?) and a 'Найти' (Find) button. Below the search bar is a dropdown menu for 'Тип объектов' (Object type) with 'Контрагент' (Counterparty) selected. At the bottom left, there is a link for 'Расширенный поиск' (Advanced search).

Рис. 6. Создание контрагента с помощью кнопки "Добавить – Физическое лицо/Юридическое лицо"

Подробно процедура создания контрагентов описана в [справке по системе ELMA](#).

После создания контрагента в общем виде его карточка выглядит следующим образом (Рис. 7):

Юридическое лицо - ООО Канцтовары-Про

О юридическом лице Реквизиты Активность Контакты Взаимоотношения 0 Сделки 0 Задачи 0 Вложения 0 Доступ

Наименование	ООО Канцтовары-Про	Тип	Постоянный клиент
ОПФ	Общество с ограниченной ответственностью	Партнер	
Региональная группа	г. Москва	День компании	20.03.2008
Отрасль	Розничная торговля	Сайт	www.kanctovary-pro.ru
Годовой доход	12 000 000,00	Email	kanctovary@info.ru
Штат	54	Телефоны	+7 495 555 55 55
Ответственный	Администратор	Факс	+7 495 555 55 56
Описание		Категории	Центральные регионы
Маркетинговое воздействие	- Новый продукт - Наружная реклама - Баннер на ул. 10 лет Октября		
Участники работы	Соколова Е.		
Информируемые	Антонов М.		

Рис. 7. Карточка контрагента типа "Юридическое лицо"

3.2. Настройка карточки контрагента

Первый шаг в настройке приложения **ELMA CRM+** – изменение карточки контрагента (Рис. 7). В объекте типа **Контрагент** хранится максимум информации, необходимой для работы с компанией.

Выше мы рассмотрели принцип создания и общий вид карточки **Контрагента**, однако имеющихся полей для дальнейшей работы будет недостаточно.

3.2.1. Настройка полей

В рамках текущего раздела рассмотрим создание дополнительных полей.

Объекты в системе ELMA являются расширяемыми – их легко можно настроить под нужды своей компании для повышения удобства работы сотрудников. Так, например, при модификации карточки контрагента можно выносить данные на отдельные вкладки, объединять их в панели и т.д. Более подробно расширение объектной модели описано в [справке по системе ELMA](#).

Все объекты, относящиеся к **приложению ELMA CRM+**, расположены на вкладке **Объекты** Дизайнера ELMA и сгруппированы в папке **Работа с клиентами**. Открытие карточки контрагента для настройки также осуществляется из данного раздела. Подробное описание процедуры расширения объектной модели системы приведено в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#) и в [справке по системе](#).

В нашем примере рассмотрим расширение объекта типа **Контрагент** для компании, занимающейся доставкой. В рамках текущей задачи в объект типа **Контрагент** добавим новые свойства и блоки, которые понадобятся нам в работе:

- свойство "Особые условия доставки";
- блок "Автомобили компании" со свойствами "Автомобили" и "Номер".

Для настройки полей перейдём к редактированию объекта **Контрагент**. Для этого на вкладке **Объекты** Дизайнера ELMA в разделе **Объекты** левой панели откроем группу **Работа с клиентами** и откроем карточку объекта **Контрагент** двойным нажатием по нему (Рис. 8). Настройку данного объекта опишем ниже.

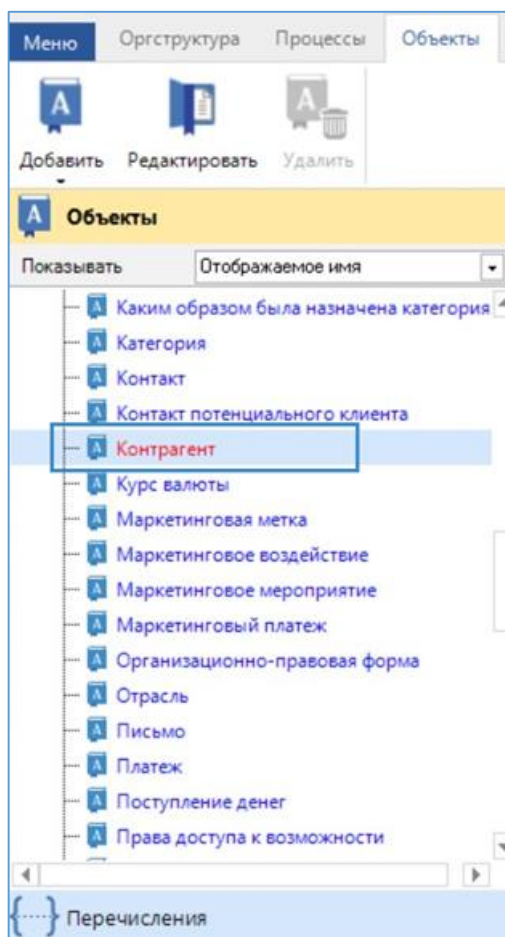


Рис. 8. Вкладка "Объекты" в Дизайнере ELMA

На открывшейся карточке объекта перейдем на вкладку **Свойства** (Рис. 9).

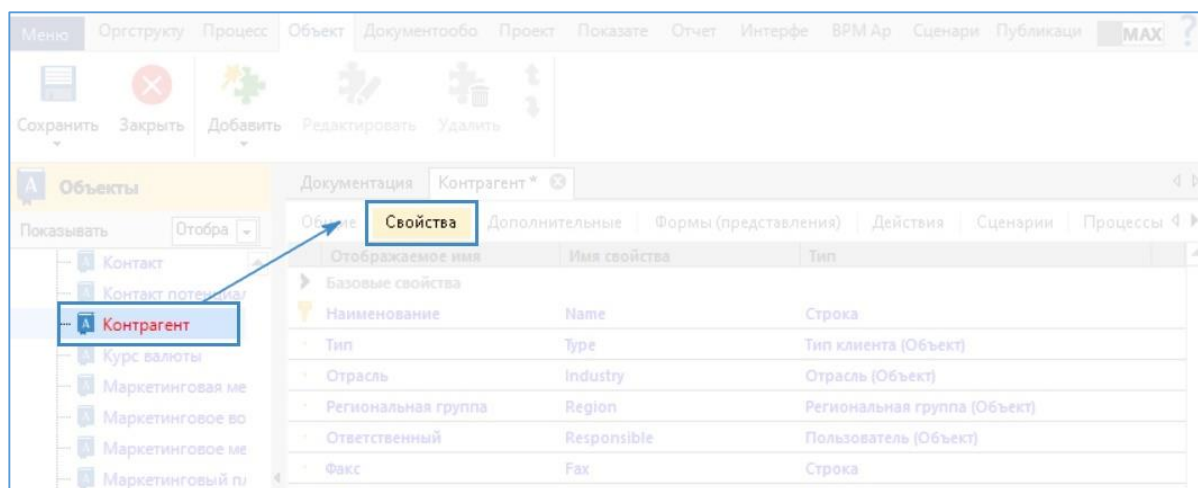


Рис. 9. Карточка контрагента. Вкладка "Свойства"

Для добавления новых свойств воспользуемся кнопкой **Добавить** на панели инструментов (Рис. 10).

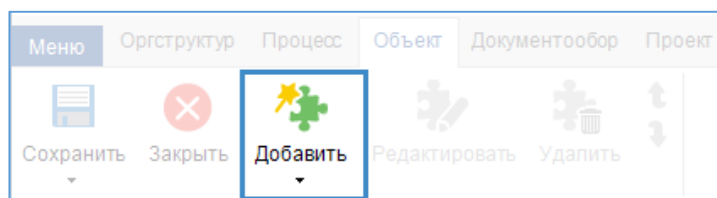


Рис. 10. Кнопка добавления нового свойства

В открывшемся диалоговом окне (Рис. 11) вводим название нового поля – "Особые условия доставки" и выбираем его тип – **Текст**. Завершаем создание нового поля нажатием на кнопку **ОК**.

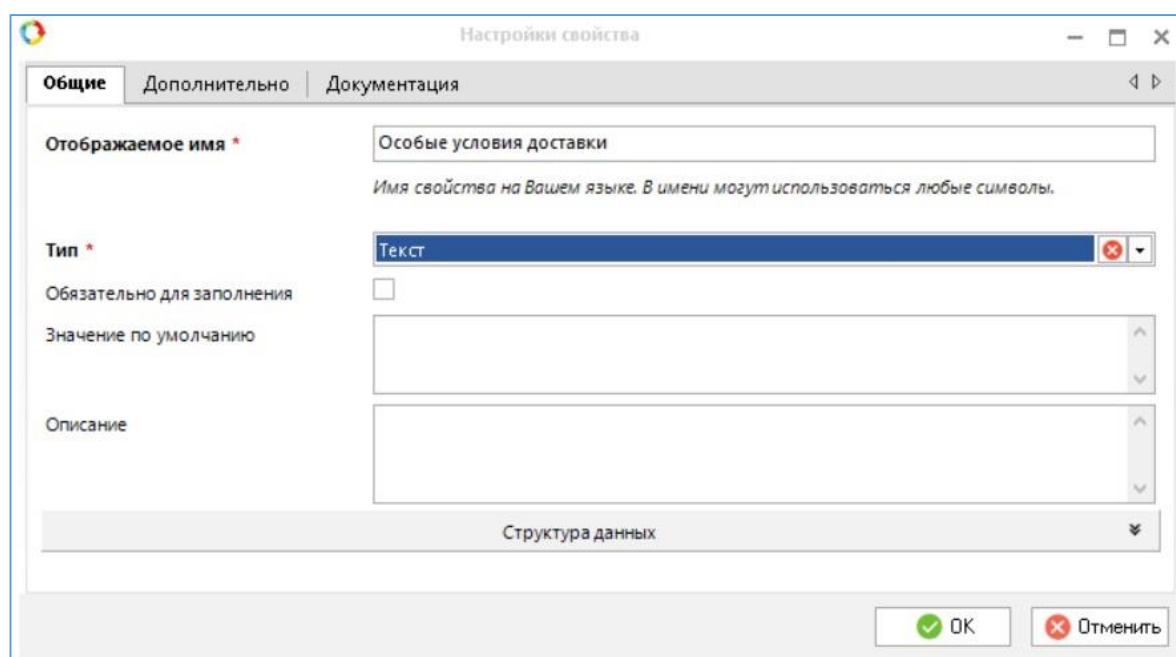


Рис. 11. Окно настройки свойства

Для добавления более сложной структуры – таблицы используемых автомобилей – воспользуемся типом поля **Блок**. Фактически, это таблица с несколькими колонками. Подробнее о типе данных **Блок** можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

Для создания блока используется отдельное подменю **Добавить блок** кнопки **Добавить** на вкладке **Свойства** в настройках карточки контрагента (Рис. 12).

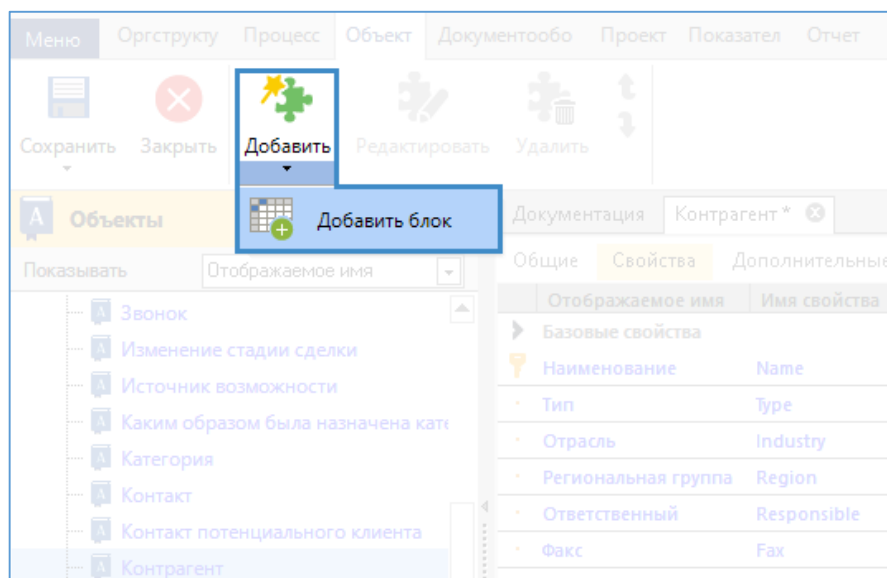


Рис. 12. Подменю добавления блока

Добавление **Блока** происходит в два этапа. Первый шаг – ввод названия поля. В нашем случае это будет "Автомобили компании".

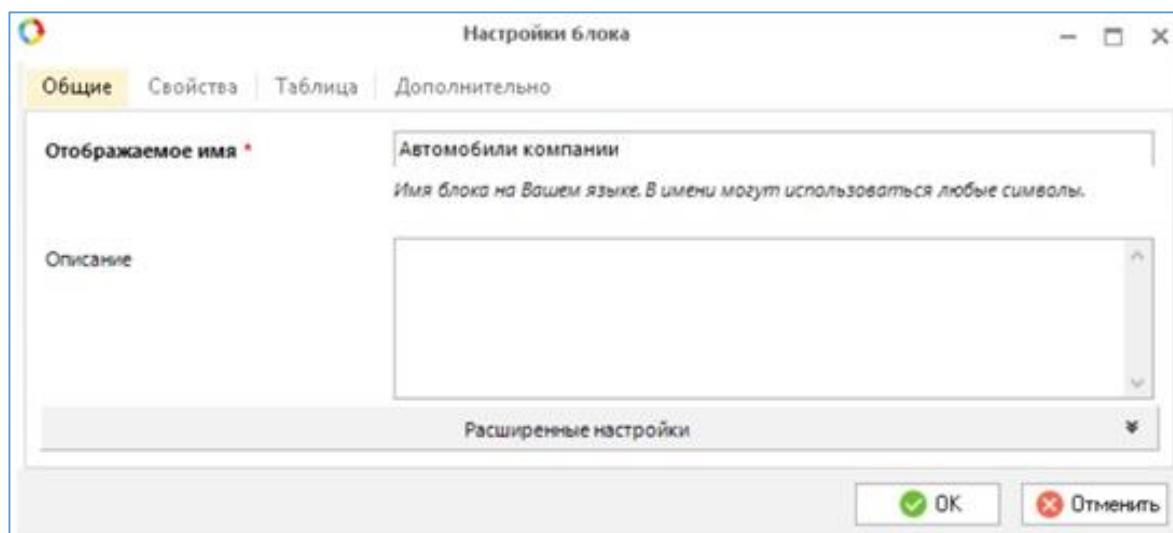


Рис. 13. Ввод названия блока

Второй шаг – настройка свойств (колонок) блока. Для этого перейдём на вкладку **Свойства**. По аналогии с добавлением нового поля выбираем кнопку **Добавить свойство** (Рис. 14).

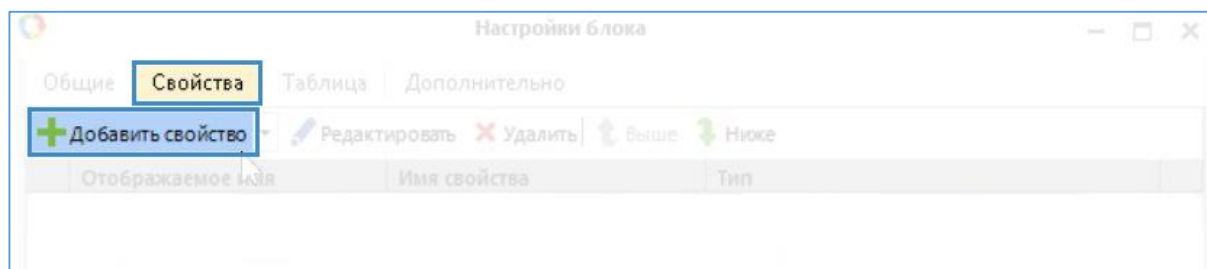


Рис. 14. Кнопка добавления свойства в блоке

Дальнейшие действия происходят в стандартном диалоговом окне создания свойства. Создадим свойства "Номер" и "Автомобиль" с типом **Строка**. После создания двух переменных вкладка **Свойства** в окне настройки блока будет выглядеть следующим образом (Рис. 15):

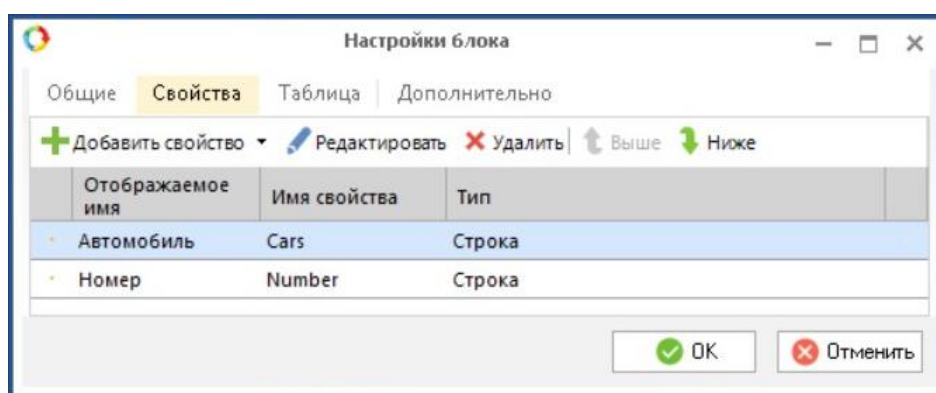


Рис. 15. Список свойств блока

С помощью элементов управления **Выше** и **Ниже** можно изменять расположение колонок блока. Нажмём на кнопку **OK** для сохранения блока.

3.2.2. Настройка форм отображения

Следующий шаг – настройка отображения добавленных полей на карточке редактирования и просмотра контрагента. Для этого в Дизайнере ELMA предусмотрен **конструктор форм**, позволяющий в визуальном редакторе изменять расположение полей.

Список всех форм объекта располагается на его карточке на вкладке **Формы (представления)** (Рис. 16). На данной вкладке осуществляется назначение форм по умолчанию, доступна возможность просмотра использований форм в других объектах, а также возможен переход к созданию и редактированию.

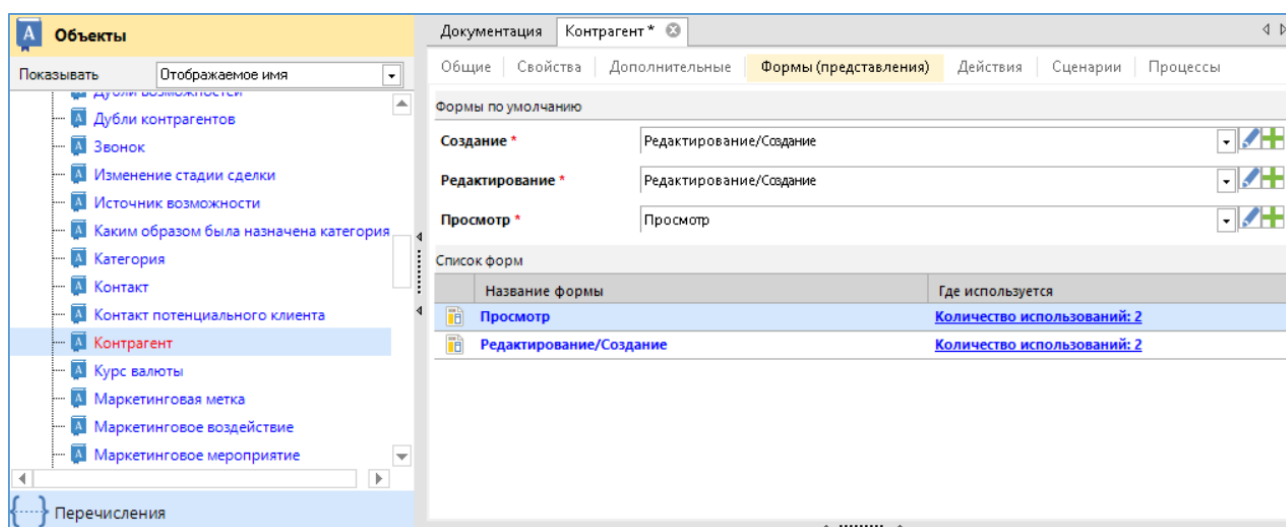


Рис. 16. Вкладка "Формы (представления)"

Для каждого объекта может использоваться три вида форм:

- форма создания;
- форма редактирования;
- форма просмотра.

По умолчанию для создания и редактирования используются одинаковые формы.

Перейдём к редактированию формы просмотра, выбрав необходимую в списке форму и нажав на панели инструментов на кнопку **Редактировать** (Рис. 17). Также к редактированию можно перейти по двойному нажатию по названию **Формы**.

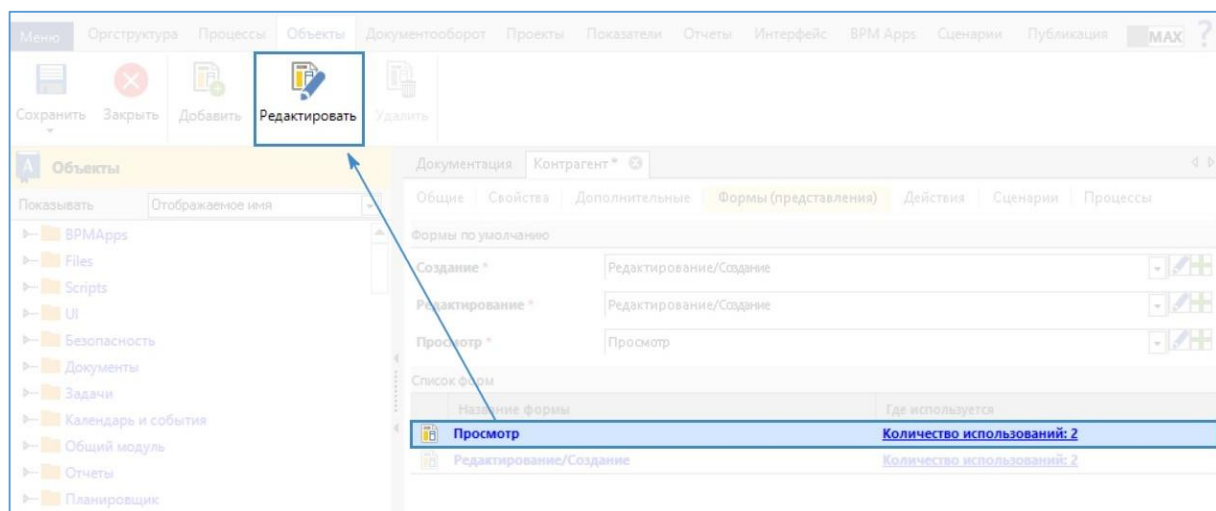


Рис. 17. Переход к редактированию формы

При этом будет открыта вкладка **Формы**. На ней осуществляется настройка отображения данных на форме.

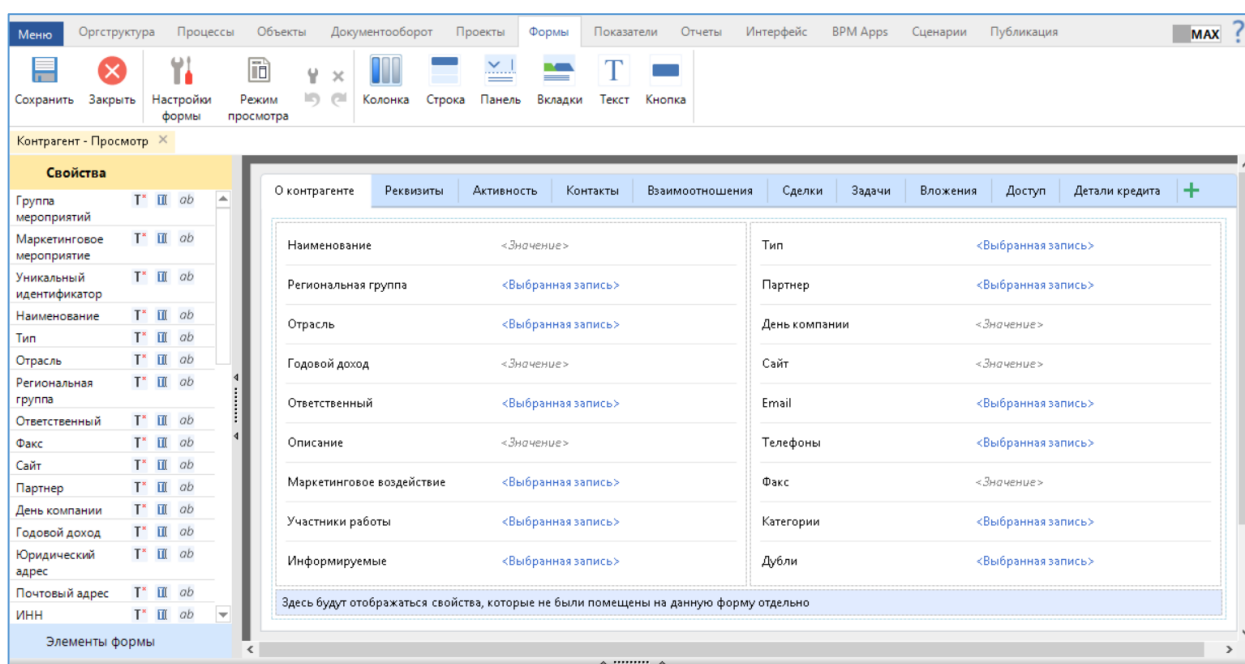


Рис. 18. Общий вид конструктора форм

Подробнее о работе с конструктором форм можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#) и в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#).

В нашем примере необходимо:

- создать вкладку "Доставка";
- на созданную вкладку в колонки поместить свойства "Особые условия доставки" и "Автомобили компании".

После всех проведенных настроек моделируемая форма добавленной вкладки "Доставка" будет выглядеть следующим образом (Рис. 19):

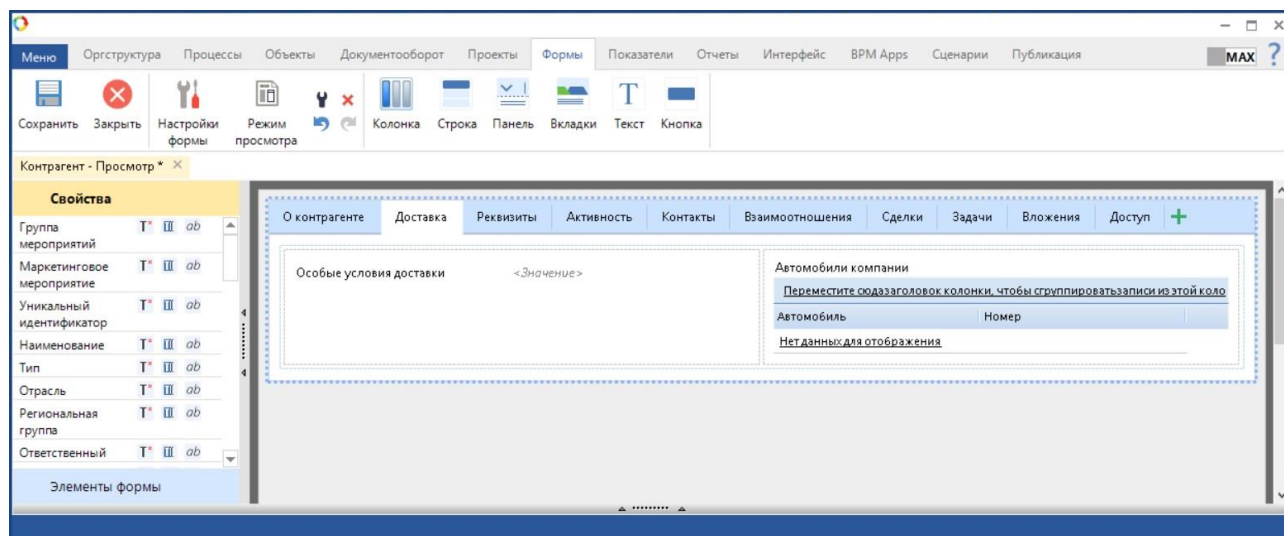


Рис. 19. Моделируемая форма просмотра после модификации

Сохраним форму нажатием на кнопку **Сохранить** (Рис. 20), затем выйдем из конструктора форм, нажав на кнопку **Заккрыть**. Закрытие конструктора форм автоматически возвращает на вкладку **Формы** карточки объекта **Контрагент**.

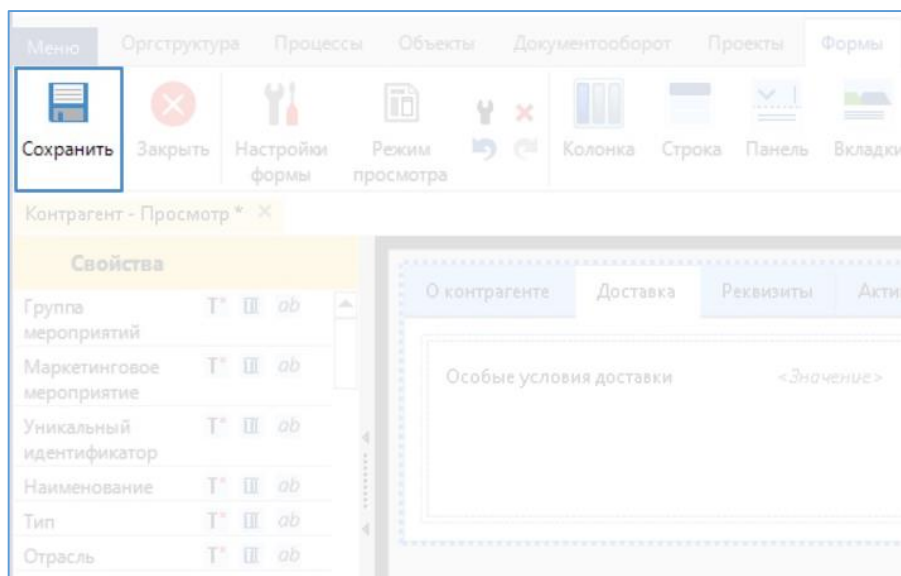


Рис. 20. Кнопка сохранения формы

Таким же способом изменим форму редактирования. Наличие дополнительной вкладки здесь не обязательно, воспользуемся панелью.

Перед началом работы с обновлёнными объектами в веб-приложении возможны два сценария:

1. Если в Дизайнере ELMA добавлялись свойства на форму объекта, необходимо опубликовать изменённый объект.
2. Если в Дизайнере ELMA добавлялись свойства в сам объект, необходимо опубликовать данный объект, а также перезапустить сервер.

В нашем случае в объект **Контрагент** были добавлены как новые свойства, так и свойства на форму. Это значит, что необходимо воспользоваться вторым сценарием.

Для этого воспользуемся элементом подменю **Публиковать** кнопки **Сохранить** в окне просмотра свойств объекта (Рис. 21).

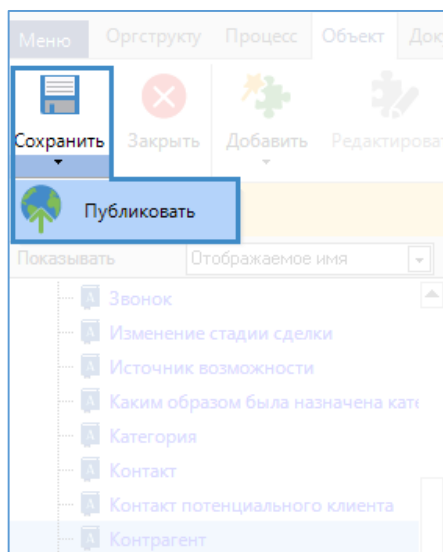


Рис. 21. Кнопка публикации объекта

Перед публикацией следует внести комментарий к изменениям данного объекта в специальном диалоговом окне и нажать кнопку **ОК** (Рис. 22).

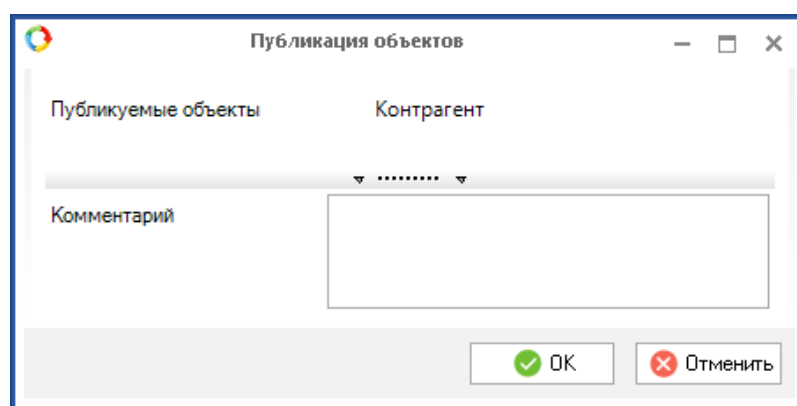


Рис. 22. Окно ввода комментария к публикации

Перезапуск сервера ELMA производится на вкладке **Публикация** Дизайнера ELMA нажатием на кнопку **Перезапустить сервер** (Рис. 23).

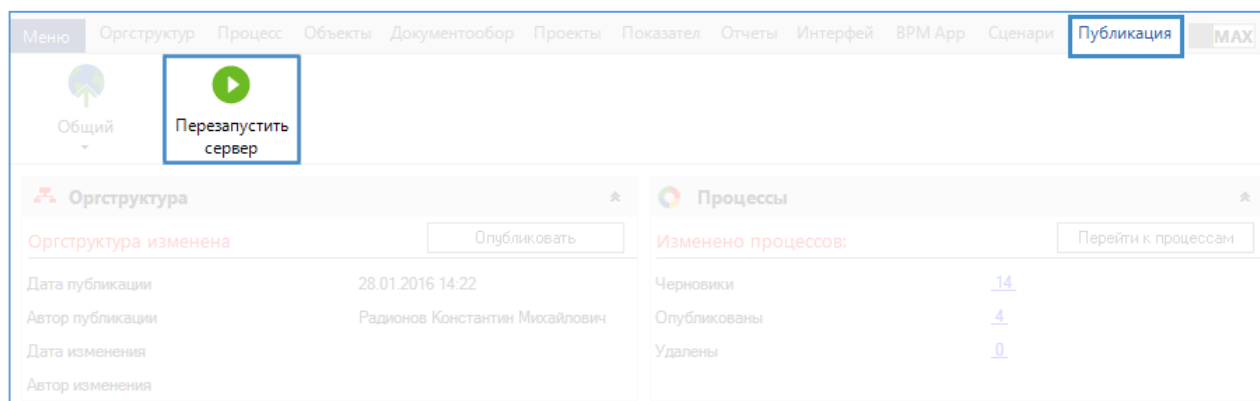


Рис. 23. Кнопка перезапуска сервера

Рекомендуется производить перезапуск сервера ELMA во внерабочее время, когда это не мешает другим пользователям – перезапуск может занять длительное время.

После завершения перезапуска сервера ELMA на форме создания и просмотра объекта **Контрагент** присутствуют добавленные нами поля (Рис. 24, Рис. 25).

The screenshot shows the 'Создать юридическое лицо' (Create legal entity) form. The form is divided into two main sections: 'О юридическом лице' (About legal entity) and 'Доставка' (Delivery). The 'О юридическом лице' section contains various fields for company information, including 'Наименование' (Name), 'ОПФ' (OPF), 'Тип' (Type), 'Региональная группа' (Regional group), 'Отрасль' (Industry), 'Годовой доход' (Annual income), 'Штат' (Staff), 'Ответственный' (Responsible), 'Участники работы' (Participants), 'Информируемые' (Informed), 'Партнер' (Partner), 'День компании' (Company day), 'Сайт' (Site), 'Email', 'Телефоны' (Phones), 'Факс', and 'Маркетинговое воздействие' (Marketing impact). The 'Доставка' section contains a field for 'Особые условия доставки' (Special delivery conditions) and a table for 'Автомобили компании' (Company cars). The table has columns for 'Автомобиль' (Car) and 'Номер' (Number). The first row shows 'GAZель NEXT' and 'A 587 KP 77 RUS'. The table also includes a 'Добавить' (Add) button, a 'Кол-во' (Quantity) dropdown set to 15, a 'Найдено записей' (Records found) count of 1, and a 'Страницы' (Pages) dropdown set to 1.

Рис. 24. Настроенная форма создания объекта типа "Контрагент"

Юридическое лицо - ООО «Технологии века»

О юридическом лице | Доставка | Реквизиты | Активность | Контакты | Взаимоотношения 0 | Сделки 0 | Задачи 0 | Вложения 0 | Доступ

Особые условия доставки: Доставка только до 12:00 в будни.

Автомобили компании

Для группировки по колонке переместите сюда ее заголовок

Кол-во: 15 Найдено записей: 1 Страницы: 1

Автомобиль	Номер
ГАЗель NEXT	A 587 KP 77 RUS

Рис. 25. Отображение настроенной вкладки на карточке Контрагента

3.2.3. Настройка справочников

Финальный шаг в подготовке к работе с контрагентами – настройка справочников. В системе уже есть справочники, которые по умолчанию используются при работе с карточкой контрагента: **Тип клиента, Отрасль, Региональная группа**.

Перед началом работы мы заполним следующие справочники:

- Тип клиента;
- Организационно-правовая форма;
- Отрасль;
- Региональная группа.

Переход к редактированию этих справочников производится нажатием в левом меню на раздел **Справочники**. Доступ для работы с ними настраивается в разделе **Администрирование – Пользователи – Настройки доступа – Справочники**.

Первым заполним справочник **Тип клиента**. По умолчанию в данном справочнике уже есть запись "Партнёр". Для добавления новых элементов справочника нажмём на кнопку **Создать** на панели инструментов (Рис. 26).

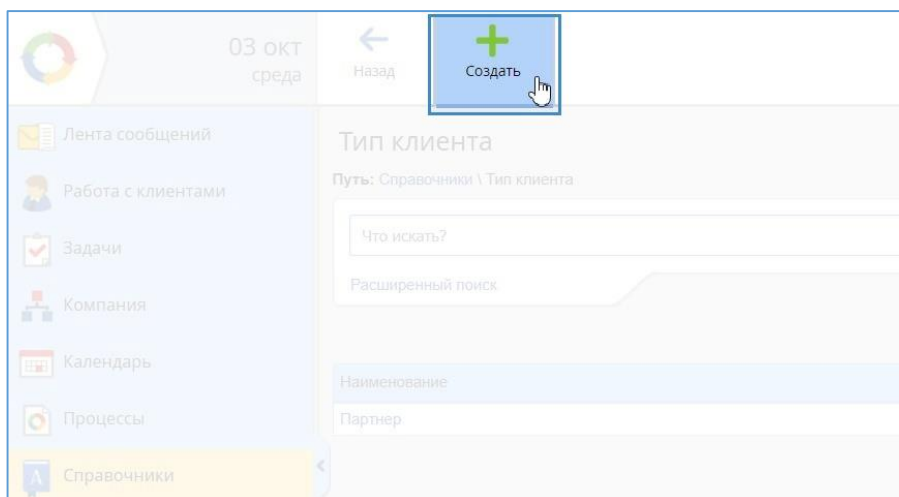


Рис. 26. Кнопка добавления записи справочника

На открывшейся форме заполняем наименование элемента "Постоянный клиент" и нажимаем на кнопку **Сохранить** на панели инструментов (Рис. 27).

The screenshot shows a web interface for adding a new record to the 'Client Type' (Тип клиента) справочник. At the top, there are buttons for 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel), along with a user profile icon labeled 'Администратор' and a help icon. The main title is 'Тип клиента - Добавление записи'. Below this, there is a form with a label 'Наименование *' and a text input field containing 'Постоянный клиент'. Underneath the input field is a label 'Список процессов' and a dropdown menu. A small note below the dropdown reads 'Список процессов подготовленных для запуска в данном типе контрагента'.

Рис. 27. Форма создания записи справочника

Аналогичным образом создаём ещё несколько записей с наименованиями "Поставщик" и "Сервисная организация".

Итоговый состав элементов справочника **Тип клиента** будет следующим (Рис. 28):

The screenshot shows the 'Тип клиента' справочник. At the top, there is a search bar with the text 'Что искать?' and a blue 'Искать' button. Below the search bar is a section for 'Расширенный поиск'. The main area displays a table of records. The table has a header row with the title 'Наименование'. The records listed are: 'Партнер', 'Постоянный клиент', 'Поставщик', and 'Сервисная организация'. To the right of each record, there are icons for editing (a blue pencil) and deleting (a red 'X'). Above the table, there are controls for 'Кол-во: 15' (with a dropdown arrow), 'Найдено записей: 4', and 'Страницы: 1'. There are also icons for navigation and settings.

Рис. 28. Заполненный справочник "Тип клиента"

По аналогии в справочнике **Организационно-правовая форма (ОПФ)** создадим следующие записи (Рис. 29):

- Непубличное акционерное общество (НА);
- Публичное акционерное общество (ПАО);
- Общество с ограниченной ответственностью (ООО).

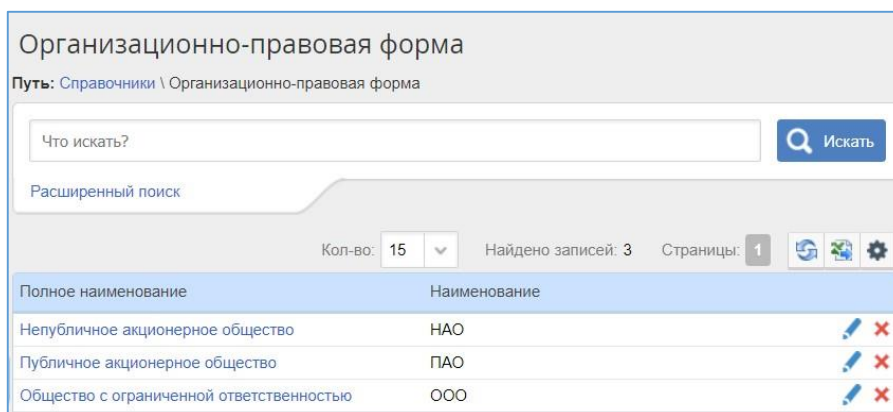


Рис. 29. Заполненный справочник "Организационно-правовая форма"

Создаём несколько записей для справочника **Отрасль** со следующими значениями (Рис. 30):

- Производство продуктов питания;
- Машиностроение;
- Розничная торговля;
- Производство мебели.

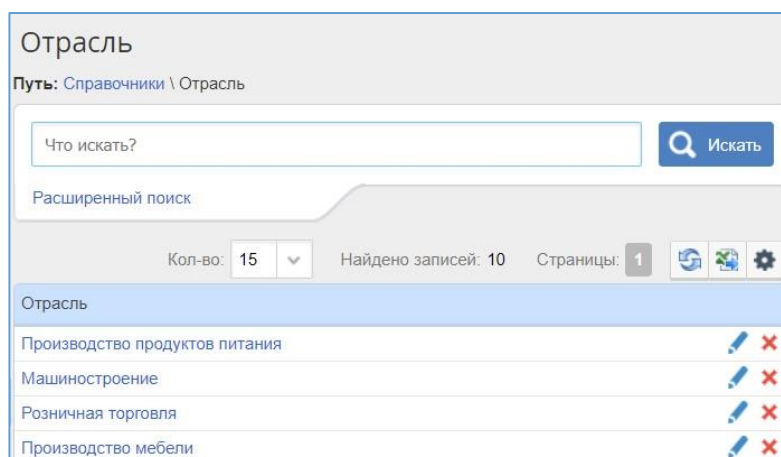


Рис. 30. Заполненный справочник "Отрасль"

Последним справочником, используемым в карточке **Контрагента**, является справочник **Региональная группа**. Создаём новые записи аналогично предыдущим справочникам:

- г. Москва;
- Московская область;
- Калужская область;
- Тверская область;
- Владимирская область;
- Рязанская область;

- Тульская область;
- Иные регионы.

Итоговой вид справочника **Региональная группа** должен быть следующим (Рис. 31):

Рис. 31. Заполненный справочник "Региональная группа"

На этом настройка справочников для ведения базы **Контрагентов** завершена. Теперь записи заполненных справочников можно использовать при создании и редактировании новых **Контрагентов** (Рис. 32).

Рис. 32. Редактирование контрагента с использованием значений справочников

Подробнее о работе со справочниками можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

3.3. Настройка воронки продаж

Переходим к настройке сделок. **Сделка** – это ряд соглашений с контрагентом, ведущих к подписанию двустороннего договора. Сделка в системе может заключаться только с **Контрагентом**.

В системе может быть использовано неограниченное количество типов сделок, а у каждого типа сделки может быть своя воронка продаж.

Воронка продаж – это принцип распределения сделок по стадиям процесса продаж. В зависимости от компании данный принцип может изменяться, но в любом случае воронка продаж должна иметь этапы открытия и закрытия сделки. Например, компания занимается продажей программных продуктов и их сопровождением. В таком случае, будет создано две воронки продаж. При создании воронки продаж добавляется необходимое количество стадий сделки, а также указывается их порядок.

В этом подразделе мы опишем настройку сделок, воронки продаж и справочников. В нашем примере сделки будут простыми, с малым количеством шагов. Подробнее об использовании сделок, воронок продаж и справочников см. в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

3.3.1. Настройка карточки сделки

Сначала настроим карточку **Сделки**. Для этого перейдём в Дизайнер ELMA на вкладку **Объекты** и из раздела **Работа с клиентами** (Рис. 8) откроем для редактирования объект **Сделка**.

На вкладке **Свойства** карточки объекта **Сделка** добавим новое поле (Рис. 33).

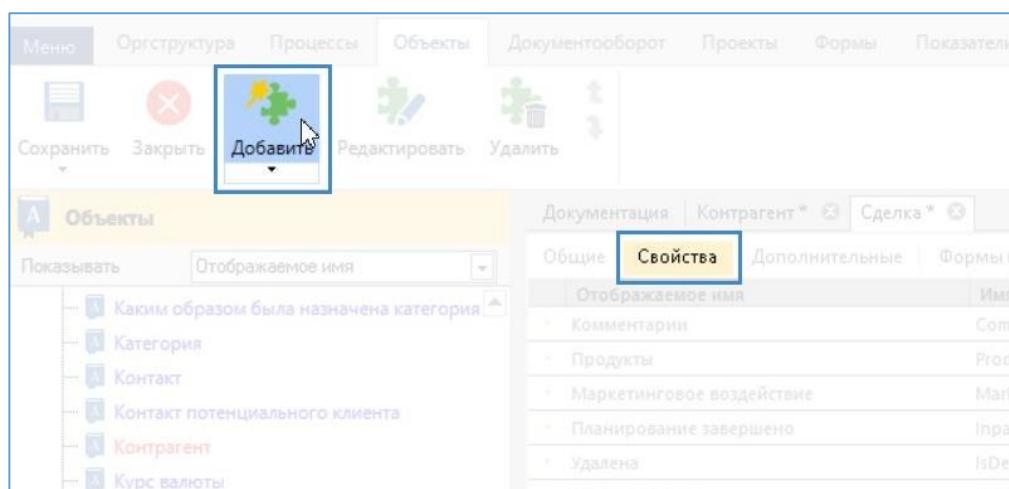


Рис. 33. Кнопка добавления нового свойства

Создадим свойство с отображаемым именем "Тип доставки" и типом данных **Выпадающий список** (Рис. 34). Данное поле в веб-приложении станет переключателем, в котором можно будет выбрать только одно значение.

Рис. 34. Окно настройки свойства типа "Выпадающий список"

Элементы, из которых будет выбираться значение, заполняются в поле **Элементы списка** через перевод строки. Заполним его следующими значениями: "Самовывоз", "Нашим транспортом", "Транспортной компанией".

Установим флажок **Выбор только из списка**. В противном случае пользователь сможет вводить в поле произвольные значения.

Предполагается, что создаваемое поле в дальнейшем будет использоваться в расширенном поиске. Для этого нужно определить его участие в фильтрации.

Для этого перейдём на вкладку **Дополнительно** и установим флажок **Участвует в поиске (фильтре)** (Рис. 35).

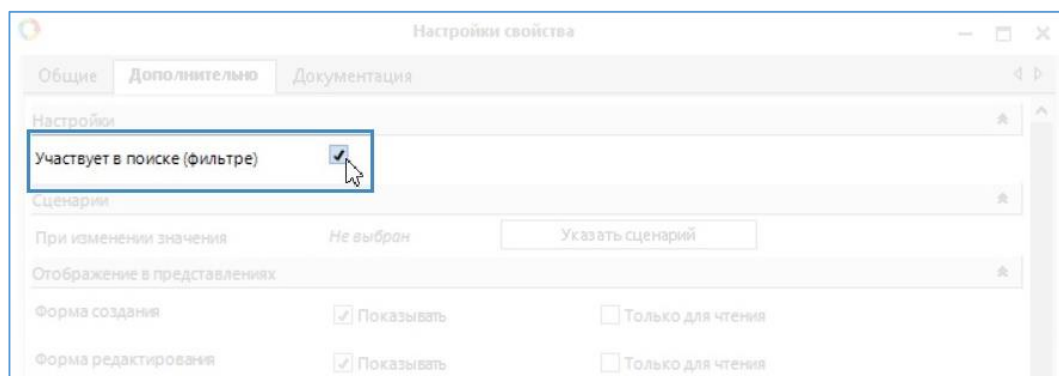


Рис. 35. Установка флажка участия в фильтре

Сохраним новое свойство, нажав на кнопку **ОК**.

Настройка формы **Сделки** производится аналогично форме **Контрагента**. На форму редактирования поместим панель "Информация о доставке" со свойством **Тип доставки** (Рис. 36).

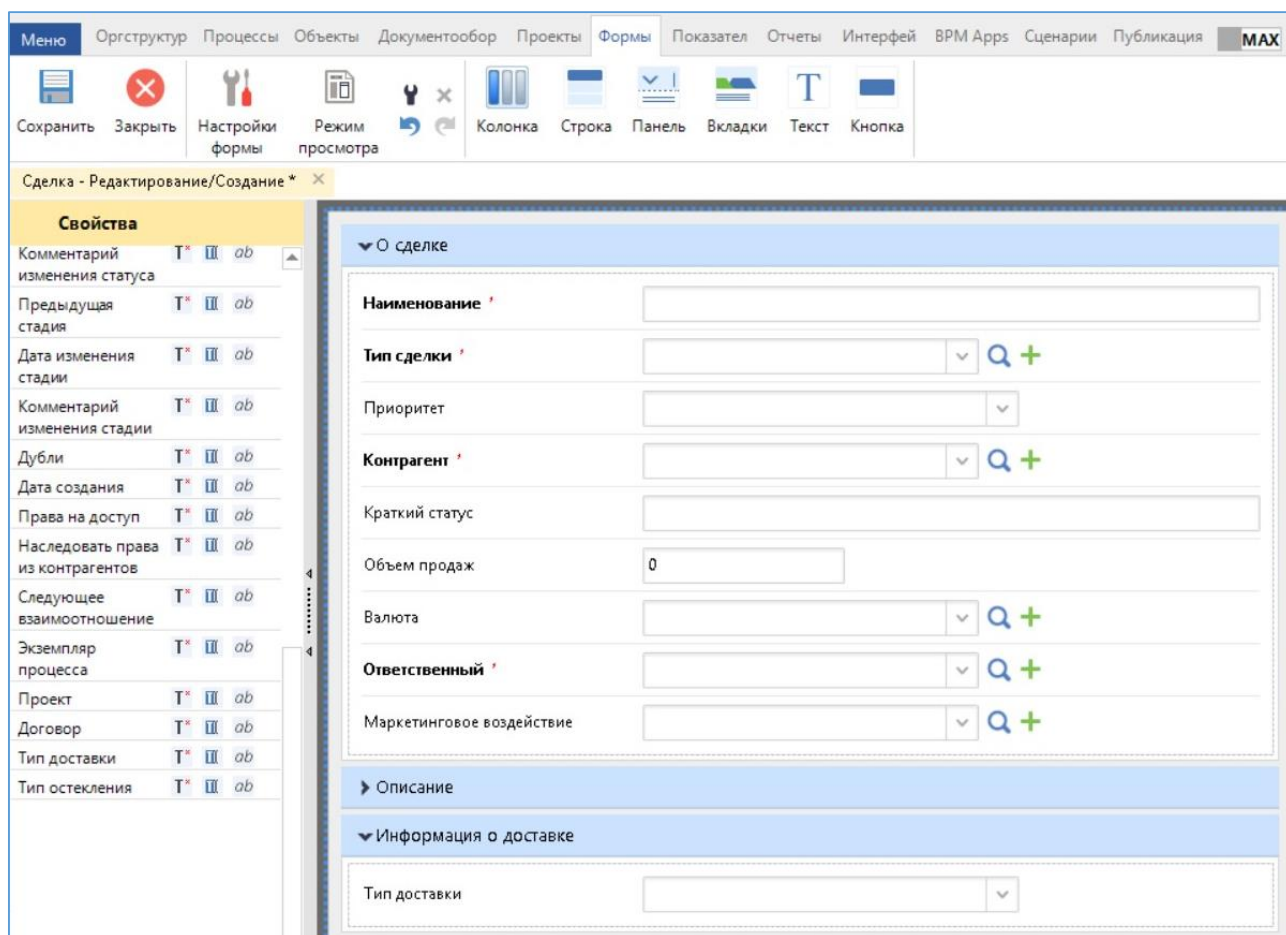


Рис. 36. Настройка формы редактирования объекта Сделка

Обновлённый объект **Сделка** необходимо опубликовать. После этого новое поле будет доступно для редактирования в веб-приложении.

3.3.2. Настройка справочников сделок

Для работы со **Сделками** используются справочники **Валюта** и **Тип сделки**.

Перейдём к справочнику **Валюта** и добавим запись "Рубли (р.)" (Рис. 37).

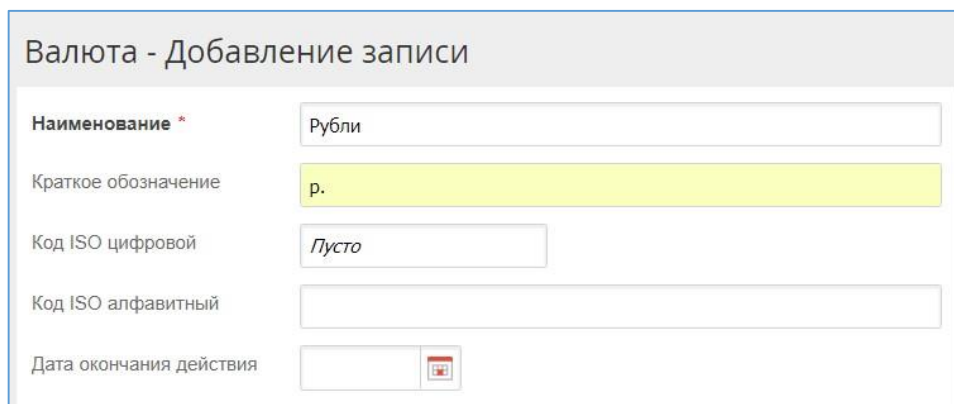


Рис. 37. Добавление записи в справочник "Валюта"

Перейдём к справочнику **Тип сделки** и добавим запись "Отгрузка продукции" (Рис. 38). К её редактированию вернёмся в конце настройки **Воронки продаж**.

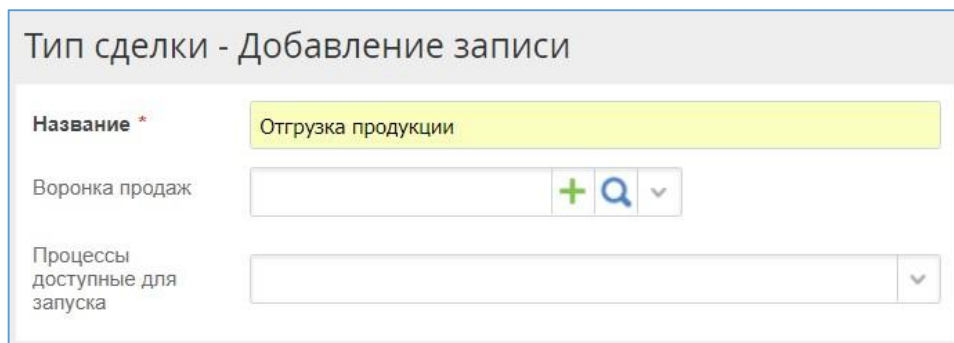


Рис. 38. Добавление записи во справочник "Тип сделки"

Сохраним запись. Настройка справочников для работы с объектом **Сделка** завершена.

3.3.3. Воронка продаж. Стадии и типы сделок

Следующий шаг – создание и настройка воронки продаж. Для этого перейдём к соответствующему разделу (справочнику) со страницы **Администрирование – Работа с клиентами – Воронка продаж** (Рис. 39).

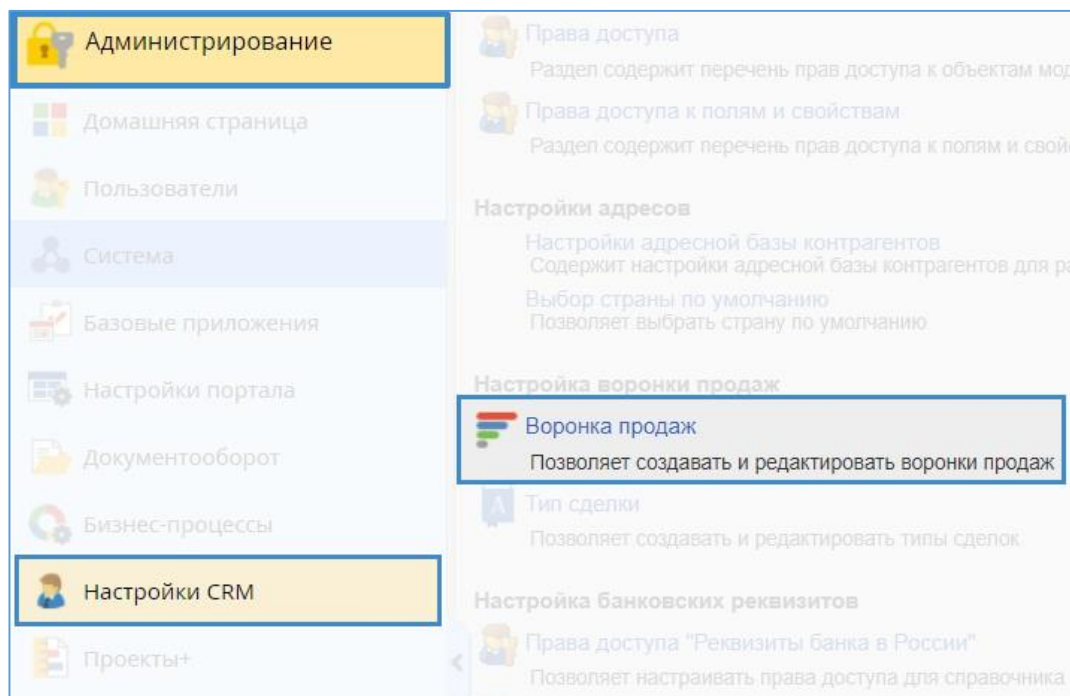


Рис. 39. Переход к управлению воронками продаж

В системе может быть несколько **Воронок продаж**. Создадим первую, нажав на кнопку **Создать** (Рис. 40).

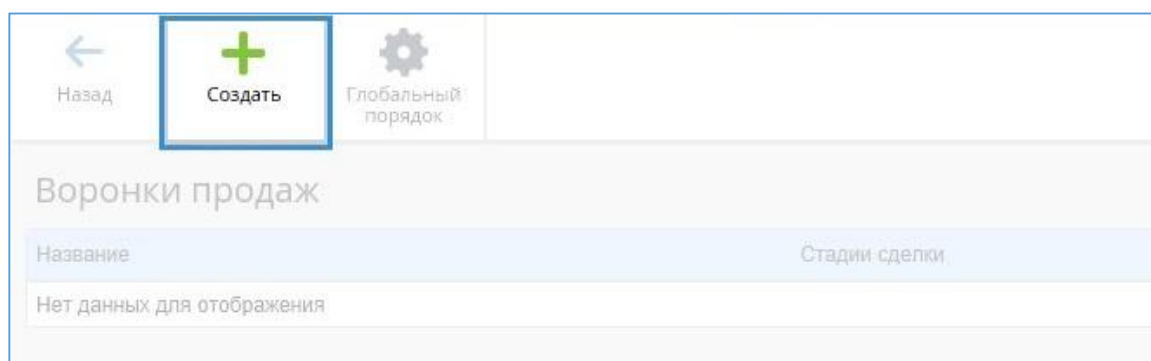


Рис. 40. Кнопка создания новой воронки продаж

Заполним название создаваемой воронки продаж – "Отгрузка продукции" (Рис. 41).

Рис. 41. Ввод названия воронки продаж

Затем в поле **Стадии сделки** добавим несколько элементов: "Интерес к продукту", "Подписание контракта", "Планирование отгрузки", "Оплата". Для этого нужно нажать на кнопку **Добавить стадию** (Рис. 42).

Рис. 42. Кнопка добавления стадии в воронку продаж

Затем заполним **Название** и **Сужение воронки** (данное значение будет использоваться при представлении отчётов [Воронка продаж](#) и [Динамика сделок](#)) (Рис. 43). **Сужение воронки** – процент предполагаемого количества сделок от их первоначального числа, которые окажутся на данной стадии. Оно определяется индивидуально для каждой компании. Кроме того, при добавлении стадии можно настроить цветовую индикацию. После нажатия на кнопку **ОК** стадия будет добавлена.

Рис. 43. Окно добавления стадии в воронку продаж

Итоговый вид воронки продаж будет следующим (Рис. 44):

Воронка продаж - Добавление записи

Название *

Стадии сделки *

Id	Название	Цвет	Сужение воронки (%)	Процесс
	Интерес к продукту	#fff	100	
	Подписание контракта	#b7b7b7	60	
	Планирование отгрузки	#7d7d7d	50	
	Оплата	#363636	40	

[+ Добавить стадию](#)

Рис. 44. Окно создания воронки продаж с заполненными стадиями

Сохраним настроенную воронку продаж, нажав на кнопку **Сохранить** на верхней панели инструментов.

Все воронки продаж отображаются своим названием и общим списком сделок (Рис. 45). Когда воронок продаж будет несколько, кнопка **Глобальный порядок** позволит выстроить общую очередность всех стадий для демонстрации отчётов по нескольким типам воронок продаж в разделе **Сделки**.

Воронки продаж

Кол-во: Найдено записей: 3 Страницы:

Название	Стадии сделки	
Отгрузка продукции	Интерес к продукту, Подписание контракта, Планирование отгрузки, Оплата	
Заказ окон	Заказ принят, В работе у дизайнера, Заказ в производстве, Установка запланирована, Установка произведена, Акты получены	
Основная воронка продаж	Первичный контакт, Коммерческое предложение, Заключение договора, Отгрузка и монтаж оборудования, Закрытие сделки	

Рис. 45. Страница управления воронками продаж с созданной воронкой

Завершим настройку **Сделки** привязкой созданной воронки продаж к типу сделки. Для этого перейдём со страницы **Работа с клиентами** в справочник **Тип сделки** (Рис. 45) и нажмём на пиктограмму для редактирования ранее созданной записи.

Выберем созданную **Воронку продаж** "Отгрузка продукции" (Рис. 46).

Сохранить Отмена

Тип сделки - Редактирование записи

Название * Отгрузка продукции

Воронка продаж | 🔍 ▼

Процессы доступные для запуска

- Заказ окон
- Основная воронка продаж
- Отгрузка продукции

Рис. 46. Указание воронки продаж в записи "Тип сделки"

Сохраним запись справочника **Тип сделки**. Теперь при создании сделки можно будет выбрать её тип и, соответственно, воронку продаж, по которой она будет двигаться.

3.3.4. Настройка справочника "Товары и услуги"

На старте работы с приложением **ELMA CRM+** настройка справочника **Товары и услуги** производится не всегда. Обычно для этого используются ERP-системы, в которых, помимо справочника товаров и услуг, ведётся также складской и бухгалтерский учёт. Система **ELMA** не является учётной системой, поэтому большой справочник номенклатуры заводить не следует.

Если спектр предложений невелик, менеджеры для удобства могут использовать предлагаемый справочник **Товары и услуги**, добавляя его элементы на карточку сделки. Важно отметить, что для работы со справочниками необходимы соответствующие права доступа. Подробнее об этом можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

Приступим к настройке справочника, перейдя к нему со страницы **Работа с клиентами** в разделе **Администрирование**.

Это иерархический справочник, поэтому сначала создадим структуру групп элементов верхнего уровня. Для этого на странице справочника **Товары и услуги** в выпадающем меню кнопки верхнего меню **Создать** выберем пункт **Создать группу** (Рис. 47).

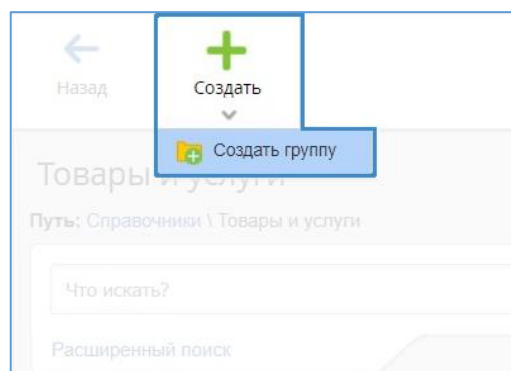


Рис. 47. Выпадающее меню кнопки "Создать"

На форме создания записи (Рис. 48) следует установить переключатель **Является группой** в положение **Да**, затем заполнить **Наименование** элемента – "Гофроупаковка".

Рис. 48. Добавление группы в справочник

Аналогичным образом создадим ещё две группы верхнего уровня: "Гофрокартон" и "Ячейка профильная".

Итоговый вид трёх групп верхнего уровня в справочнике **Товары и услуги** будет следующим (Рис. 49).

Наименование	Цена
Гофроупаковка	
Гофрокартон	
Ячейка профильная	

Рис. 49. Группы в справочнике "Товары и услуги"

В группу верхнего уровня "Гофроупаковка" добавим три группы уровнем ниже: "Четырехклапанная коробка", "Гофроупаковка сложной высадки", "Дополнительные элементы".

Для этого перейдём в группу "Гофроупаковка" и через подменю **Создать группу** кнопки **Создать** добавим три новых элемента (по аналогии с созданием групп верхнего уровня). Сохраняем каждый из них (Рис. 50).

Рис. 50. Создание группы второго уровня в справочнике "Товары и услуги"

Навигация по древовидному справочнику производится открытием каждой группы. Позицию списка элементов в иерархии справочника можно увидеть в навигационной цепочке (Рис. 50). Итоговый вид группы "Гофроупаковка" справочника **Товары и услуги** должен быть следующим (Рис. 51):

Рис. 51. Группы второго уровня в справочнике

На этом настройка иерархии групп в справочнике **Товаров и услуг** закончена.

Следующий шаг – заполнение групп товарами. Для этого перейдём в группу "Четырехклапанная коробка" и нажмём на кнопку **Создать** (Рис. 47) на панели инструментов. Заполним поля **Название** – "Складной короб со стыкующимися клапанами (335x290x80)" и **Цена** – "13,28" (Рис. 52).

Рис. 52. Добавление элемента справочника (товара)

По нажатию на кнопку **Сохранить** на панели инструментов запись будет добавлена в соответствующую группу.

Добавим ещё несколько записей в справочник в свободной форме, прежде чем приступить к дальнейшей настройке (Рис. 53).

Наименование	Цена
...(на уровень выше)	
Складной короб со стыкующимися клапанами №1 (660x320x340)	30,39
Складной короб со стыкующимися клапанами №2 (335x290x80)	13,28
Складной короб со стыкующимися клапанами №3 (335x290x215)	17,70

Рис. 53. Пример элементов группы в справочнике

На этом настройка справочника **Товары и услуги** закончена. Теперь в сделки можно добавлять наименования товаров и их количество. Система автоматически рассчитает стоимость на основании нормативных цен из справочника.

Сделка - Упаковка для товаров

О сделке | Взаимоотношения 1 | Продукты 0 | Задачи 0 | Доступ

Кол-во: 15 Найдено записей: 3 Страницы: 1

Название	Количество	Цена	Стоимость
Складной короб со стыкующимися клапанами №1 (660x320x340)	200	30,39	6 078,00
Складной короб со стыкующимися клапанами №2 (335x290x80)	200	13,28	2 656,00
Складной короб со стыкующимися клапанами №3 (335x290x215)	400	17,70	7 080,00

+ Добавить продукт

Рис. 54. Заполненная вкладка "Продукты" в карточке Сделки

Отметим, что выбрать товары можно не только из имеющихся справочников. Нажав на кнопку **Добавить продукт**, можно добавить продукт в ручном режиме, однако для этого необходимо обладать правами доступа к справочникам. Подробнее об этом можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

3.4. Поиск и фильтрация контрагентов и сделок

В предыдущих разделах мы настраивали объектную модель и заполняли справочники для дальнейшей работы с контрагентами и сделками в системе ELMA. Следующие разделы будут посвящены настройке интерфейсов (фильтров и главных страниц), в которых будут представляться объекты **ELMA CRM+**.

Текущий раздел посвящён созданию и настройке фильтров для удобства поиска **Контрагентов** и **Сделок** в системе.

Фильтр в системе ELMA – это сохранённый набор параметров расширенного поиска объектов. Создание фильтров возможно по тем объектам, по которым в системе предусмотрен поиск (например, контрагенты, сделки, контакты и др.). Подробнее о фильтрах можно прочитать в [справке по системе ELMA](#).

Для создания фильтров воспользуемся несколькими ранее созданными **Контрагентами** (см. Таблица 1). Процесс их создания описан в Разделе 3.1 данного руководства.

В разделе **Работа с клиентами** удобнее всего создавать фильтры, пользуясь интерфейсом расширенного поиска по соответствующим объектам. Проверив содержимое выборки после поиска, настройки можно сохранить как фильтр. Ниже будет пошагово описано создание и настройка фильтров в разделах **Контрагенты** и **Сделки**.

Предположим, что дерево фильтров разделов **Контрагенты** и **Сделки** должно иметь следующую структуру (Рис. 55):

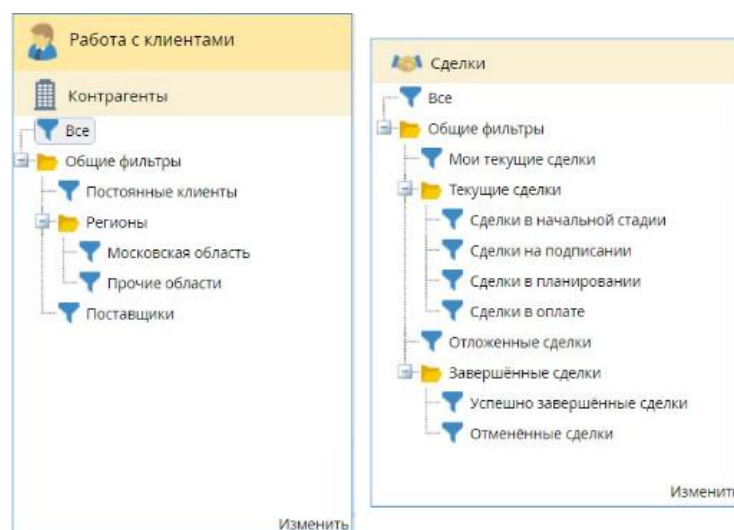


Рис. 55. Дерево фильтров раздела "Контрагенты" и "Сделки"

В Таблица 2 приведена информация о критериях поиска, которые требуется задать при создании и настройке соответствующих фильтров.

Таблица 2. Набор критериев для настройки фильтров в разделах Контрагенты и Сделки

	Название фильтра	Критерии фильтрации
Контрагенты	Постоянные клиенты	Тип объектов – Контрагент Тип – Постоянный клиент
	Поставщики	Тип объектов – Контрагент Тип – Поставщик
	Московская область	Тип объектов – Контрагент Региональная группа – Московская область
	Прочие области	Значение в EQL-поиске: Region in (5, 8, 3, 6, 4, 7)
Сделки	Мои текущие сделки	Закрыта – Нет Ответственный – Administrator
	Сделки в начальной стадии	Стадия сделки – Интерес к продукту
	Сделки на подписании	Стадия сделки – Подписание контракта
	Сделки в планировании	Стадия сделки – Планирование отгрузки
	Сделки в оплате	Стадия сделки – Оплата
	Отложенные сделки	Статус – Отложена
	Успешно завершённые сделки	Статус – Закрыто (успех)
	Отменённые сделки	Статус – Закрыто (неуспех)

Рассмотрим процедуру создания и дальнейшую работу с фильтрами, настроенными с учётом параметров из данной таблицы.

3.4.1. Создание пользовательских фильтров

Фильтры объектов настраиваются в соответствующих им разделах веб-приложения системы. В нашем случае – это **Контрагенты** и **Сделки**.

Рассмотрим процедуру создания фильтра на примере раздела **Контрагенты**. Страница раздела **Контрагенты** на текущем этапе настройки выглядит так (Рис. 56):

Наименование	Тип	Отрасль	Региональная группа	Ответственный
ООО Ортопедические решения	Постоянный клиент	Розничная торговля	Московская область	Иванов А.
Пельмени и хинкали		Доставка готовых блюд	г. Москва	Иванов А.
Тверской бумажный завод	Поставщик		Тверская область	Иванов А.
ООО Канцтовары-Про		Розничная торговля	Рязанская область	Иванов А.

Рис. 56. Раздел "Контрагенты" веб-приложения системы

Для создания **Фильтра** по **Контрагентам** нажмём на ссылку **Расширенный поиск** (Рис. 57) под основной строкой поиска.

Рис. 57. Переход к расширенному поиску

На панели **Расширенного поиска** (Рис. 58) появятся все свойства, отмеченные как **Участвующие в фильтре** при настройке объекта (Рис. 35).

Искать
Только мои
Во вложениях

Тип объектов

Контрагент

▼

Страна

(Юридический адрес)

Q

▼

Телефон

Регион

(Юридический адрес)

Email

Район

(Юридический адрес)

Наименование

Город

(Юридический адрес)

Тип

Q

▼

Нас. Пункт

(Юридический адрес)

Отрасль

Q

▼

Улица

(Юридический адрес)

Региональная группа

Q

▼

Дом

(Юридический адрес)

Ответственный

Q

▼

Номер помещения

(Юридический адрес)

Маркетинг

Q

▼

ИНН

Факс

Дата создания

Q

▼

Партнер

Q

▼

Категории

Q

▼

Банковские счета

Q

▼

День компании

Q

▼

Годовой доход

Пусто

до

Пусто

Найти контрагентов

Сохранить как фильтр

[Скрыть поля поиска](#)

EQL-Поиск

Рис. 58. Панель расширенного поиска

Первый фильтр должен содержать все компании из Московской области. Для этого в поле **Региональная группа** выберем значение "Московская область". Нажмём на кнопку **Найти контрагентов** и проверим список **Контрагентов** по этому запросу (Рис. 59).

Тип объектов: Контрагент

Страна: [Поиск]

Регион: [Поиск]

Район: [Поиск]

Город: [Поиск]

Нас. Пункт: [Поиск]

Улица: [Поиск]

Дом: [Поиск]

Номер помещения: [Поиск]

ИНН: [Поиск]

Дата создания: [Календарь] по [Календарь]

Категории: [Поиск]

Банковские счета: [Поиск]

Телефон: [Поиск]

Email: [Поиск]

Наименование: [Поиск]

Тип: [Поиск]

Отрасль: [Поиск]

Региональная группа: Московская область [Удалить] [Поиск]

Ответственный: [Выбор]

Маркетинг: [Поиск]

Факс: [Поиск]

Партнер: [Поиск]

День компании: [Календарь] по [Календарь]

Годовой доход: Пусто до Пусто

Найти контрагентов Сохранить как фильтр

Скрыть поля поиска

Кол-во: 15 Найдено записей: 1 Страницы: 1

Наименование	Тип	Отрасль	Региональная группа	Ответственный	Сайт
ООО Ортопедические решения	Постоянный клиент	Розничная торговля	Московская область	Иванов А.	

Рис. 59. Результат поиска

В результате поиска представлены необходимые данные. Для сохранения фильтра воспользуемся кнопкой **Сохранить как фильтр** (Рис. 59).

В открывшемся диалоговом окне (Рис. 60) заполним **Название фильтра** – "Московская область" и проверим список **Выбранные элементы** для отображения в фильтре. **Выбранные элементы** – это те поля, по которым можно будет производить поиск внутри фильтра. Лишние поля могут быть исключены, чтобы не нагружать интерфейс пользователя. Они настраиваются перетаскиванием элементов из списка **Выбранные элементы** в список **Доступные элементы**. В нашем случае этого не требуется.

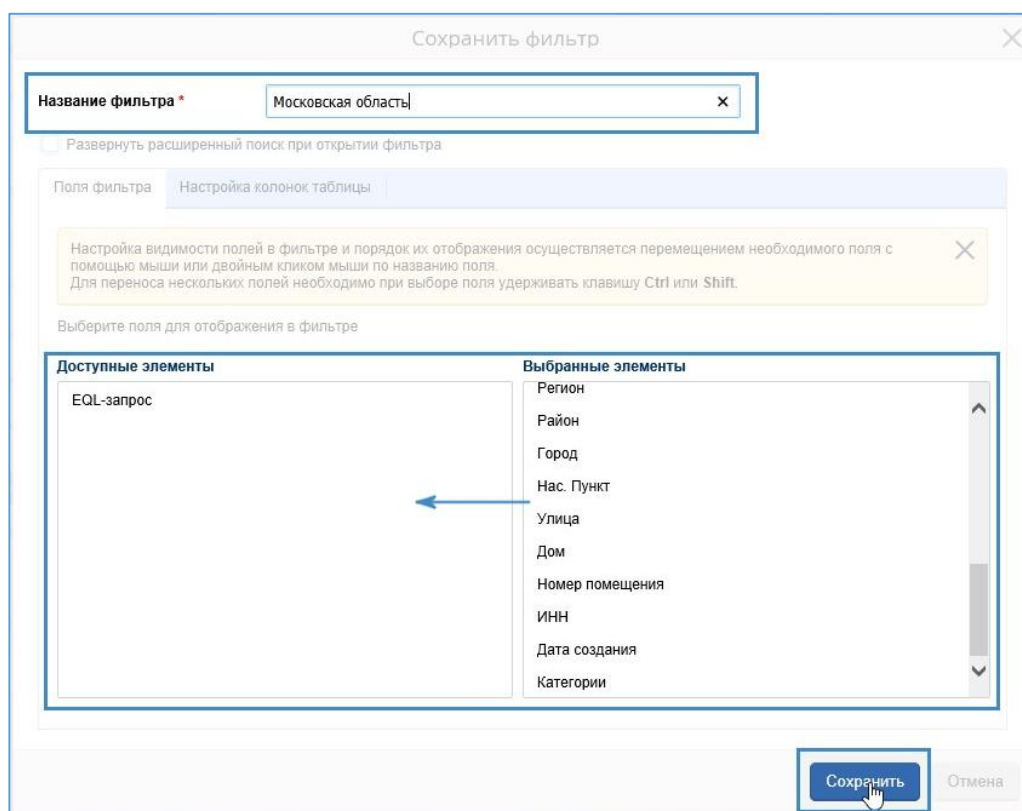


Рис. 60. Настройка фильтра при сохранении

Фильтр будет создан после нажатия на кнопку **Сохранить**. Он появится в группе **Мои фильтры** в подразделе **Контрагенты** раздела **Работа с клиентами** (Рис. 61).

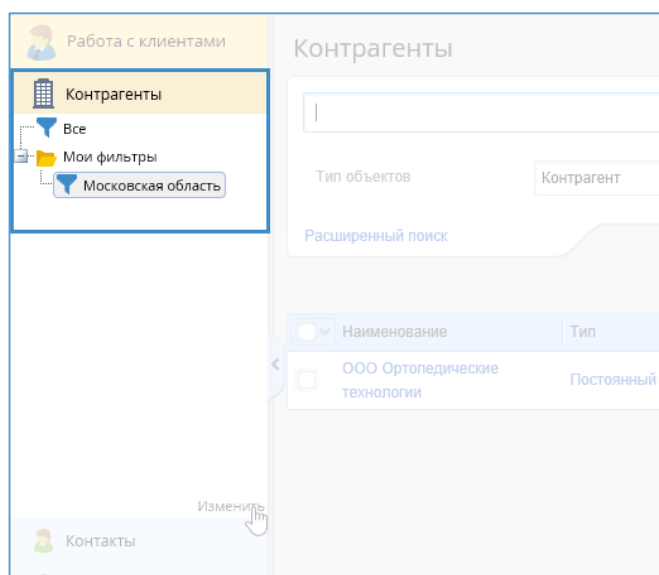


Рис. 61. Сохранённый фильтр в дереве фильтров

У каждого пользователя есть возможность создавать личные фильтры, которые будут доступны только ему самому в папке **Мои фильтры**. Они попадают в группу по

умолчанию. Для того чтобы этот фильтр увидели все пользователи **приложения ELMA CRM+**, необходимо осуществить настройку дерева фильтров (см. Раздел 3.4.3).

Аналогичным способом необходимо создать остальные требуемые нам фильтры в подразделах **Контрагенты** и **Сделки** (исходные параметры приведены в Таблица 2).

3.4.1.1. Использование EQL-поиска

Фильтр, объединяющий в себе **Контрагентов** со всех других региональных областей (за исключением Московской области, фильтр по которой уже был настроен на Рис. 61), легче всего будет создать с использованием специального языка запросов **ELMA Query Language (EQL)**. Он расширяет возможности создания сложных выборок данных, т.е. позволяет создать фильтр даже с такими критериями, которые не заложены в базовом функционале настроек фильтра.

Для этого вновь перейдём в расширенный поиск по **Контрагентам** (см. Рис. 57). На панели расширенного поиска нажмём кнопку **EQL-поиск** в правом нижнем углу.

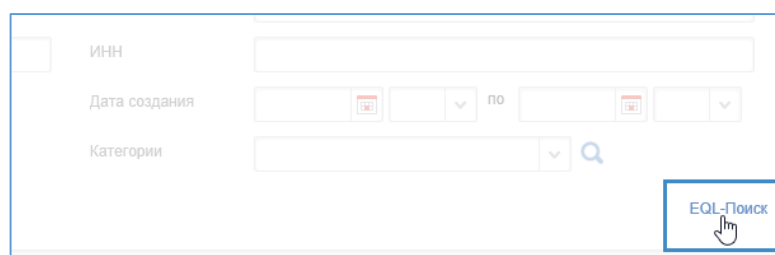


Рис. 62. Переход к EQL-поиску

В открывшемся поле для ввода наберём начало запроса – "*Region in*". В запросе они все будут представлены на английском. *Region* в данном запросе – это поле **Региональная группа**, справочник, который был заполнен ранее (см. Рис. 31). В данном поле действует система подсказок. Начинать набирать значения можно как на русском, так и на английском языке (согласно терминам системных названий объектов).

Далее из всплывающих подсказок (Рис. 63) выберем те значения, которые относятся к создаваемому фильтру – области, кроме Московской.

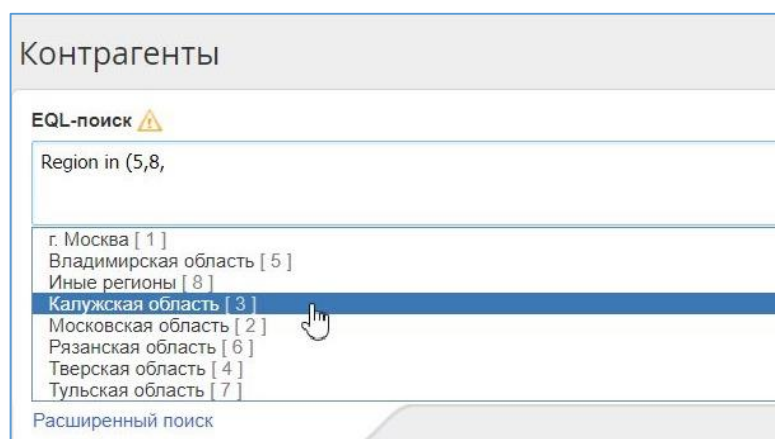


Рис. 63. Выбор элементов для запроса

При выборе элемента в текст запроса будет подставляться его идентификатор (см. Рис. 63). Идентификаторы записей справочника зависят от порядка их создания, и при реализации могут отличаться. Следует ориентироваться на значения из всплывающих подсказок.

EQL-поиск может обращаться не только к статичным данным из справочников, но и фильтровать данные по текущему пользователю.

К введённому ранее запросу "*Region in (5, 8, 3, 6, 4, 7)*" с помощью логического оператора "**AND**" добавим функцию "*Responsible = CurrentUser()*". Так мы получим фильтр по контрагентам в выбранных регионах, во взаимодействии с которыми текущий пользователь является **Ответственным**.

Итоговый запрос будет выглядеть следующим образом: "*Region in (5, 8, 3, 6, 4, 7) AND Responsible = CurrentUser()*". Пиктограмма  над полем текста запроса означает, что запрос составлен корректно. Чтобы сохранить его, нажмём на кнопку **Сохранить как фильтр** (Рис. 64) с названием "Прочие области".

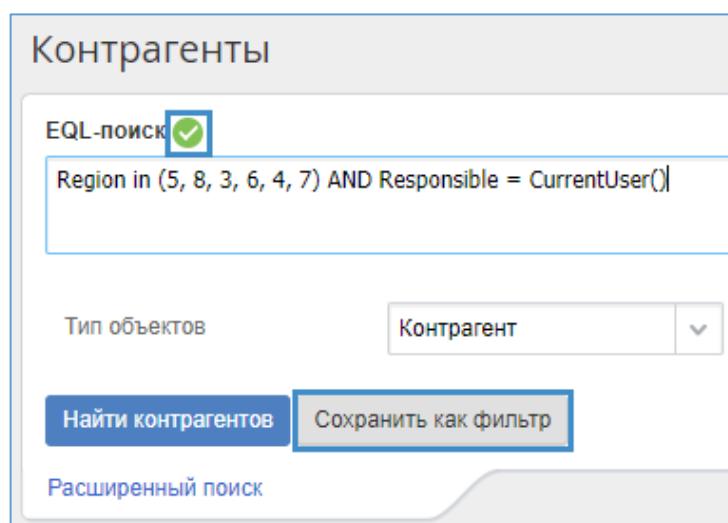


Рис. 64. Корректный EQL-запрос

Больше информации об **EQL-поиске** и областях его применения можно найти в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

После создания фильтров они будут отображаться в левом меню следующим образом (Рис. 65):

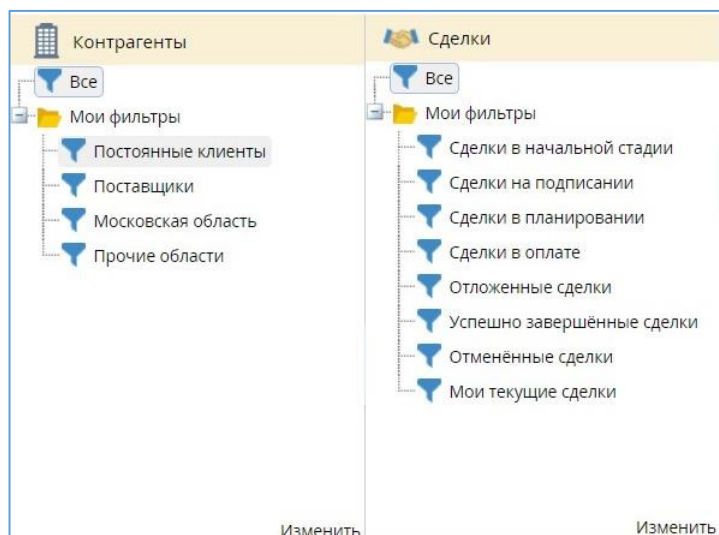


Рис. 65 Результат создания фильтров в левом меню

Однако это не окончательный вид отображаемой страницы. Настроим дерево фильтров в Разделе 3.4.3 текущего руководства.

3.4.2. Расширенная настройка фильтров

В данном подразделе рассмотрим расширенные настройки фильтров на примере фильтра "Поставщики". Под расширенной настройкой фильтра в данном случае понимается настройка набора колонок, а также прав доступа к фильтру.

Изменять настройки фильтра можно не только при его создании. Перейдём в фильтр "Поставщики" в дереве фильтров и нажмём кнопку **Изменить фильтр** в верхнем меню (Рис. 66).

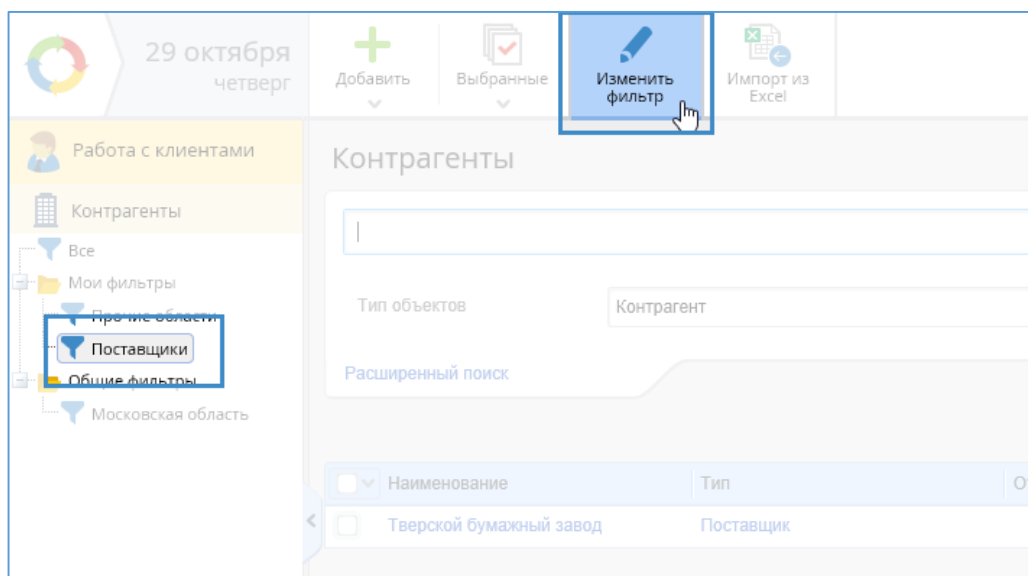


Рис. 66. Переход к изменению фильтра

3.4.2.1. Настройка набора колонок

Настроим для данного фильтра набор колонок Таблицы со списком контрагентов. Для этого перейдём на вкладку **Настройка колонок таблицы** (Рис. 67) и снимем установленный по умолчанию флажок **Использовать настройки по умолчанию**. При этом внешний вид данной вкладки изменится.

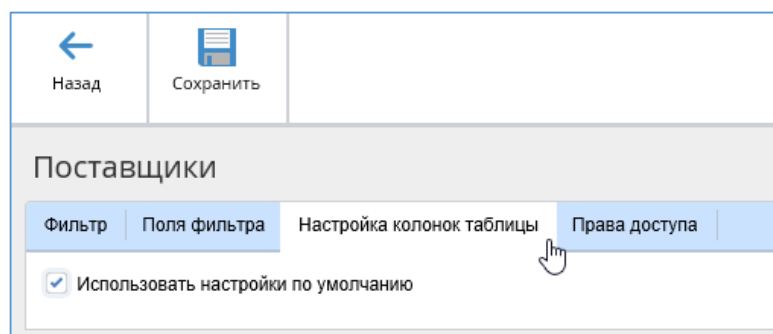


Рис. 67. Вкладка "Настройка колонок таблицы" страницы редактирования фильтра

С помощью перетаскивания элементов из поля **Выбранные поля** в **Доступные поля** или иконки ✕ рядом со свойством исключаем из списка **Выбранные поля**

свойства **Отрасль** и **Ответственный** (Рис. 68). В нашей конфигурации они не пригодятся, так как отрасль была ограничена при создании фильтра, а личность **Ответственного** для типа контрагента "Поставщик" не значима.

Рис. 68. Удаление колонок из таблицы

Сохраняем изменения в фильтре нажатием на кнопку **Сохранить** в верхнем меню.

3.4.2.2. Настройка прав доступа

По умолчанию редактировать фильтр может только Администратор или автор фильтра, однако иногда необходимо, чтобы ключевые сотрудники также могли работать и настраивать данный фильтр. Добавим коммерческому директору права на редактирование фильтра "Поставщики".

Для этого перейдём к его редактированию и откроем вкладку **Права доступа** (Рис. 69).

	Чтение	Редактирование	Полный доступ
✗ Автор	☒	☒	☒
✗ Все пользователи	☒	☐	☐

Рис. 69. Вкладка "Права доступа" страницы редактирования фильтра

Нажмём на кнопку **Добавить** в нижней части списка прав доступа и в открывшемся окне выберем должность коммерческий директор (или иную соответствующую) (Рис. 70).

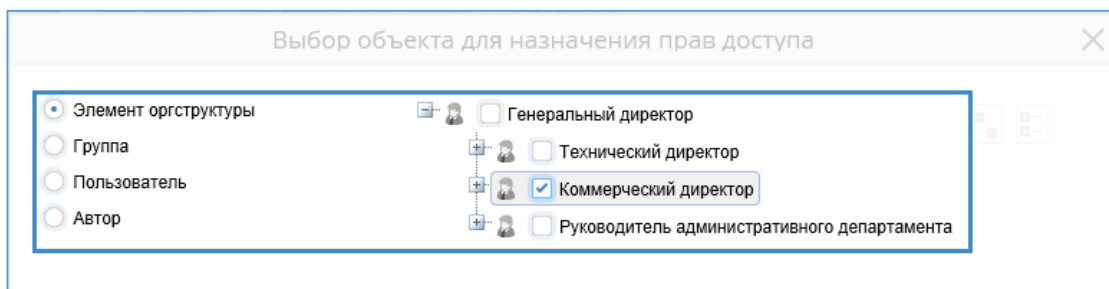


Рис. 70. Добавление должности в список элементов для настройки прав

Для добавленного элемента выставим права уровня **Полный доступ**, установив флажок в соответствующей колонке, и сохраним фильтр (Рис. 71).

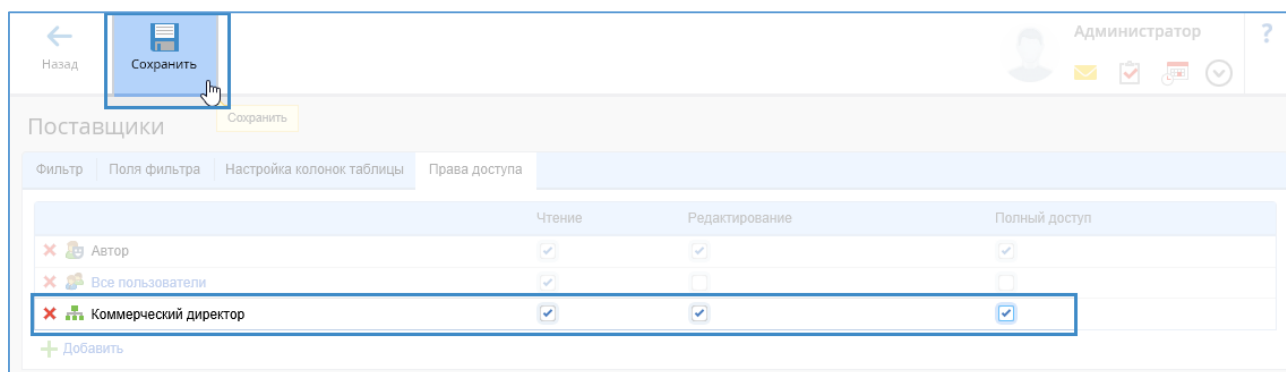


Рис. 71. Сохранение фильтра с изменёнными правами

Помимо этого, необходимо перенести настроенный фильтр в **Общие фильтры**. Подробно настройка дерева фильтров описана ниже.

3.4.3. Настройка дерева фильтров

Финальный шаг в настройке фильтров – их расположение в папке с общими фильтрами. В текущий момент они находятся в папке **Мои фильтры**. Здесь они доступны только одному пользователю – тому, кто их создал. Вместе с тем, системой предусмотрена возможность доступа пользователей к личным фильтрам по прямой ссылке (все пользователи имеют права доступа уровня **Чтение**).

В нашем примере необходимо, чтобы этот фильтр видели все пользователи приложения **ELMA CRM+**.

Для этого нажмём на кнопку **Изменить** в нижней части дерева фильтров. В открывшемся интерфейсе редактирования **Дерева фильтров** с использованием *drag-and-drop* перетянем созданный фильтр "Постоянные клиенты" в группу **Общие фильтры** (Рис. 72).

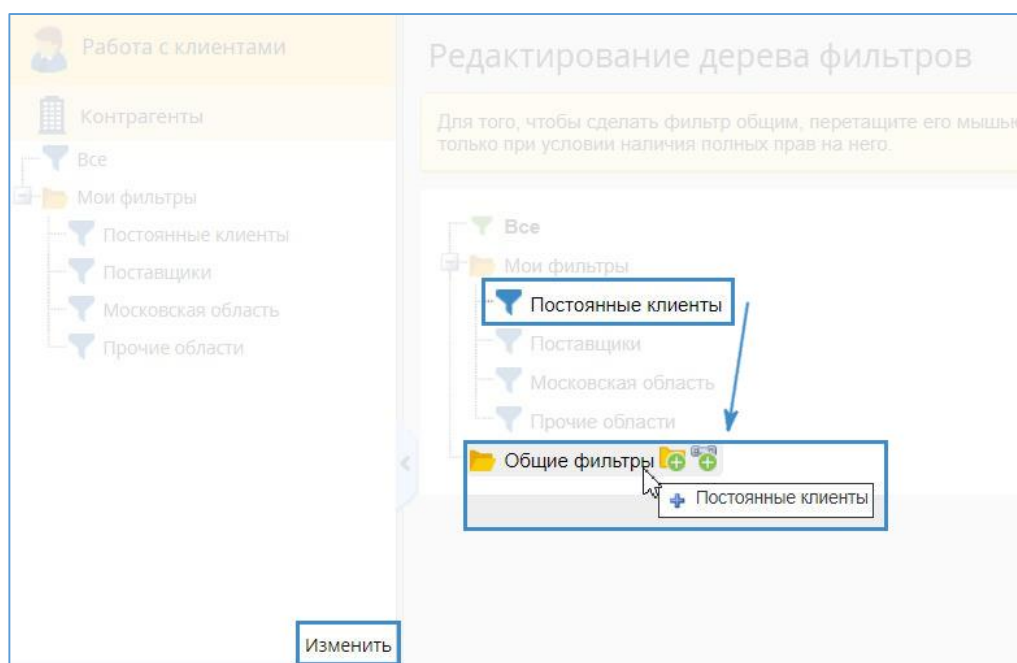


Рис. 72. Редактирование дерева фильтров

По такому принципу можно перемещать фильтры в дереве. Наша цель – расположить фильтры так, как это указано в иерархии на Рис. 55. В редакторе дерева фильтров добавим папку, используя кнопку справа от уже существующей папки **Общие фильтры**.

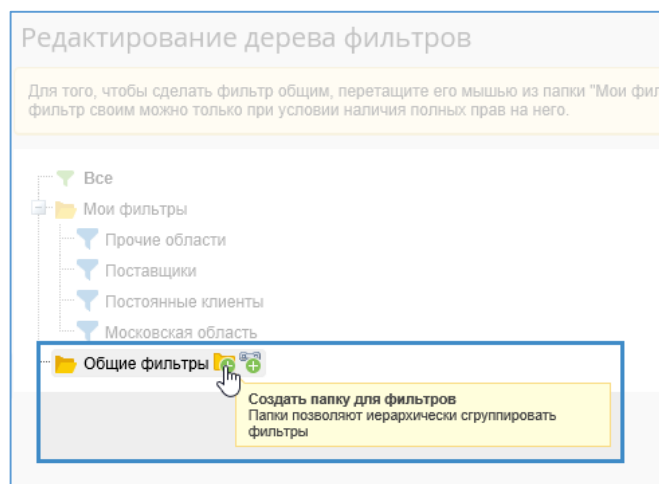


Рис. 73. Добавление папки в "Общие фильтры"

В открывшемся диалоговом окне введём название создаваемой папки – "Регионы" (Рис. 74).

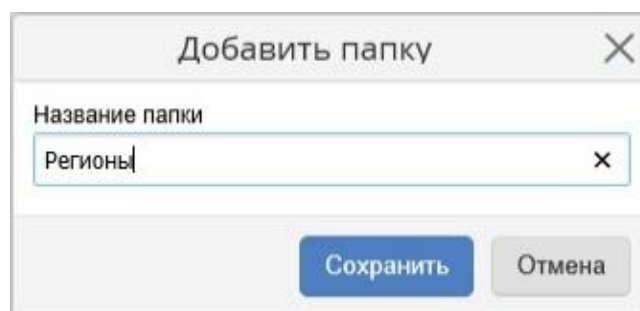


Рис. 74. Ввод названия добавляемой папки

Создадим папку, нажав на кнопку **Сохранить**.

Перетягивая фильтры мышью на поле соответствующей папки, организуем следующее дерево (Рис. 75):

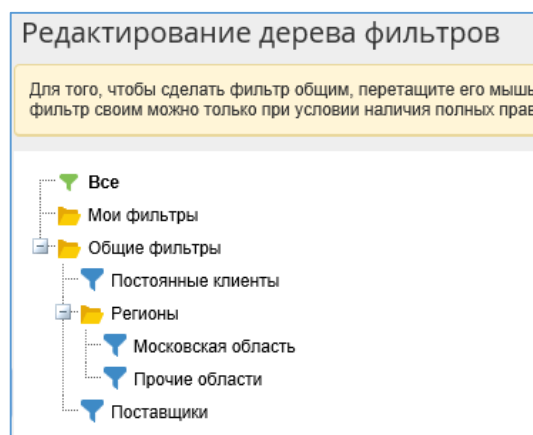


Рис. 75. Настройка дерева фильтров

Изменения сохраняются автоматически: после завершения настройки достаточно вернуться в основной интерфейс раздела **Работа с клиентами**, нажав кнопку **Назад** верхнего меню.

Перейдём к разделу **Сделки**. Создадим две папки: "Текущие сделки" и "Завершённые сделки". Перенесём в них ранее созданные фильтры.

Оба дерева фильтров в разделе **Контрагенты** и **Сделки** теперь должны выглядеть как показано на Рис. 55.

Подробнее о фильтрах, их создании и настройке можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA BPM](#).

3.5. Создание интерфейсов для работы с CRM

Финальный шаг в подготовке решения – формирование пользовательских интерфейсов. Подробно эта тема раскрыта в [Кратком руководстве по внутреннему порталу ELMA](#). В этом разделе мы рассмотрим создание отдельной главной страницы с портлетами, создание группы пользователей, которой будет доступна созданная страница, а также права доступа к данной странице.

3.5.1. Создание группы пользователей

Прежде чем приступить к настройке интерфейсов, следует подготовить группы пользователей, которые будут использоваться для распределения прав доступа. Перейдём к странице настройки групп с главной страницы раздела **Администрирование**. Ссылка на эту страницу находится в блоке **Пользователи** (Рис. 76).

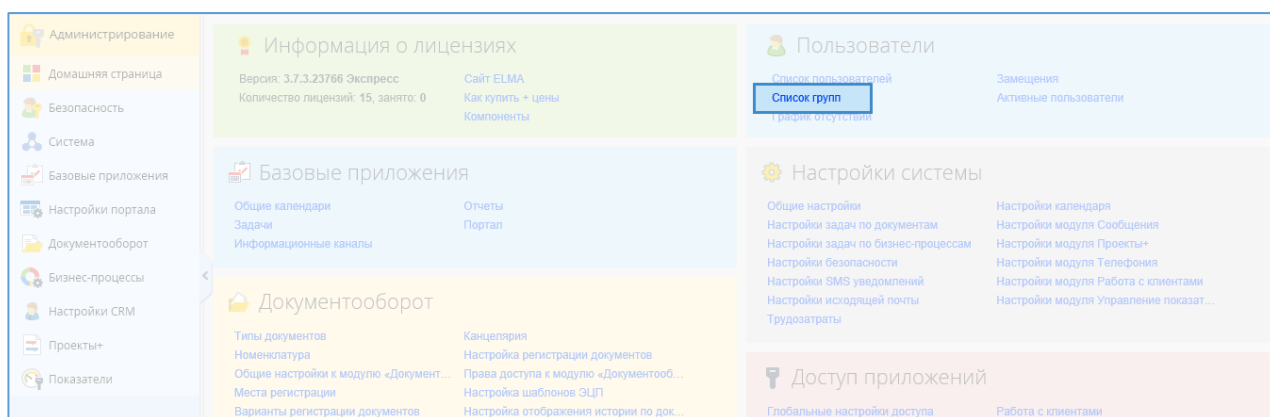


Рис. 76. Ссылка на страницу настройки групп

В списке групп добавим новую группу, нажав на кнопку **Добавить группу** в верхнем меню (Рис. 77).

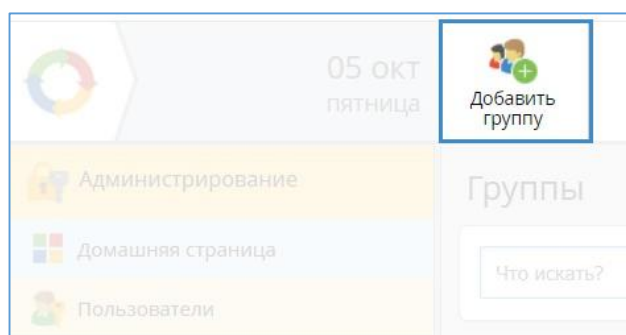


Рис. 77. Кнопка добавления группы

В состав группы добавим несколько **Должностей**, составляющих коммерческий блок (Начальник отдела продаж, Сотрудники отдела продаж и Коммерческий

директор). Установим на них флажки и сохраним, нажав на кнопку **Выбрать** (Рис. 78). Отметим, что в другой конфигурации организационная структура может отличаться.

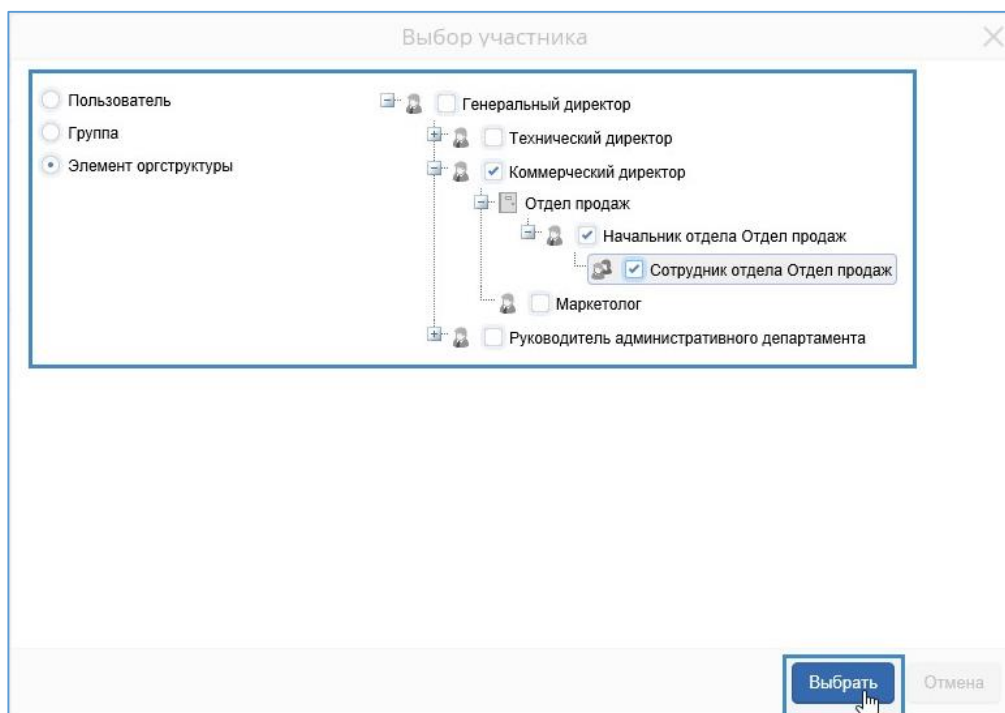


Рис. 78. Добавление должностей в группу

Введём **название группы** "Отдел продаж" и сохраним её, нажав на кнопку **Сохранить** (Рис. 79).

Рис. 79. Сохранение группы пользователей

3.5.2. Создание и настройка главной страницы

Базовый элемент интерфейса – **Главные страницы**, которые образуют в интерфейсе портала ELMA набор закладок для организации быстрого доступа пользователя к важной и часто используемой информации. Для работы с главными страницами перейдём в раздел **Администрирование – Настройки портала – Страницы** (Рис. 80).

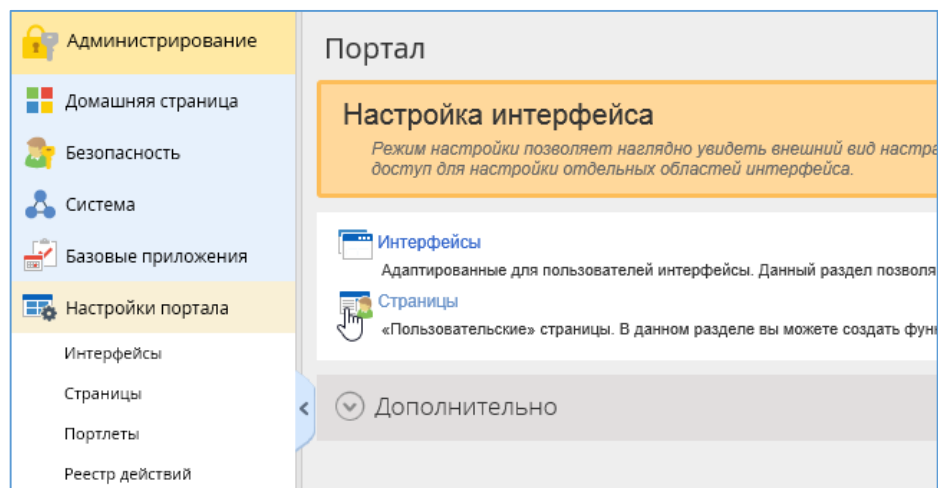


Рис. 80. Переход к настройке страниц

Перейдём в интерфейс настройки главных страниц, выбрав пункт **Главные страницы** (Рис. 81).

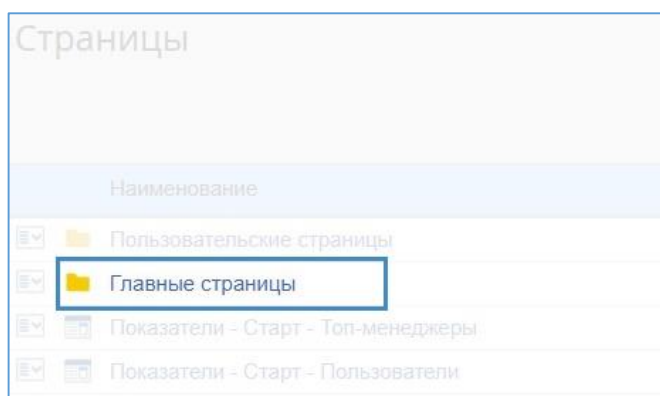


Рис. 81. Общий список настраиваемых страниц

3.5.2.1. Создание страницы

В системе ELMA предусмотрена возможность создания страниц трёх видов:

- **Портлетные страницы**, предназначенные для решения узких задач и содержащие портлеты с необходимой информацией;
- **Текстовые страницы** – вид портлетных страниц, которые по умолчанию содержат HTML портлет;

- **Ролевые страницы** – динамические страницы, на которых для разных пользователей отображается разная информация.

Портлет – это подключаемый сменный компонент пользовательского интерфейса веб-приложения ELMA. В системе можно настраивать портлеты для каждого пользователя с учётом его потребностей.

В примере ниже настроим портлетную страницу с портлетами для менеджера по продажам. Перейдём в папку **Главные страницы**. Одна главная страница уже есть по умолчанию – (**Главная**). Создадим новую, нажав на кнопку **Создать** и выбрав в выпадающем меню **Портлетная страница** (Рис. 82).

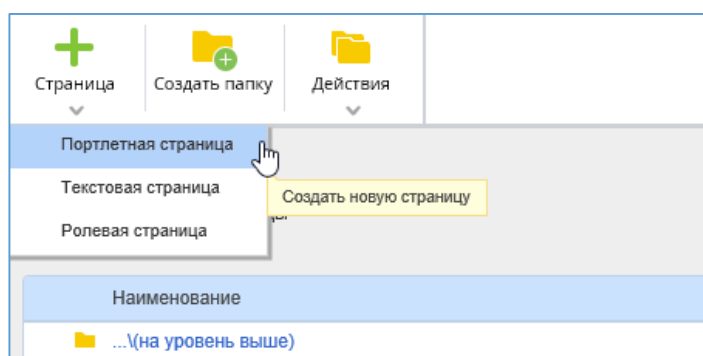


Рис. 82. Создание портлетной страницы

Заполним **Наименование** новой страницы "Клиенты" и выберем вариант размещения "Две колонки" (Рис. 83). **Размещение** – это макет страницы, количество колонок, по которым будут размещены портлеты, добавляемые на страницу.

Рис. 83. Страница создания новой портлетной страницы

Сохраним **Портлетную страницу**, нажав на кнопку **Сохранить** в верхнем меню. Автоматически произойдёт переход к интерфейсу редактирования страницы.

3.5.2.2. Настройка страницы

Начнём наполнение страницы с добавления портлетов "Сделки" и "Данные по фильтру". Для добавления портлета нажмём на кнопку **Добавить портлет** в верхнем меню (Рис. 84).

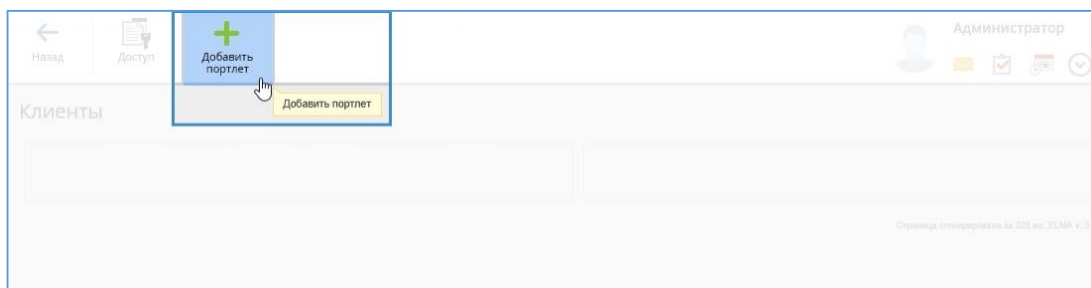


Рис. 84. Кнопка добавления портлета

В открывшемся каталоге портлетов выберем портлет "Сделки" и нажмём на кнопку **Добавить портлет** (Рис. 85).

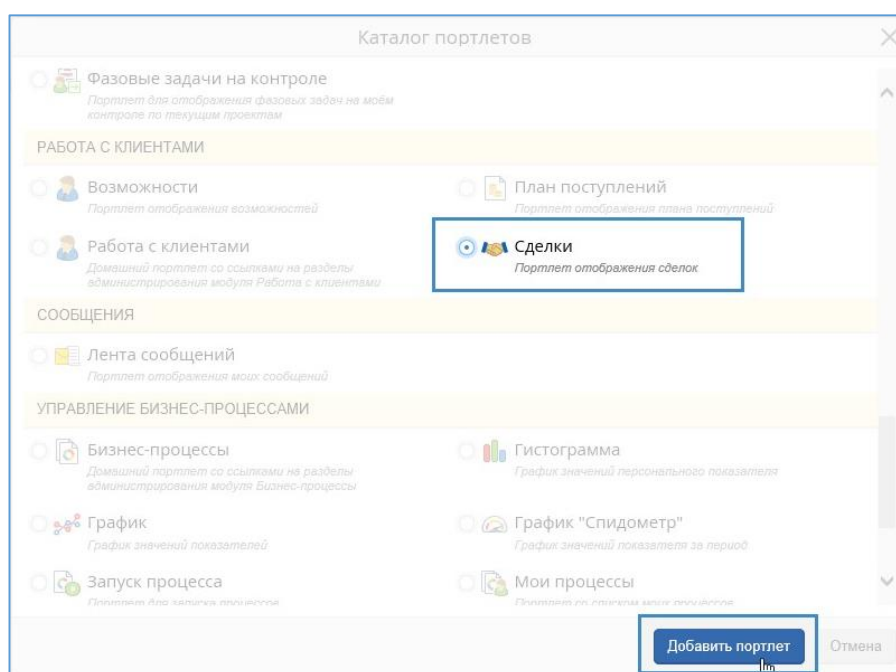


Рис. 85. Добавление портлета "Сделки"

По аналогии добавим второй портлет – "Данные по фильтру".

Разместим созданные портлеты в разных колонках с помощью механизма *drag-n-drop* (Рис. 86).

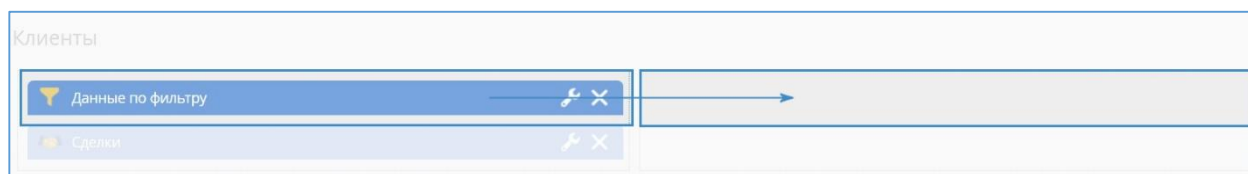


Рис. 86. Изменение положения портлета на странице

Перейдём к настройке портлета, нажав на соответствующую иконку (Рис. 87) справа от заголовка портлета "Сделка".

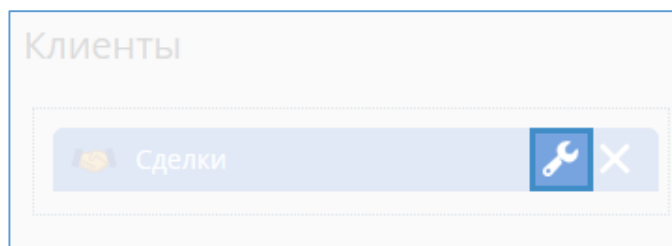


Рис. 87. Переход к редактированию настроек портлета "Сделки"

В открывшемся окне настройки укажем **Фильтр для отображения** – "Мои текущие сделки", введём **Название** – "Мои сделки", затем нажмём **Сохранить** (Рис. 88).

Настройки портлета

Фильтр для отображения: Мои текущие сделки

Показывать только мои: ☐ Да ☒ Нет

Заголовок портлета: Мои сделки
При пустом значении будет использоваться название фильтра

Показывать поля фильтра: ☐ Да ☒ Нет

> Настройка колонок таблицы

Дополнительно

Внешний вид

Оформление: Полное

Цвет заголовка: [Color Picker]

Цвет текста заголовка: [Color Picker]

Дополнительно

Запретить сворачивание: ☐ Да ☒ Нет

Параметры AJAX

Включить асинхронную загрузку: ☐ Да ☒ Нет

Показать кнопку ручного обновления: ☐ Да ☒ Нет

Сохранить Сохранить и продолжить Отмена

Рис. 88. Настройка портлета "Сделки"

Следующим настроим портлет с данными по фильтру. Первым шагом необходимо выбрать фильтр, который будет использоваться для отображения. Выберем фильтр "Постоянные клиенты" из раздела **Контрагенты** (Рис. 89).

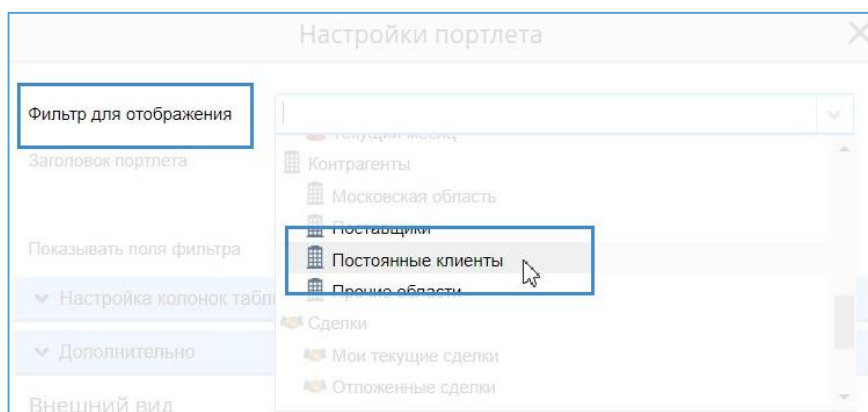


Рис. 89. Выбор фильтра для портлета "Данные по фильтру"

Затем введём **Заголовок портлета** "Мои клиенты" и сохраним настройки, нажав кнопку **Сохранить** (Рис. 90).

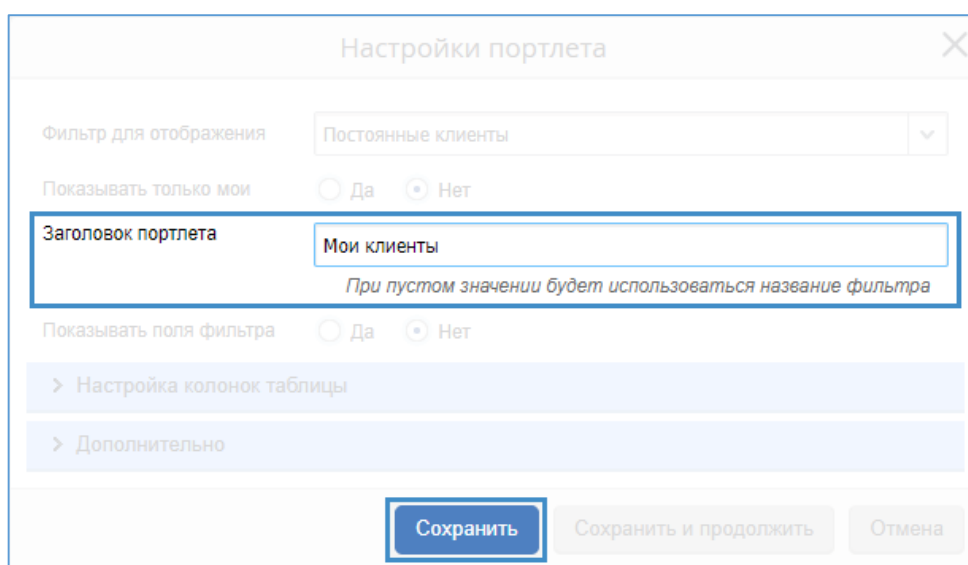


Рис. 90. Сохранение настроек портлета "Мои клиенты"

3.5.3. Настройка доступа к странице

В системе ELMA права доступа на страницы могут быть назначены не только отдельным пользователям и/или элементам оргструктуры, но и группам пользователей. В нашем примере – группе пользователей "Отдел продаж". Предварительно группу пользователей необходимо настроить, т.к. не всем сотрудникам отдела продаж нужны права доступа на определённые действия. Создание группы пользователей описано в Разделе 3.5.1.

Для назначения прав доступа группе пользователей "Отдел продаж" перейдём в раздел **Администрирование – Пользователи – Группы** (Рис. 91).

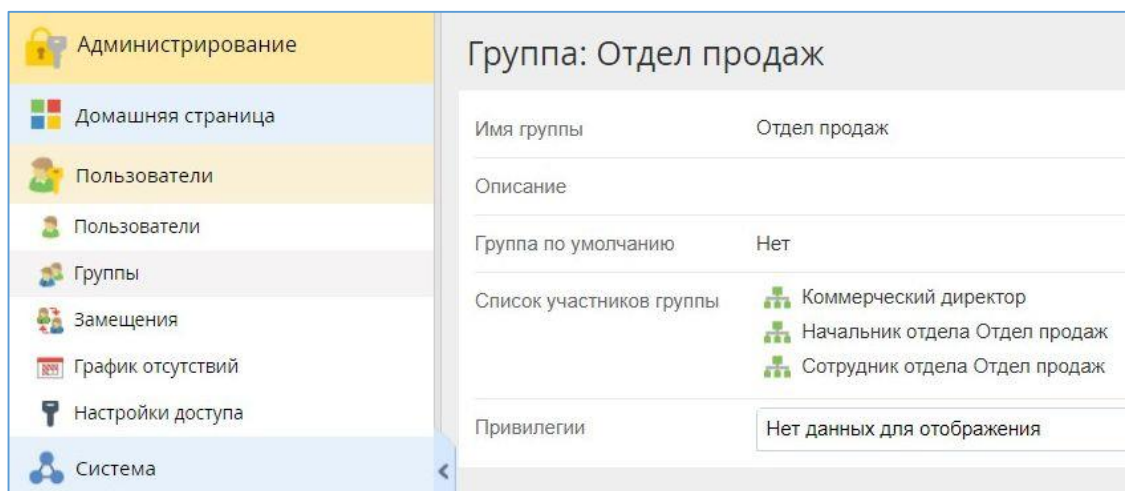


Рис. 91. Группа пользователей "Отдел продаж" в разделе Администрирование

Подробнее о работе с группами, организационной структурой и пользователями можно прочитать в [Кратком руководстве по внутреннему portalу ELMA](#).

Ограничим доступ к данной главной странице, чтобы её могли видеть только сотрудники отдела продаж. Для этого в разделе **Администрирование** перейдём к подразделу **Настройки портала**, затем – **Страницы**. Среди главных страниц выберем "Клиенты". Рядом с наименованием страницы нажмём на иконку вызова контекстного меню и перейдём в раздел **Доступ** (Рис. 92).

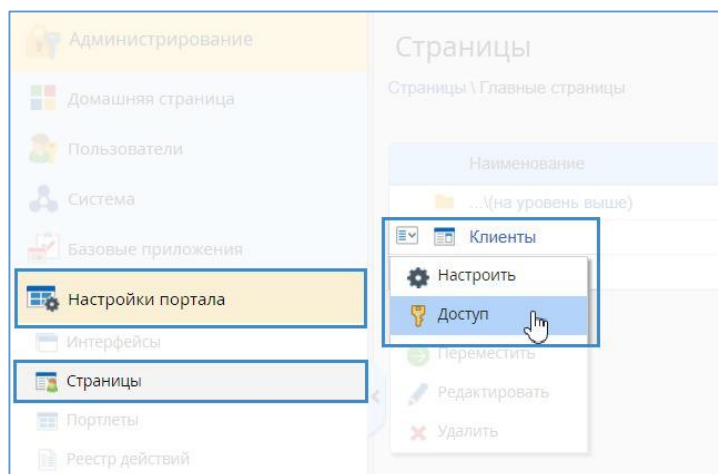


Рис. 92. Переход к настройке доступа к главной странице

Отметим, настроить доступ к странице также можно при настройке страницы нажатием на кнопку **Доступ** (Рис. 84). В открывшемся окне **Настройки доступа** добавим новый элемент в раздел **Дополнительные права**, нажав на кнопку **Добавить** (Рис. 93).

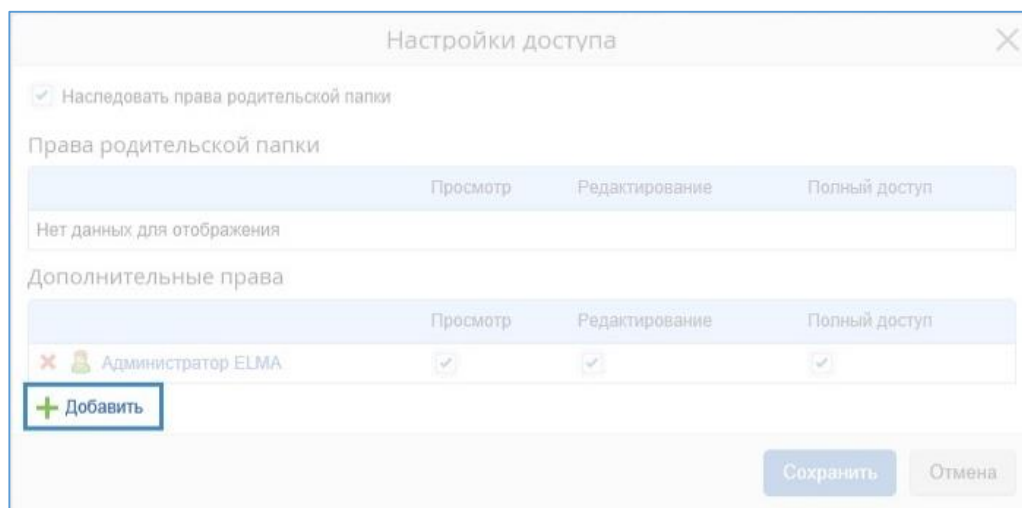


Рис. 93. Кнопка добавления дополнительных прав

Выберем для добавления группу "Отдел продаж" и нажмём на кнопку **Выбрать** (Рис. 94).

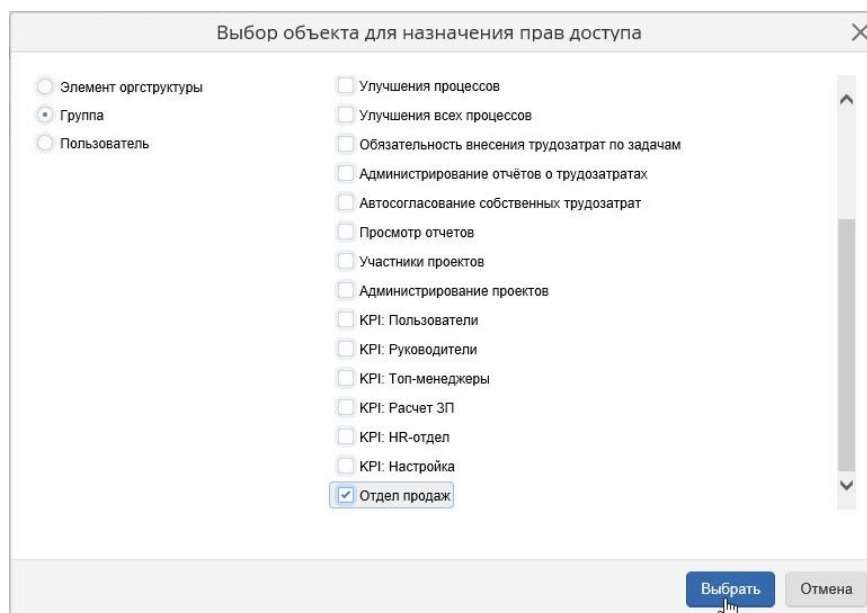


Рис. 94. Добавление группы пользователей в список для настройки доступа

Для использования главной страницы достаточно уровня прав **Просмотр**. Установим флажок в соответствующей колонке (Рис. 95). В случае, если пользователю нужны права на изменение персональных настроек страницы, то необходимо установить флажок в колонке **Редактирование**.

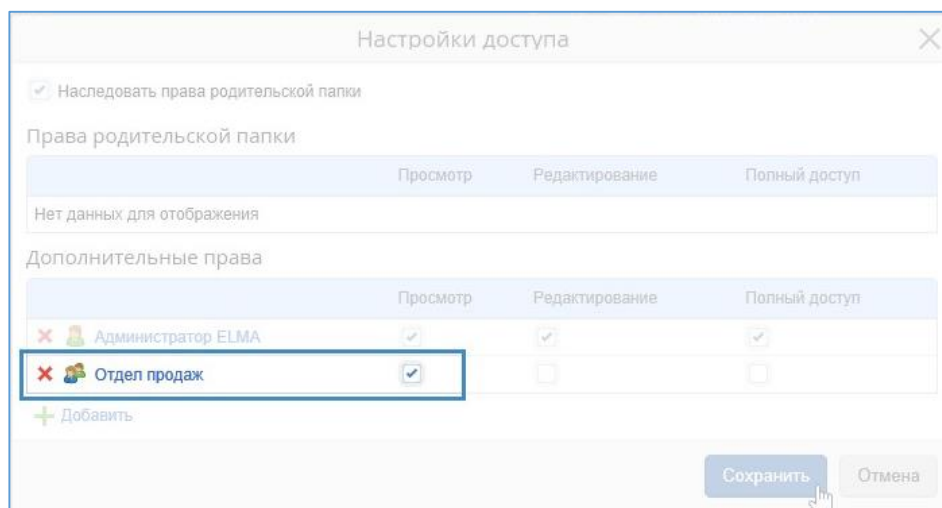


Рис. 95. Выдача дополнительных прав для группы пользователей

После нажатия на кнопку **Сохранить** права будут добавлены, и работа по настройке **Главной страницы** будет закончена.

3.5.4. Настройка набора главных страниц

Вновь созданную главную страницу добавим в набор страниц **Основного интерфейса** пользователей. Для этого перейдём со страницы **Настройки портала** в подраздел **Интерфейсы**. В нём выберем пункт **Интерфейс по умолчанию** (Рис. 96).

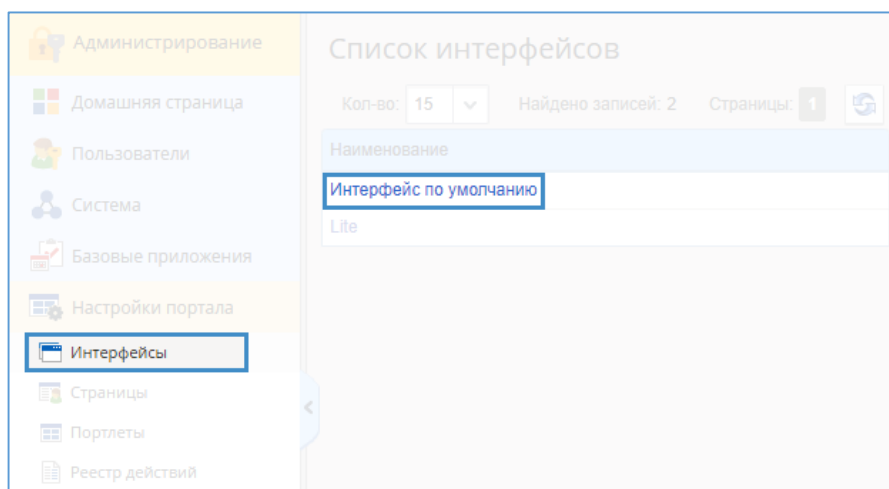


Рис. 96. Переход к настройке интерфейса по умолчанию

В окне настройки интерфейса перейдём к редактированию набора главных страниц, нажав на иконку  в соответствующем пункте (Рис. 97).

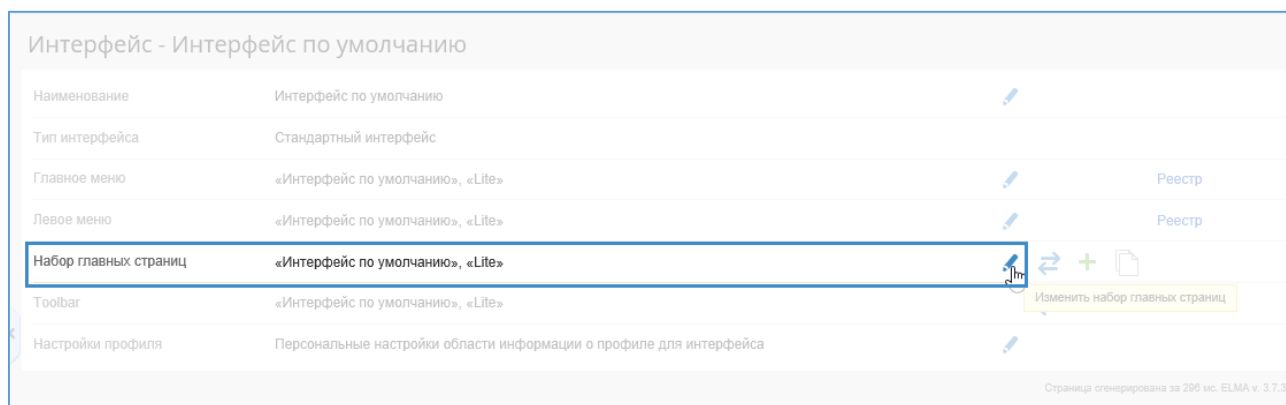


Рис. 97. Переход к редактированию набора главных страниц

Подтвердим изменение набора страниц сразу для нескольких интерфейсов (по умолчанию один список используется и для основного, и для Lite-интерфейсов), нажав на кнопку **Продолжить изменение** (Рис. 98).

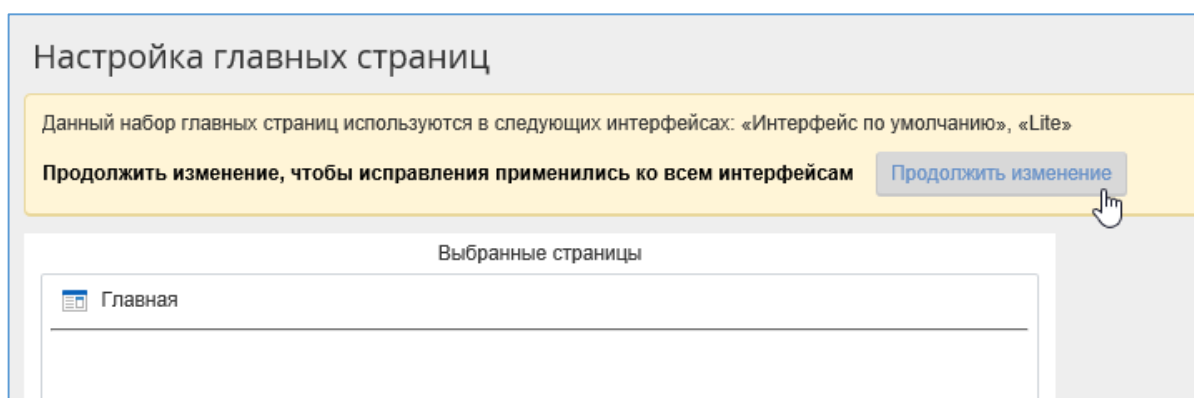


Рис. 98. Подтверждение перехода к изменению набора главных страниц

В открывшемся окне редактирования с помощью механизма drag-and-drop перетащим страницу "Клиенты" в список **Выбранные страницы** (Рис. 99).

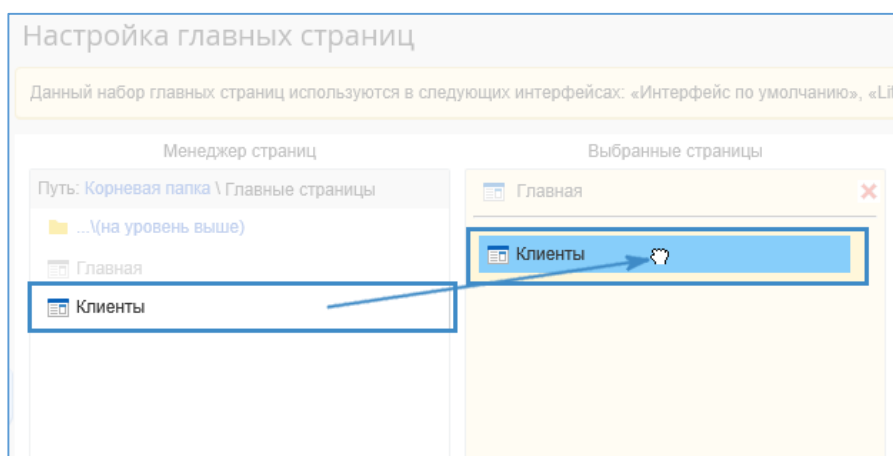


Рис. 99. Добавление главной страницы в набор

При такой настройке главная страница "Клиенты" будет доступна в свёрнутом списке страниц. Чтобы она была видна сразу после входа, увеличим число демонстрируемых страниц. Для этого в нижней части интерфейса изменим значение пункта **Количество отображаемых страниц** на "2" (Рис. 100).

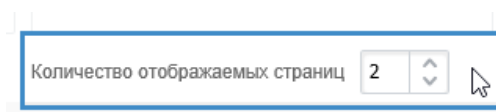


Рис. 100. Изменение количества отображаемых главных страниц

Также можно поменять количество отображаемых страниц с помощью механизма drag-and-drop, перетянув элемент "Клиенты" в поле над разделительной чертой (Рис. 101).

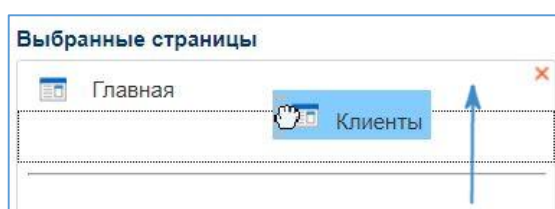


Рис. 101 Вариант изменения количества отображаемых страниц

Сохраним настройки набора главных страниц, нажав на кнопку **Сохранить** в верхнем меню (Рис. 102).

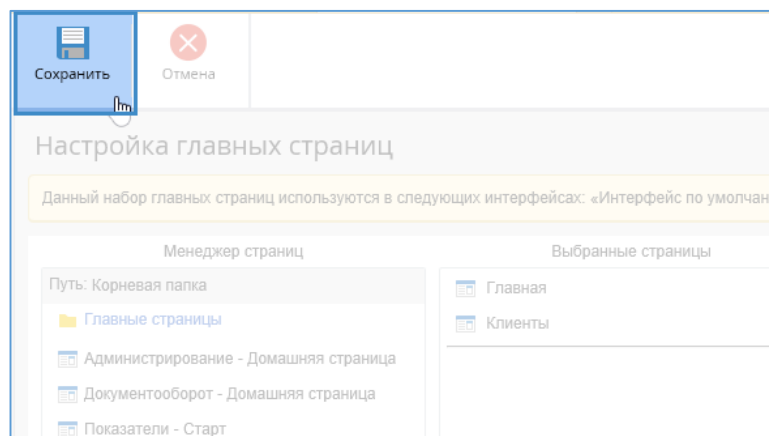


Рис. 102. Сохранение настройки набора главных страниц

На этом настройка интерфейсов решения завершена. Настроенная портлетная страница **Клиенты** выглядит так (Рис. 103):

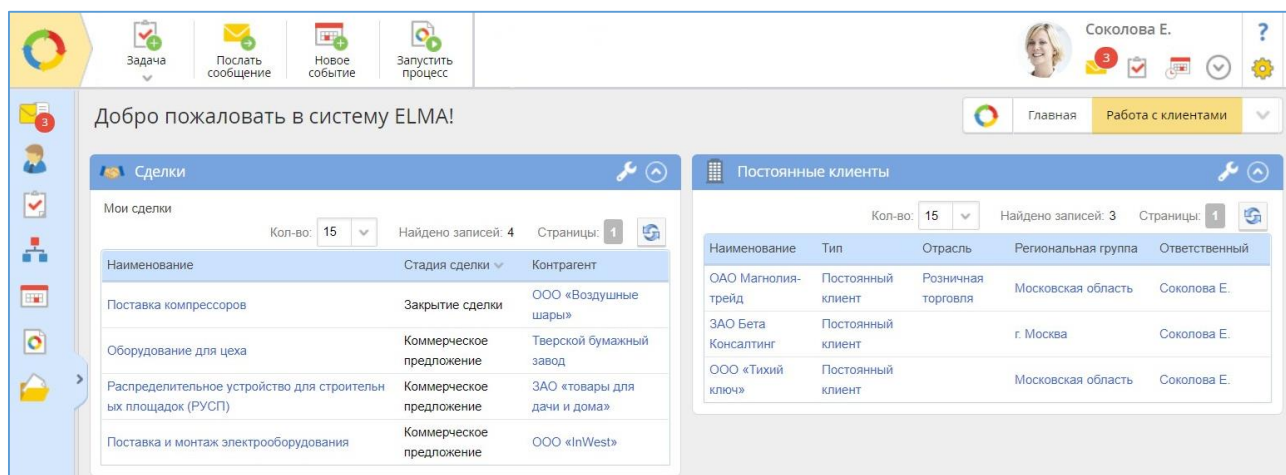


Рис. 103. Настроенная портлетная страница "Клиенты"

Теперь пользователи могут пользоваться удобно настроенным интерфейсом, работать с Контрагентами, создавать Сделки, указывать в них наименование и количество продуктов, изменять стадии сделок и отслеживать их жизненный цикл.

Глава 4. Быстрые продажи

Одним из сценариев использования приложения **ELMA CRM+** являются Быстрые продажи. **Быстрые продажи** – это отгрузка простой продукции или оказание простых услуг. Для такого рода продаж идеально использовать механизм бизнес-процессов.

Основными целями сценария "Быстрые продажи" являются:

- точность выполнения стандартных действий;
- соблюдение установленных сроков;
- быстрый поиск информации о работе при обращении клиента.

Эти цели достигаются при использовании двух платформ: **ELMA CRM+** для отслеживания работы с клиентами и **ELMA BPM** для автоматизации процесса продаж.

Использование процессов позволит на 100% унифицировать как процедуру приема заказа, так и передачу заявки в исполнение. Не составит труда в дальнейшем построить контроль качества.

Главными объектами настройки в данной главе станут:

- карточка клиента – её упрощение и настройка для быстрого поиска информации;
- карточка сделки – станет в данной конфигурации **Заказом** и будет хранить информацию о покупке;
- бизнес-процесс продажи (выполнения заказа) – будет использоваться для организации работы исполнителей.

Перейдём к описанию примера. Объектом автоматизации станет небольшая компания, устанавливающая окна. Организация работает с физическими лицами, имеет свой штат менеджеров, дизайнеров, установщиков и собственное производство.

Общий процесс работы с **Заказом** выглядит следующим образом (Рис. 104):

1. Менеджеру поступает обращение клиента.
2. Установщик производит замеры.
3. Дизайнер по этим замерам изготавливает дизайн-проект, производит расчет стоимости производства и монтажа окон.
4. Менеджер согласовывает сумму с клиентом, подписывается договор.
5. Руководитель производства контролирует изготовление окон.
6. Установщики выполняют монтаж, по окончании прикладывают акт выполненных работ.

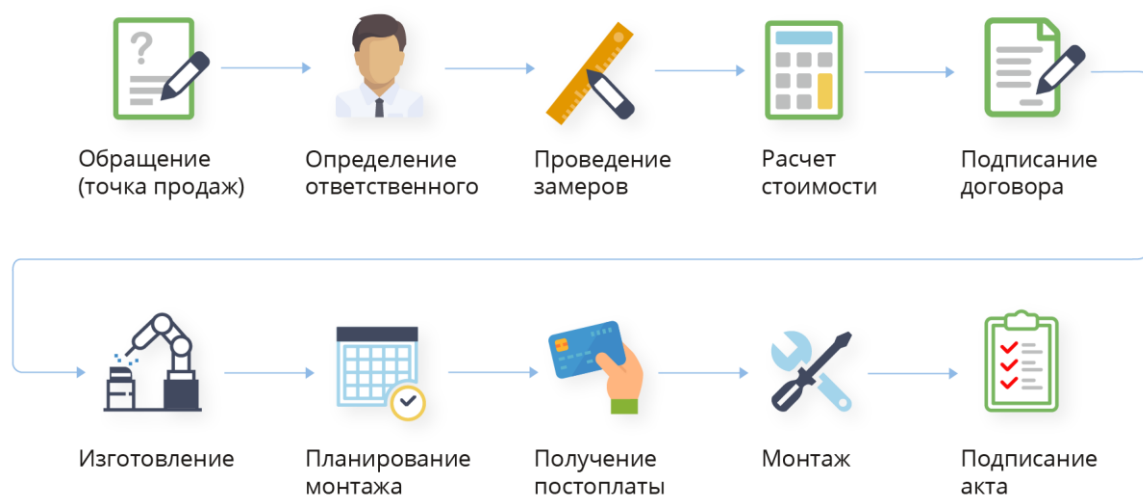


Рис. 104. Процесс работы с заказом

Ниже рассмотрим принципы настройки объектной модели, интерфейсов и генерации документов по шаблону, заполним ряд необходимых справочников, а также создадим бизнес-процесс продажи для проработки описанного выше кейса.

4.1. Настройка объектной модели

Первый этап работы – настройка карточки **Контрагента**, карточки **Сделки** и сопутствующих **Справочников**. Так как бизнес компании, описанной выше, связан с частными лицами, в качестве основного объекта в **ELMA CRM+** будем использовать объект **Контрагент** типа **Физическое лицо**.

4.1.1. Настройка форм контрагентов и сделок

Зачастую при работе с заказчиками используются не все поля карточки контрагента, поэтому первый шаг в её настройке – удаление ненужных элементов. Стандартные для объекта поля в системе удалению не подлежат, поэтому достаточно разместить в быстром доступе для пользователя необходимые поля, а вспомогательные перенести на отдельную вкладку либо удалить с формы. Принцип настройки форм просмотра описан в Разделе 3.2.2 и на Рис. 16.

Внесём следующие изменения на форме просмотра объекта **Физическое лицо**:

1. С вкладки **О физическом лице** удалим все лишние поля, оставив только **Наименование**, **Ответственный**, **Описание**, **Категории**, **Email** и **Телефоны**.
2. Переименуем поле **Наименование**, введя в графе **Название на форме** "Имя".
3. Все поля, находящиеся в правой колонке формы, перетащим в левую; поле **Описание** – из левой в правую.
4. На вкладке **О физическом лице** создадим две дополнительные панели: **Адрес** и **Заказы**.
5. На панель **Адрес** перетащим поле **Почтовый адрес**, на панель **Заказы** – стандартный элемент формы **Список сделок контрагента**.
6. Во избежание дублирования полей, из вкладки **Реквизиты** удалим поле **Почтовый адрес**.
7. На вкладке **Реквизиты** во всех полях, обязательных для заполнения (помечены красной звёздочкой), снимем флажок **Обязательная для заполнения**.
8. Для исключённых полей с вкладки **О физическом лице** создадим дополнительную вкладку **Прочие реквизиты** и вынесем на неё **Контейнер для свойств по умолчанию** – в него попадут все исключённые с форм поля.

Вкладка **О физическом лице** будет выглядеть так:

Рис. 105. Вид формы просмотра "О физическом лице" после редактирования

На этом изменения в карточке **Физического лица** завершены.

Информация о заказе будет храниться в стандартном объекте **Сделка**. **Сделка** будет создаваться в самом начале процесса продажи. В нашем примере необходимо будет хранить в карточке **Сделки** несколько дополнительных свойств. Принцип создания свойств и их настройки описан в Разделе 3.3.1. Создадим следующие свойства:

- **Проект** – тип **Вложение**;
- **Договор** – тип **Вложение**;
- **Тип профиля** – тип **Выпадающий список** (элементы списка – Вехау, Река, ЕВК);
- **Тип остекления** – тип **Выпадающий список** (элементы списка – Окно, Французское окно, Балкон, Лоджия). Флажок **Выбор только из списка** нужно снять, т.к. в ходе работы могут появиться нестандартные элементы.

Перейдём к редактированию формы просмотра объекта **Сделка**. Оптимизируем её, выполнив следующие действия:

1. Удалим все вкладки, кроме **О сделке** и **Задачи**.
2. Удалим лишние поля, оставив в левой колонке вкладки **О сделке** поля **Контрагент**, **Наименование**, **Объём продаж**, **Ответственный**, **Стадия сделки**, **Статус**, **О сделке**, **Дата начала**, **Дата закрытия**; правая колонка пока не заполнена.
3. В правой колонке вкладки **О сделке** разместим добавленные ранее свойства **Проект**, **Договор**, **Тип профиля**, **Тип остекления**; в правую колонку из левой перенесём поле **О сделке**.

4. Создадим вкладку **Прочие реквизиты** и перенесём на неё элемент формы **Контейнер для свойств по умолчанию**.

Теперь форма просмотра объекта **Сделка** выглядит следующим образом (Рис. 106):

Рис. 106. Итоговый вид формы представления объекта "Сделка"

Продолжим настройку форм и перейдём к форме редактирования объекта **Сделка**. В нее внесём следующие изменения:

1. Добавим панель **Прочие реквизиты**.
2. В настройках панели установим флажок **Панель является сворачиваемой**, установим переключатель на опции **По умолчанию свёрнута**.
3. На панель **Прочие реквизиты** поместим **Контейнер для свойств по умолчанию**.

Теперь форма редактирования объекта **Сделка** должна выглядеть так (Рис. 107):

Рис. 107. Итоговый вид формы редактирования объекта "Сделка"

На этом изменения в формах **Объектов** завершены. Теперь нужно опубликовать объекты **Физическое лицо** и **Сделка** и перезапустить сервер. Общий принцип этих действий описан в Разделе 3.2.2.

4.1.2. Настройка запуска процесса с карточки

Основной сценарий использования предусматривает, что при наличии интеграции с IP-телефонией при входящем звонке открывается карточка контрагента, с которой в несколько кликов можно запустить бизнес-процесс, не заполняя в ходе него данные о клиенте. В терминах ELMA это означает, что запуск бизнес-процесса "Выполнение заказа" производится с карточки объекта типа **Физическое лицо**. В случае, если необходимо осуществить запуск бизнес-процесса не только с карточки **Физического лица**, но и **Юридического лица**, то в качестве объекта должен быть выбран **Контрагент (Объект)**.

Для настройки запуска бизнес-процесса с карточки объекта перейдем в раздел **Процессы** Дизайнера ELMA и откроем карточку требуемого процесса. В ней перейдем на вкладку **Контекст**. Для свойства **Клиент** типа **Физическое лицо (Объект)** установим флажки **Поиск** и **Входное** (Рис. 108). Это значит, что свойство может быть передано в бизнес-процесс при его запуске, и по указанному свойству можно фильтровать экземпляры процесса в разделе **Монитор процессов**.

Отображаемое имя	Имя свойства	Тип	Поиск	Входное	Выходное
Базовые свойства					
Заказ	Order	Сделка (Объект)	☒	☐	☐
Клиент	Client	Физическое лицо (Объект)	☒	☒	☐
Дата замера	SampleDate	Дата / время	☐	☐	☐
Дата установки	InstallationDate	Дата / время	☐	☐	☐

Рис. 108. Флажки "Поиск" и "Входное" для свойства типа "Клиент"

Опубликуем бизнес-процесс и перейдём в Дизайнере ELMA к редактированию объекта **Физическое лицо**. Для добавления процесса в стандартный список запуска с карточки объекта откроем вкладку **Процессы** в окне редактирования объекта. С помощью кнопки **Добавить** выберем процесс "Выполнение заказа" (Рис. 109). В данный список попадают только те бизнес-процессы, в контексте которых есть свойство типа **Физическое лицо**, и оно отмечено как **Входное**.

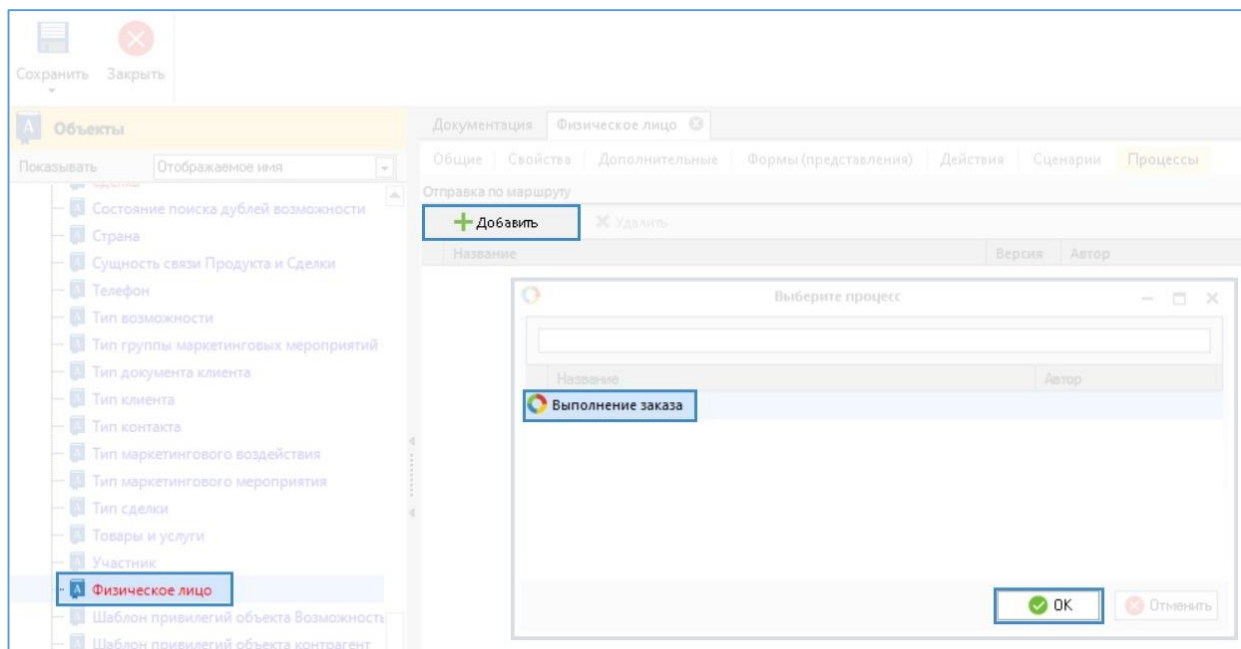


Рис. 109. Добавление процесса в список "Отправка по маршруту"

После добавления процесса в список опубликуем объект **Физическое лицо** и перезапустим сервер, чтобы изменения применились (см. Рис. 21).

В результате после выполненных настроек можно запускать бизнес-процесс непосредственно с карточки контрагента. В нашем случае – с карточки **Физического лица** (Рис. 110).

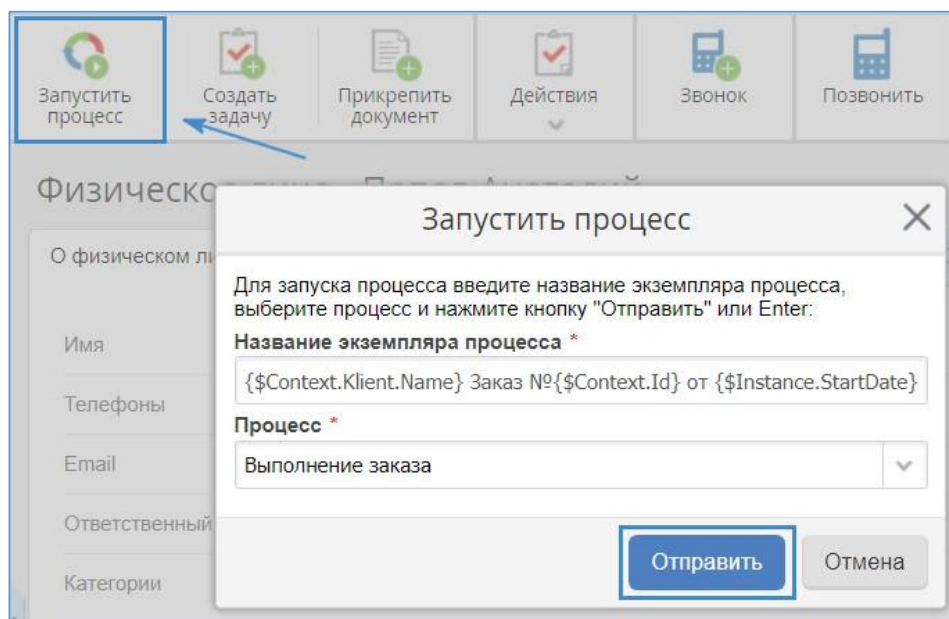


Рис. 110. Запуск бизнес-процесса с карточки физического лица

4.1.3. Заполнение справочников

Для корректной работы в системе проведём первичную настройку справочников. Ключевые справочники выведены на страницу **Администрирование – Работа с клиентами**. Общий принцип их настройки описан в Разделе 3.2.3.

Создадим воронку продаж "Заказ окон" из шести стадий (Рис. 111):

1. Заказ принят.
2. В работе у дизайнера.
3. Заказ в производстве.
4. Установка запланирована.
5. Установка произведена.
6. Акты получены.

Сохраним воронку нажатием на кнопку **Сохранить** на панели инструментов. Данные стадии будут использоваться при разработке бизнес-процесса обработки заказа и отражать шаги, по которым проходит заказ в компании.

Воронка продаж - Добавление записи

Название *

Стадии сделки *

Id	Название	Цвет	Сужение воронки (%)	Процесс
↑ ↓	Заказ принят	#0054a5		✎ ✕
↑ ↓	В работе у дизайнера	#0054a5		✎ ✕
↑ ↓	Заказ в производстве	#0054a5		✎ ✕
↑ ↓	Установка запланирована	#0054a5		✎ ✕
↑ ↓	Установка произведена	#0054a5		✎ ✕
↑ ↓	Акты получены	#0054a5		✎ ✕

+ Добавить стадию

Рис. 111. Настройка воронки продаж

Создадим **Тип сделки** и выберем созданную **Воронку продаж** для него. Сохраним тип сделки нажатием кнопки **Сохранить** на панели инструментов (Рис. 112).

Тип сделки - Добавление записи

Название *

Воронка продаж ✕ + 🔍 ▼

Процессы доступные для запуска ▼

Рис. 112. Создание типа сделки

Создадим два элемента в справочнике **Тип документа клиента**: "Паспорт РФ" и "Иной документ" (Рис. 113).

Рис. 113. Справочник "Тип документа"

На этом настройка стандартных справочников закончена.

4.1.4. Работа с базой адресов ФИАС

В системе ELMA предусмотрена возможность интеграции с [базой адресов ФИАС](#) (Федеральная информационная адресная система). **ФИАС** – это унифицированный, открытый, регулярно обновляемый адресный классификатор, содержащий в себе информацию об адресных объектах и объектах недвижимости, которые располагаются на них. Компании используют ФИАС для быстрого и корректного ввода адресов контрагентов.

[Загрузка адресной базы](#) (Рис. 114) осуществляется с официального сайта Федеральной налоговой службы со страницы Федеральной информационной адресной системы, при этом доступны несколько форматов, нам понадобится БД в формате **.xml**.

Описание форматов выгрузки

- Сведения о составе информации Федеральной информационной адресной системы
- Сведения о составе информации Федеральной информационной адресной системы (сведения до 09 июня 2016 года)
- XSD схемы выгрузки БД ФИАС в формате XML
- XSD схемы выгрузки БД ФИАС в формате XML (схемы действовали до 09 июня 2016 года)
- Описание службы получения обновлений

Выгрузка информации из государственного адресного реестра осуществляется 2 раза в неделю.

Чтобы поддерживать базу в актуальном состоянии, рекомендуем обновлять ее не реже, чем раз за неделю.

Версия	Обновление ФИАС	Полная БД ФИАС	БД в формате КЛАДР 4.0			
DBF	XML	DBF	XML	ARJ	7z	
БД ФИАС от 08.10.2018	fias_delta_dbf.rar (размер 431 402 893 байт)	fias_delta_xml.rar (размер 404 445 935 байт)	fias_dbf.rar (размер 5 793 441 414 байт)	fias_xml.rar (размер 7 996 391 053 байт)	Base.arj (размер 57 870 300 байт)	Base.7z (размер 41 237 237 байт)
БД ФИАС от 04.10.2018	fias_delta_dbf.rar (размер 24 034 222 байт)	fias_delta_xml.rar (размер 26 339 953 байт)	fias_dbf.rar (размер 5 804 476 332 байт)	fias_xml.rar (размер 7 985 111 585 байт)	Base.arj (размер 57 829 255 байт)	Base.7z (размер 41 203 065 байт)
БД ФИАС от 01.10.2018	fias_delta_dbf.rar (размер 24 638 867 байт)	fias_delta_xml.rar (размер 27 728 570 байт)	fias_dbf.rar (размер 5 739 434 957 байт)	fias_xml.rar (размер 7 922 607 154 байт)	Base.arj (размер 57 739 767 байт)	Base.7z (размер 41 148 557 байт)

Рис. 114. Страница загрузки архивов ФИАС на сайте налоговой службы РФ

База данных ФИАС, как правило, имеет большой размер (около 6-15 ГБ), т.е. перед ее загрузкой необходимо убедиться в наличии данного объема свободного места на жестком диске сервера (Рис. 115).

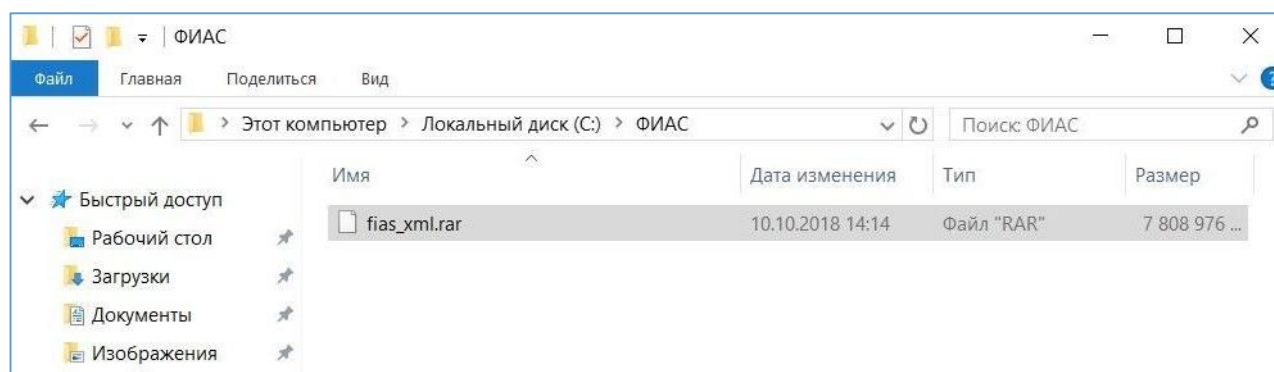


Рис. 115. Файл с архивом адресной базы

Скачанный архив нужно разархивировать (Рис. 116).

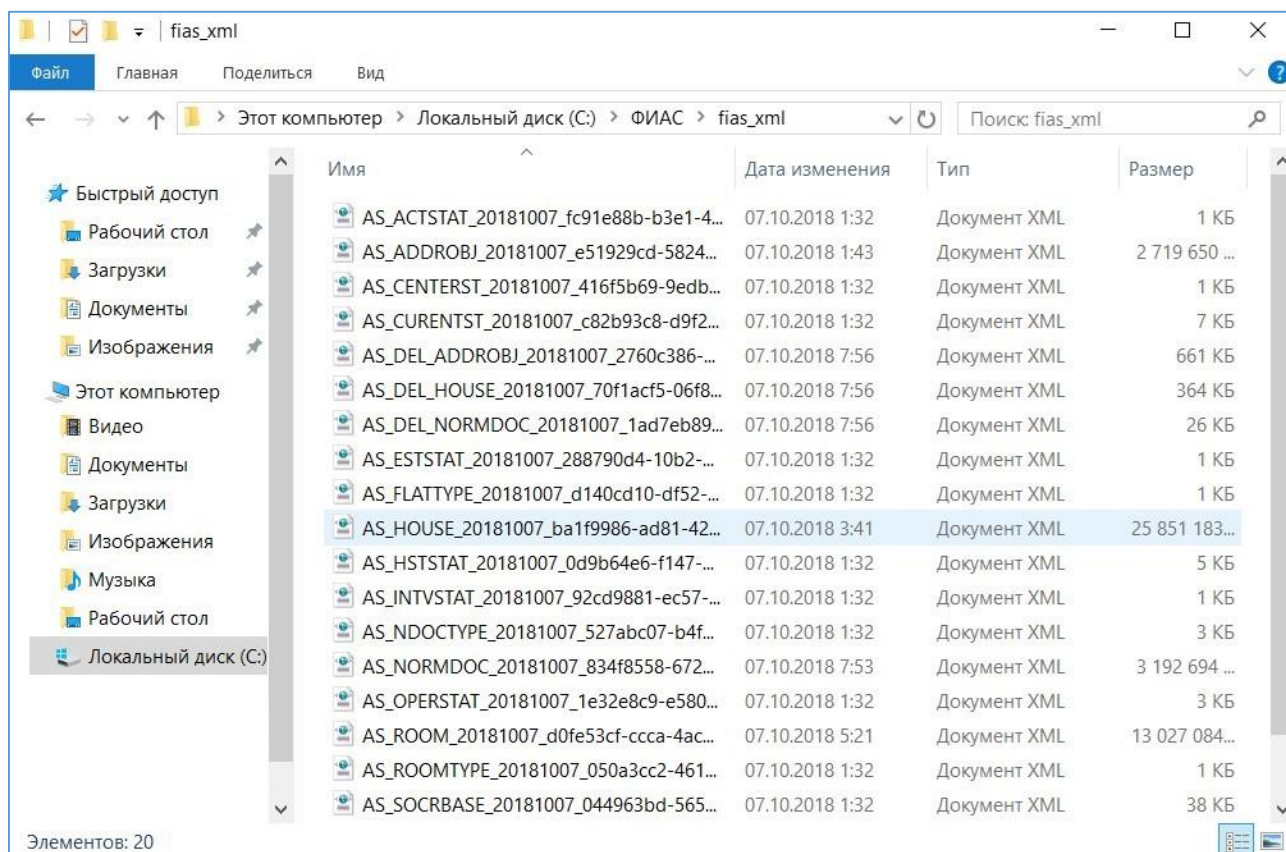


Рис. 116. База ФИАС после распаковки архива

Перенесём данные файлы в папку конфигурации (Рис. 117). Для этого перейдём в папку конфигурации ELMA (путь по умолчанию – **../<Общая папка с файлами системы ELMA>/UserConfig**) и создадим выделенную папку **FIAS**. Это название системное, его нельзя изменять.

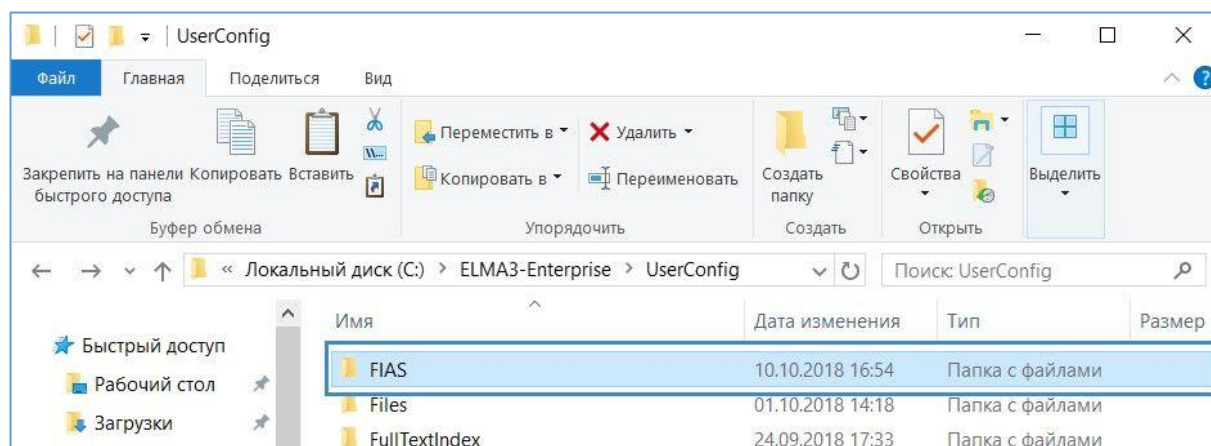


Рис. 117. Создание папки для адресной базы

После этого перенесём файлы из архива в созданную папку.

Для корректной работы адресной базы ФИАС в системе должен быть установлен и активирован компонент **Провайдер адресов ФИАС (Россия)**. Этот компонент

входит в базовую поставку системы ELMA и по умолчанию установлен, но в некоторых случаях (например, при активации дополнительных лицензий) данный компонент может быть не установлен. Для проверки статуса данного компонента необходимо перейти в раздел **Администрирование – Система – Компоненты**, в списке компонентов системы будет отображен данный провайдер и его статус. Если этот компонент не установлен, то потребуются его ручная установка. Подробно о работе с компонентами системы см. в [справке по системе ELMA](#).

Для настройки адресной базы контрагентов необходимо пройти в раздел **Администрирование – Работа с клиентами – Настройки адресной базы контрагентов** и перейти по ссылке Российская Федерация – база адресов ФИАС.

На открывшейся странице будет отображено уведомление о необходимости проверки наличия загруженной БД ФИАС в папке конфигурации системы, а также панель **Общие настройки модуля** (Рис. 118).

Рис. 118. Страница "Настройки базы ФИАС"

В настройках модуля можно определить возможность выбора адресных элементов только из загруженной базы ФИАС (смогут пользователи вводить отсутствующие адреса вручную или нет), а также возможность ручного сохранения записей в базу адресов (добавленные пользователями записи будут сохраняться в базе ФИАС или только в блоке **Адреса** контрагента).

Для запуска процедуры импорта базы ФИАС из папки конфигурации системы необходимо нажать на кнопку **Импорт**. Если база ФИАС располагается в требуемой папке, то процедура импорта будет запущена, в противном случае, система выведет уведомление об отсутствии базы в указанном каталоге. Процедура импорта длится

около 30 минут, необходимо дождаться ее завершения. При успешном завершении импорта на странице **Настройка базы ФИАС** будет отображено соответствующее уведомление. Подробнее о настройке провайдера адресов ФИАС см. [в справке по системе ELMA](#).

Также стоит отметить, что для упрощения работы с адресной базой ФИАС в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Выбор страны по умолчанию** в выпадающем списке необходимо установить значение **Российская Федерация**.

В результате этих действий дальнейшее заполнение полей адреса контрагента (в блоке **Адреса**) происходит последовательно: **Страна → Регион → Район → Город → Населенный пункт → Микрорайон → Улица** и т.д. Значения в выпадающих списках полей отображаются в зависимости от значений, выбранных в предыдущих полях (Рис. 119).

Рис. 119. Заполнение адреса контрагента с использованием ФИАС

При просмотре карточки контрагента заполненный данным образом адрес выглядит следующим образом (Рис. 120):

Юридический адрес	Почтовый адрес
426000, Российская Федерация, Удмуртская Респ, г. Ижевск, ул. Удмуртская, д. 246, корп. а	426000, Российская Федерация, Удмуртская Респ, г. Ижевск, ул. Удмуртская, д. 246, корп. а

БАНК	ОАО "Банк"	ОГРН	1025700517292
БИК	044583151	КПП	775001001
П/С	40702810638050013199	ИНН	7707056547
К/С	30101810700000000781		

Рис. 120. Карточка контрагента. Вкладка "Реквизиты"

Подробнее о порядке создания адреса контрагента с помощью элементов базы ФИАС см. в [справке по системе ELMA](#).

4.2. Бизнес-процесс продажи

Для начала настройки бизнес-процесса потребуется **Оргструктура**, включающая следующие должности (Рис. 121):

- менеджеры по продажам;
- дизайнеры;
- руководитель производства;
- установщики;
- секретарь (документовед).

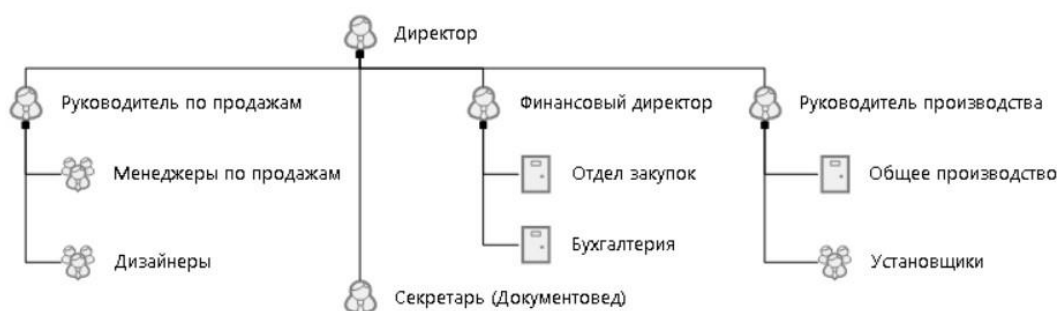


Рис. 121. Пример организационной структуры для сценария "Быстрые продажи"

Подробно этап создания и настройки **Оргструктуры** описан в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#) и [справке по системе ELMA](#).

Созданную **Оргструктуру** для дальнейшей работы в веб-приложении ELMA необходимо опубликовать (см. Рис. 21).

4.2.1. Создание бизнес-процесса продажи

Рассмотрим процедуру формирования процесса быстрых продаж. Настройка бизнес-процесса будет поэтапной. Сначала будет настроена общая логика, затем добавлены свойства и специальные блоки управления объектами CRM.

После моделирования в Дизайнере ELMA карта процесса будет выглядеть следующим образом (Рис. 122):

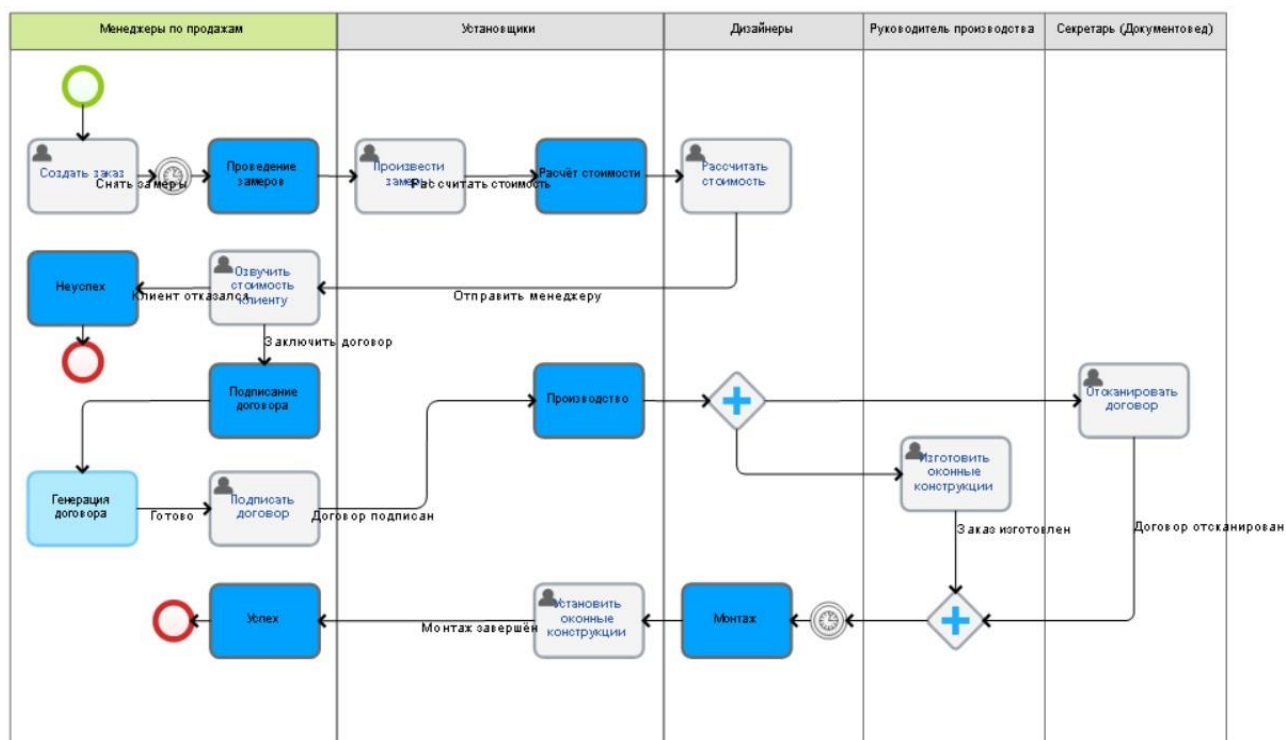


Рис. 122. Общий вид смоделированного процесса быстрых продаж

Создание и настройка процесса происходит на вкладке **Процессы** Дизайнера ELMA. Создание новых бизнес-процессов осуществляется с использованием мастера создания процесса. Для его открытия нажмём на кнопку **Добавить** на панели инструментов вкладки **Процессы** (Рис. 123).

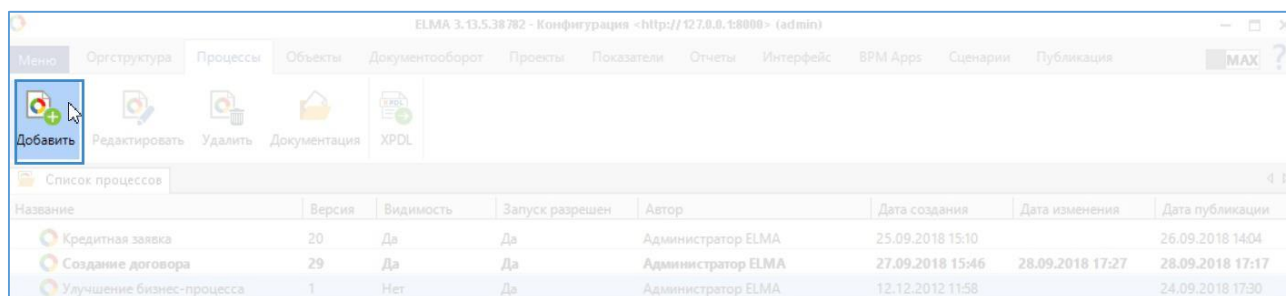


Рис. 123. Кнопка добавления нового бизнес-процесса

На первом шаге открывшегося мастера введём название бизнес-процесса "Выполнение заказа" (Рис. 124). В поле **Группа процессов** можно создавать группы (папки) и добавлять в них процессы. Это используется, например, для удобства сортировки процессов по областям применения. Данные на панелях ниже заполнять не нужно.

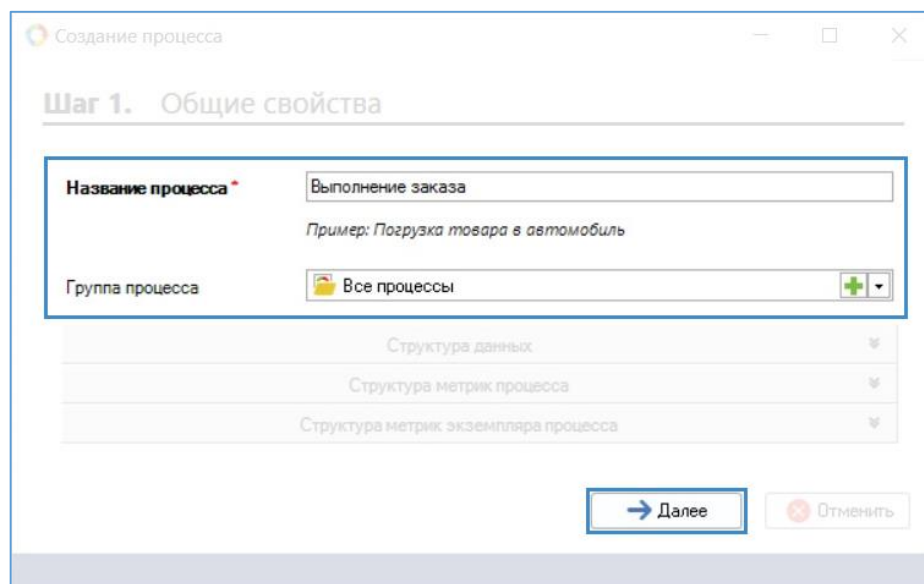


Рис. 124. Первый шаг мастера создания бизнес-процесса

4.2.2. Настройка зон ответственности

На втором шаге мастера из элементов оргструктуры создаются будущие зоны ответственности бизнес-процесса. Для добавления позиции в список зон ответственности выделим требуемую вершину в дереве оргструктуры и нажмём на кнопку **Перенести** (Рис. 125).

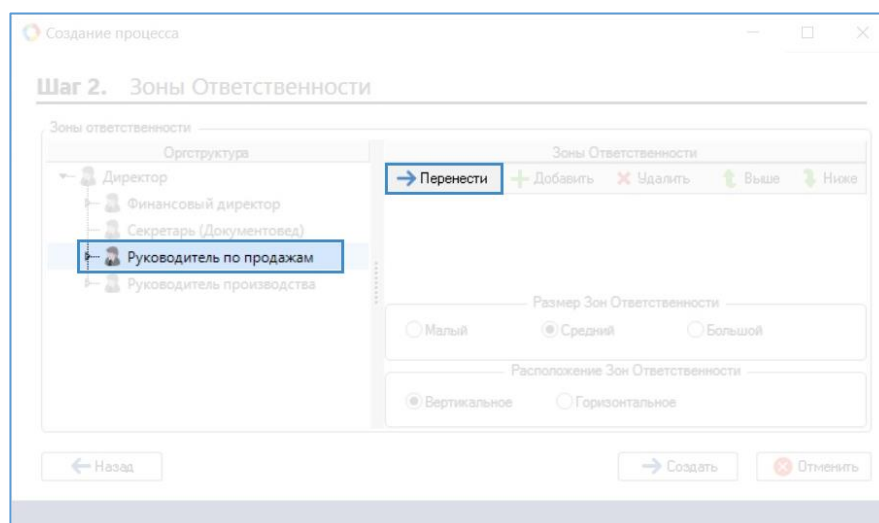


Рис. 125. Добавление элемента в список зон ответственности

Добавим в список следующие зоны ответственности:

- Менеджеры по продажам;
- Дизайнеры;
- Руководитель производства;
- Установщики;

- Секретарь (документовед).

После формирования полного списка завершим работу с мастером, нажав на кнопку **Создать** (Рис. 126).

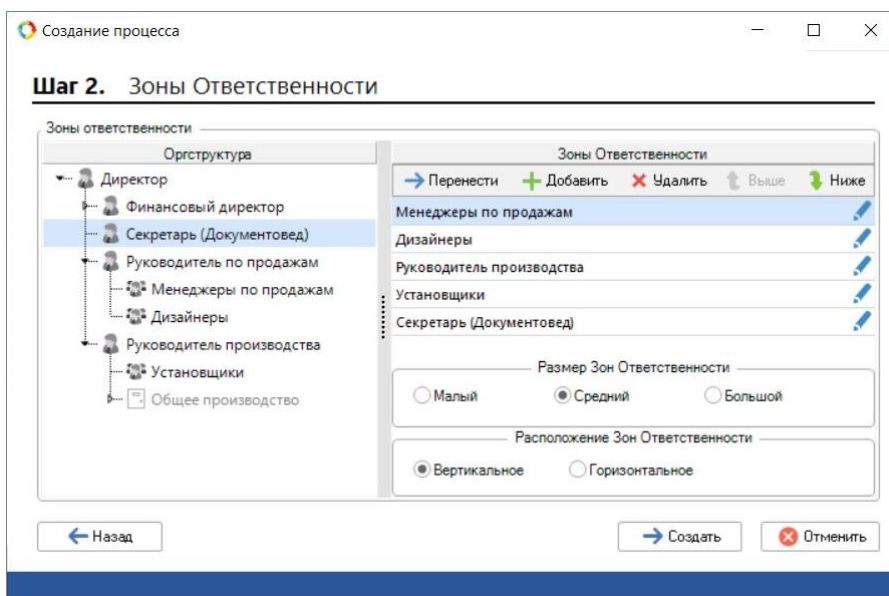


Рис. 126. Второй шаг мастера создания бизнес-процесса

После закрытия мастера Дизайнер ELMA автоматически запустит режим редактирования графической модели бизнес-процесса (Рис. 127).

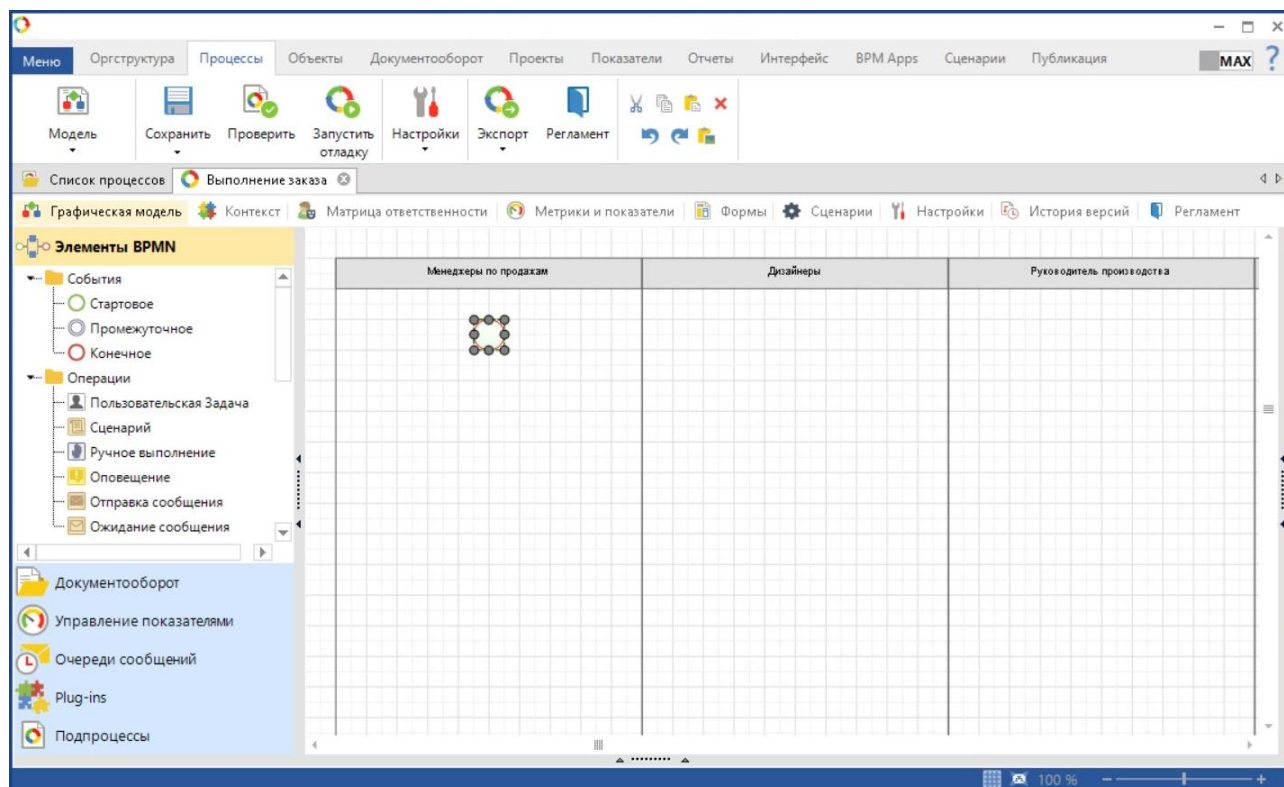


Рис. 127. Общий вид вкладки "Графическая модель" при редактировании бизнес-процесса

Перед стартом создания процесса необходимо настроить зоны ответственности. Для менеджеров по продажам нужно настроить динамическую зону ответственности, для остальных зон – статическую. Подробнее об использовании и настройке зон ответственности можно прочитать в соответствующих разделах [Краткого руководства по Платформе ELMA BPM](#) и в [справке по системе](#).

4.2.3. Настройка контекста бизнес-процесса

Начнём создавать основную цепочку операций бизнес-процесса – пользовательских задач, плагинов, шлюзов и переходов, благодаря которым бизнес-процесс будет работать последовательно и предсказуемо. Принципы моделирования бизнес-процессов описаны в соответствующем разделе [Краткого руководства по Платформе ELMA BPM](#) и в [справке по системе](#).

Создадим цепочку шагов, состоящих из пользовательских задач со следующими темами в требуемых зонах ответственности:

1. Создать заказ (Менеджеры по продажам).
2. Произвести замеры (Установщики).
3. Рассчитать стоимость (Дизайнеры).
4. Подписать договор (Менеджеры по продажам).
5. Отсканировать договор (Секретарь).
6. Изготовить оконные конструкции (Руководитель производства).
7. Установить оконные конструкции (Установщики).

Расставим задачи в Дизайнере ELMA в зонах ответственности так, как это сделано на рисунке ниже (Рис. 128):

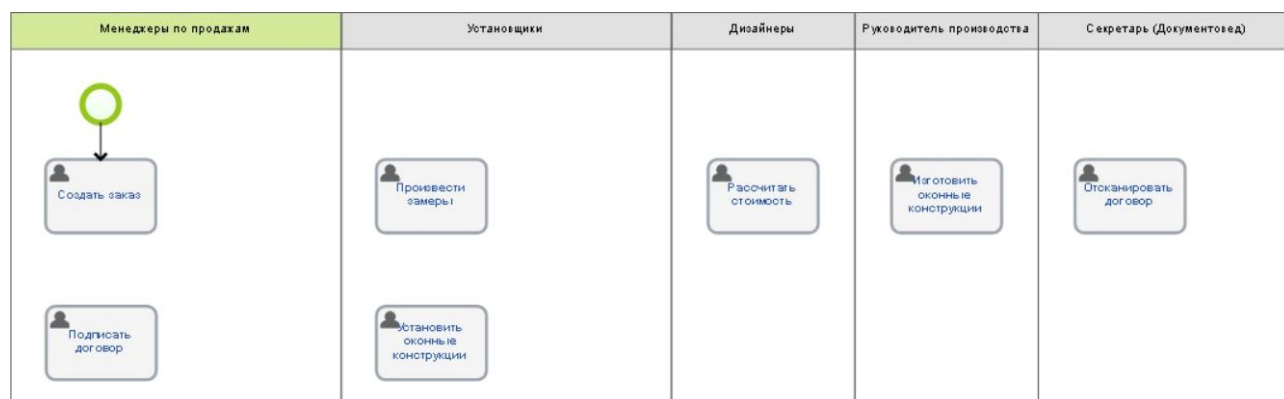


Рис. 128. Расстановка пользовательских задач процесса в зонах ответственности

На следующем шаге настройки создадим контекст бизнес-процесса – массив свойств в задачах, которые будут использоваться в ходе работы. Подробнее о работе с контекстом можно прочитать в разделе **Контекст бизнес-процесса** [Краткого руководства по Платформе ELMA BPM](#).

Ниже приведён список необходимых в текущем бизнес-процессе контекстных переменных (Рис. 129).

Отображаемое имя	Имя свойства	Тип	Поиск	Входно	Выходно
Базовые свойства					
Заказ	Order	Сделка (Объект)	☒	☐	☐
Клиент	Client	Физическое лицо (Объект)	☒	☒	☐
Дата замера	SampleDate	Дата / время	☐	☐	☐
Дата установки	InstallationDate	Дата / время	☐	☐	☐
Дизайнеры	Designers	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Менеджеры по продажам	Salesforce	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Руководитель производства	ManufacturingExecutive	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Установщики	Installers	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Секретарь (Документовед)	Secretary	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Описание заказа	OrderDescription	Строка	☐	☐	☐
Акты выполненных работ	ReportsOfCompletion	Вложение (Объект)	☐	☐	☐
Замеры	Samples	Вложение (Объект)	☐	☐	☐
Смета	CostSheet	Вложение (Объект)	☐	☐	☐
Оплата заказа	OrderPayment	Деньги	☐	☐	☐
Дизайн-проект	DesignProject	Вложение (Объект)	☐	☐	☐
Скан договора	ContractScan	Вложение (Объект)	☐	☐	☐
Статус экземпляра процесса	WorkflowInstanceStatus	Выпадающий список	☒	☐	☐
Документ договора	ContractDocument	Файл	☐	☐	☐
Предварительная стоимость	InitialCost	Деньги	☐	☐	☐
Дата создания заказа	InstanceStartDate	Дата / время	☐	☐	☐

Рис. 129. Список контекстных переменных для работы над процессом "Выполнение заказа"

Отметим, что последнее свойство **Дата создания заказа** необходимо для дальнейшей работы с формированием названий экземпляров бизнес-процессов (см. Раздел 4.2.4) и генерацией шаблона документа (см. Раздел 4.3). В настройках свойства нужно указать **Тип свойства – Дата/время** и установить флажок **Устанавливать текущую** (Рис. 130).

The screenshot shows a window titled "Настройки свойства" (Property Settings) with three tabs: "Общие" (General), "Дополнительно" (Advanced), and "Документация" (Documentation). The "Общие" tab is active. It contains the following fields and options:

- Отображаемое имя ***: A text field containing "Дата создания заказа". Below it is a hint: "Имя свойства на Вашем языке. В имени могут использоваться любые символы."
- Тип ***: A dropdown menu set to "Дата / время". To its right is a red 'X' icon and a small downward arrow.
- Показывать**: Two checkboxes, "Дату" (checked) and "Время" (unchecked).
- Устанавливать текущую**: A checkbox that is checked.

Рис. 130. Настройка свойства "Дата создания заказа"

Перейдём к настройке контекстных переменных пользовательских задач. Рассмотрим их настройку на примере первой задачи "Создать заказ". Добавим в эту

задачу ранее созданные переменные **Дата создания заказа**, **Клиент**, **Дата Замера** и **Описание заказа**. Первые две переменные отметим флажками **Только для чтения**, вторые две – **Обязательная для заполнения**. (Рис. 131).

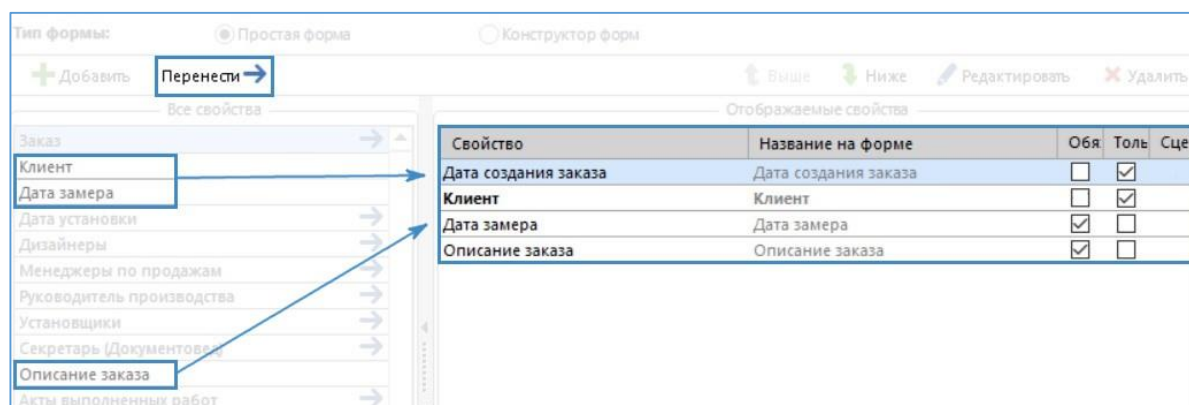


Рис. 131. Настройка свойств пользовательской задачи "Создать заказ"

Кроме того, создавать и настраивать контекстные переменные пользовательских задач можно при помощи конструктора форм. Так можно наглядно увидеть, как свойства будут отображаться в карточке задачи в веб-приложении (Рис. 132).

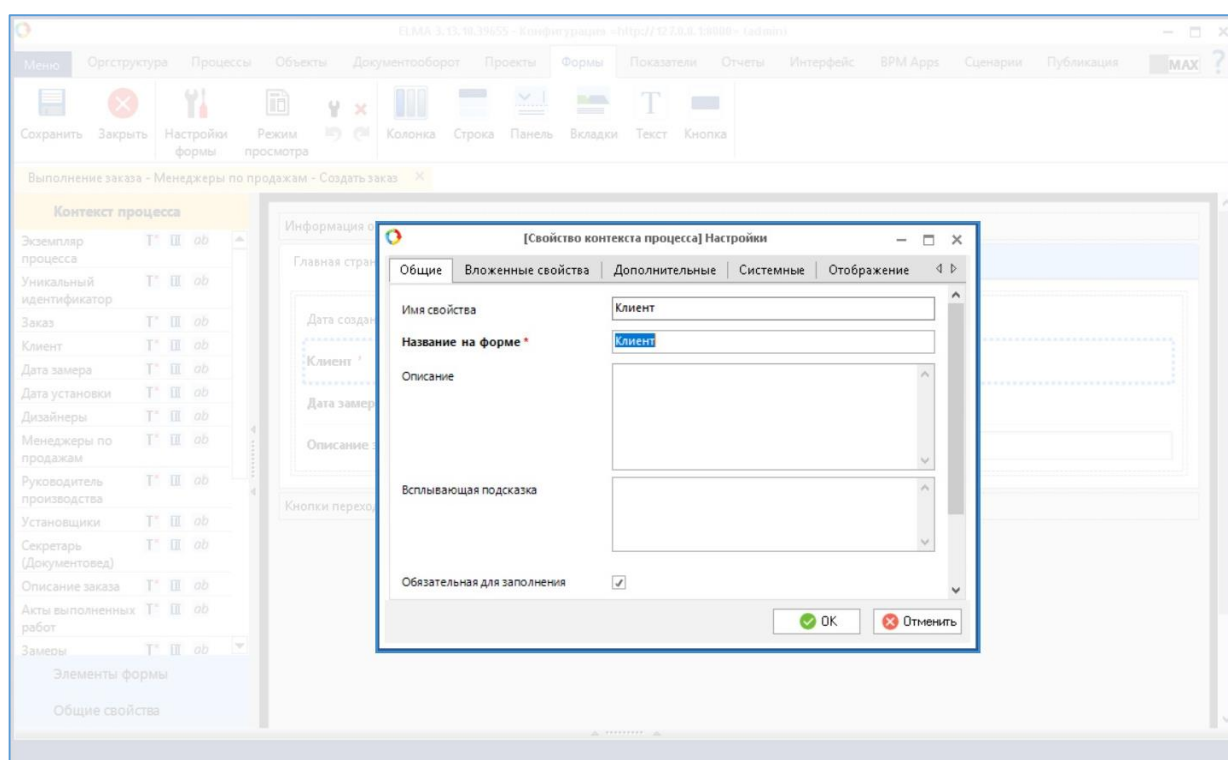


Рис. 132. Окно настройки контекста процесса в конструкторе форм

По такому же принципу заполним **Отображаемые свойства** во всех задачах.

Ниже приведены необходимые наборы свойств для каждой из задач бизнес-процесса (Рис. 133 – Рис. 139).

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Клиент	Клиент	☐	☒	
Почтовый адрес	Почтовый адрес	☐	☒	
Телефоны	Телефоны	☐	☒	
Дата замера	Дата замера	☐	☒	
Замеры	Замеры	☒	☐	

Рис. 133. Настройка свойств пользовательской задачи "Произвести замеры"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Замеры	Замеры	☐	☒	
Дизайн-проект	Дизайн-проект	☒	☐	
Смета	Смета	☒	☐	
Предварительная стоимость	Предварительная стоимость	☒	☐	

Рис. 134. Настройка свойств пользовательской задачи "Рассчитать стоимость"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Клиент	Клиент	☐	☒	
Телефоны	Телефоны	☐	☒	
Смета	Смета	☐	☒	

Рис. 135. Настройка свойств пользовательской задачи "Озвучить стоимость клиенту"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Клиент	Клиент	☐	☒	
Смета	Смета	☐	☒	
Документ договора	Документ договора	☐	☒	
Дата установки	Дата установки	☒	☐	
Оплата заказа	Оплата заказа	☒	☐	

Рис. 136. Настройка свойств пользовательской задачи "Подписать договор"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Скан договора	Скан договора	☒	☐	

Рис. 137. Настройка свойств пользовательской задачи "Отсканировать договор"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Замеры	Замеры	☐	☒	
Дизайн-проект	Дизайн-проект	☐	☒	
Дата установки	Дата установки	☐	☒	

Рис. 138. Настройка свойств пользовательской задачи "Изготовить оконные конструкции"

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Клиент	Клиент	☐	☒	
Почтовый адрес	Адрес	☐	☒	
Дата установки	Дата установки	☐	☒	
Акты выполненных работ	Акты выполненных работ	☒	☐	

Рис. 139. Настройка свойств пользовательской задачи "Установить оконные конструкции"

На текущем этапе определим последовательность задач и условия переходов к ним. Для этого воспользуемся:

- **Переходами** – они необходимы для указания последовательности операций;
- промежуточными событиями с триггером **Таймер** для приостановки процесса до достижения определённого времени;
- **Параллельными шлюзами**, необходимыми для запуска процесса по нескольким маршрутам одновременно;
- промежуточным событием **Конечное** для обозначения завершения экземпляра процесса.

На текущем этапе графическая модель процесса выглядит следующим образом (Рис. 140):

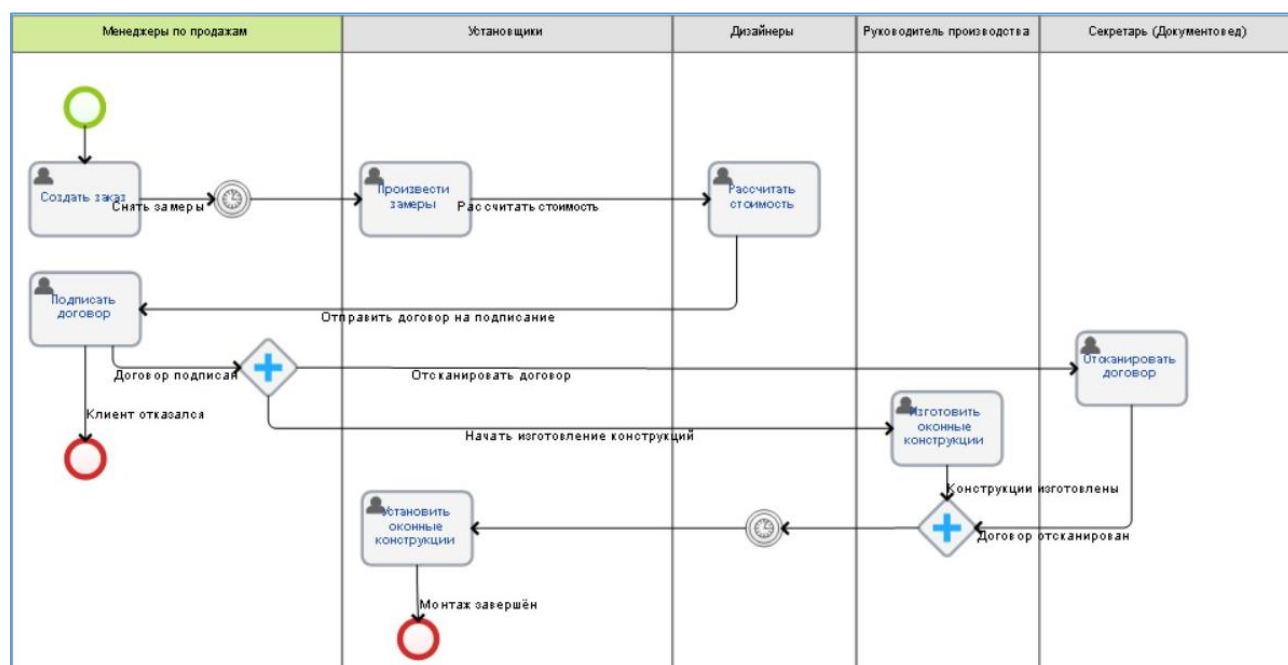


Рис. 140. Графическая модель процесса "Выполнение заказа"

Выше мы смоделировали процесс, который охватывает все этапы работы с заявкой клиента: от её регистрации до завершения сделки (монтажа оконных

конструкций). Далее перейдем к тонкой настройке процесса, чтобы по нему можно было получать аналитическую информацию.

4.2.4. Формирование наименования экземпляров

После настройки контекста сформируем правила именования экземпляров бизнес-процесса для их автоматической генерации при каждом запуске процесса.

В окне моделирования процесса нажмем на выпадающее меню кнопки **Настройки – Наименование экземпляров**. В открывшемся окне выберем переключатель **Шаблон** и в подменю **Вставить переменную** укажем дату создания заказа (свойство **Дата создания заказа**), а также имя и фамилию клиента (свойство **Клиент – Наименование**).

После добавления свойства из контекста добавим в поле **Шаблон** "Заказ от {\$Context.InstanceStartDate} с {\$Context.Client.Name}" (Рис. 141):

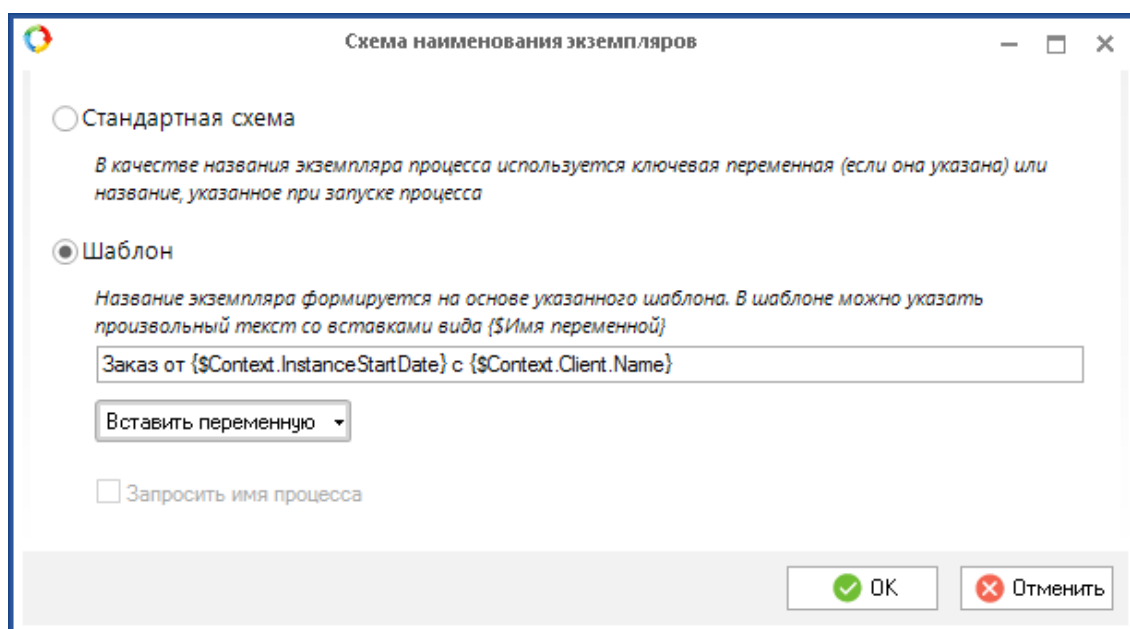


Рис. 141. Итоговый вид шаблона наименования экземпляра

На этом настройка наименования экземпляров закончена.

4.2.5. Отображение прогресса работы над заказом

Для отражения прогресса работы над заказом может использоваться фиксация изменений через смену статусов экземпляра процесса или через смену стадий сделки.

В нашем примере ниже мы используем первый вариант – смену статусов экземпляра процесса.

4.2.5.1. Настройка статусов экземпляра процесса

Статусы экземпляра процесса помогают отслеживать этапы выполнения процессов, а также позволяют искать по ним экземпляры процессов (например, все заказы, находящиеся на этапе проведения замеров, т.е. с этим статусом).

В нашем процессе "Выполнение заказа" настроим автоматическое изменение статуса экземпляра процесса.

В первую очередь необходимо определить этапы работ по процессу и создать соответствующие статусы. Для этого в окне моделирования процесса нажмем на выпадающее меню кнопки **Настройки – Статусы экземпляров** (Рис. 142).

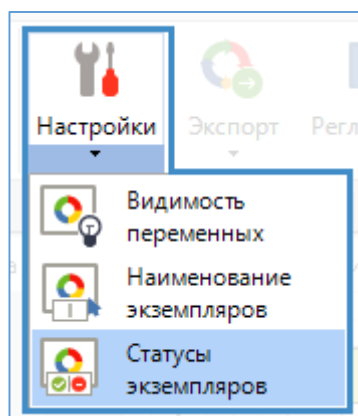


Рис. 142. Переход в настройки статусов экземпляра процесса

В появившемся окне необходимо создать новую переменную, используемую для определения и хранения статуса экземпляра процесса, с помощью кнопки **Добавить переменную** (при добавлении контекстной переменной используем настройки по умолчанию) и настроить наименования статусов. Необходимо поочерёдно указать все возможные статусы экземпляров моделируемого процесса. Также выберем действие при прерывании процесса – **Обнулить статус**. Для этого в нижней части окна нажмем на кнопку **Выбрать действие** (Рис. 143).

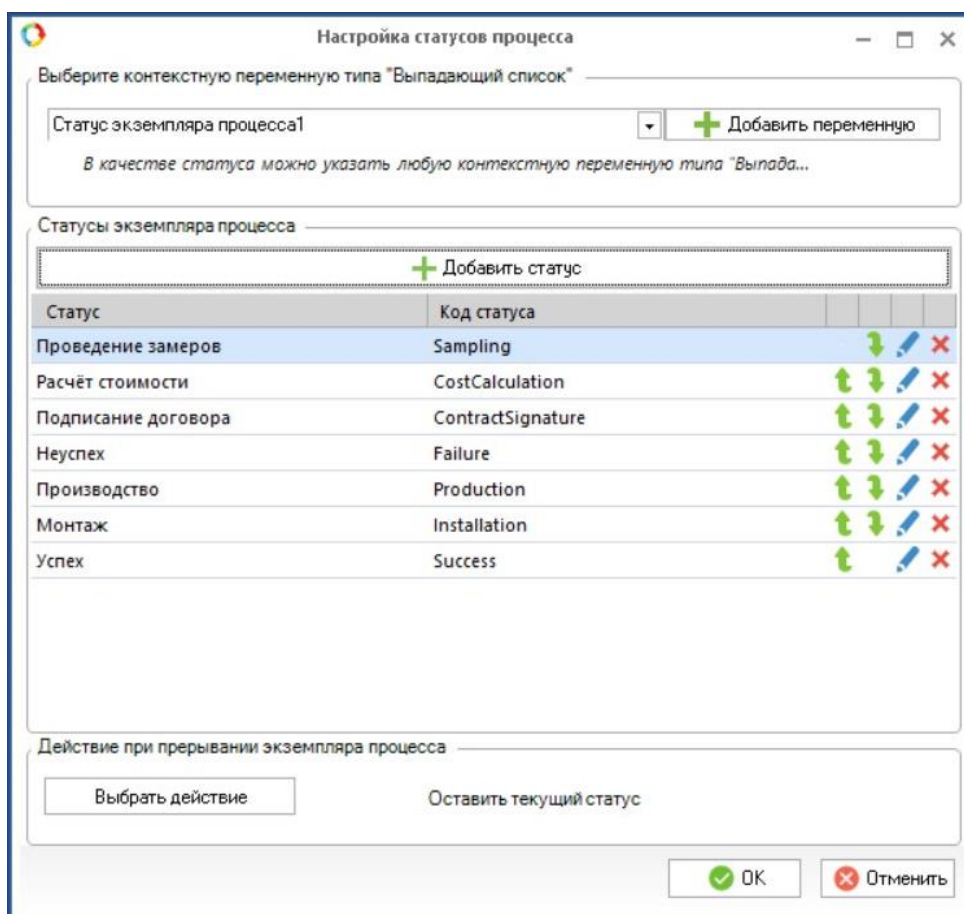


Рис. 143. Настройка и наименование статусов экземпляров процесса

Далее на графической модели процесса необходимо расставить плагины **Смена статуса экземпляра процесса** в тех местах графической модели процесса, где начинается новый этап работ.

Эта операция находится на боковой панели элементов Дизайнера ELMA в блоке **Plug-ins** (Рис. 144).

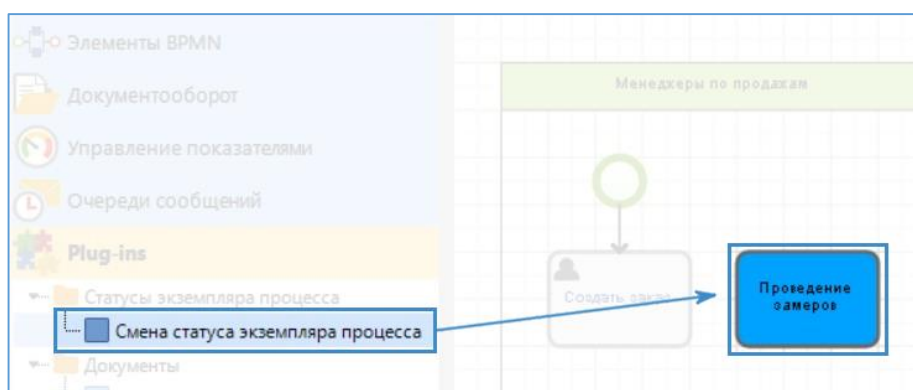


Рис. 144. Перетаскивание плагина на графическую модель процесса

Двойным нажатием левой кнопкой мыши на плагин перейдём к его настройке. Изменим название (для читаемости и сохранения логики модели процесса лучше

всего указать тот статус, на который переходит процесс в данной операции) и переходим на вкладку **Настройки**. В выпадающем списке выбираем **Статус**, в который нужно перевести экземпляр процесса при прохождении этого элемента. Подтвердим действие нажатием на кнопку **ОК**. (Рис. 145)

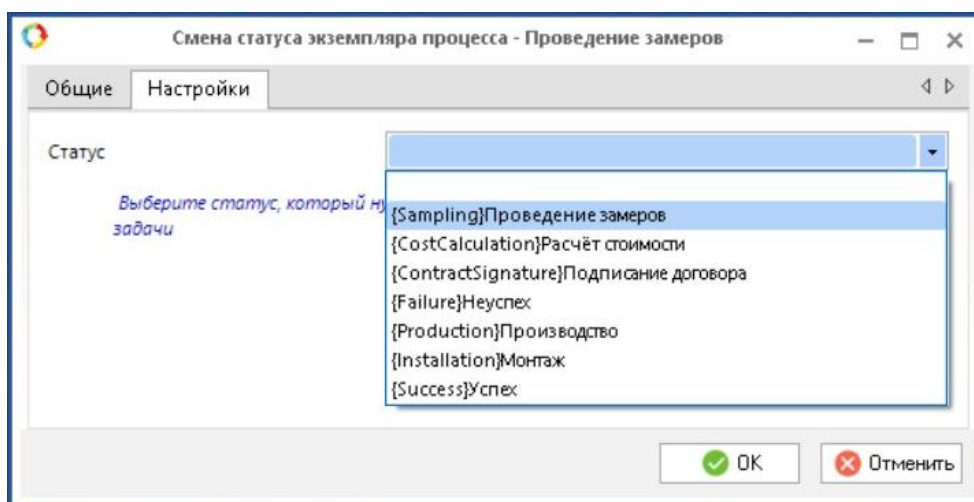


Рис. 145. Смена статуса экземпляра процесса в окне настроек плагина

По описанному принципу необходимо распределить статусы по всем размещённым в модели плагинам соответственно.

После публикации бизнес-процесса и его запуска в веб-приложении ELMA можно отслеживать прогресс выполнения экземпляра процесса по статусам на странице **Монитора процессов** на панели **Отображение по статусам** (Рис. 146).

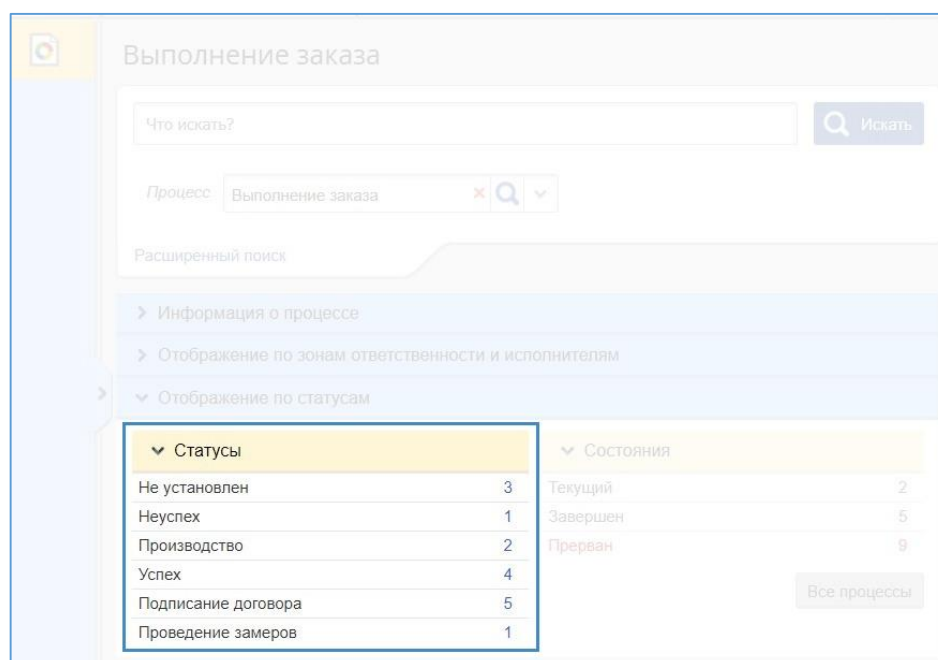


Рис. 146 Страница монитора процесса. Панель "Отображение по статусам"

4.2.5.2. Создание и изменение сделки в процессах

Ещё одним вариантом отслеживания прогресса работ является использование объекта **Сделка**. Ниже рассмотрим пример процесса, смоделированного с использованием плагинов для работы со сделками.

Для отражения прогресса работы над заказом следует вносить изменения в созданный экземпляр объекта **Сделка**, указанный в контексте бизнес-процесса как поле "Заказ". В случае сложных продаж изменения в сделке производятся менеджером вручную, но при автоматизации с помощью бизнес-процесса удобнее использовать готовые блоки для создания и изменения данного объекта. Данные элементы находятся в левом меню Дизайнера ELMA в разделе **Процессы** в блоке **Plug-ins – Пользовательские расширения – CRM Expert** (Рис. 147).

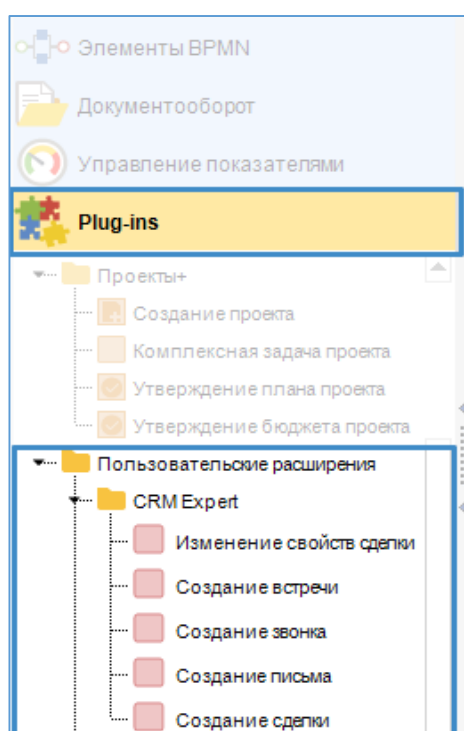


Рис. 147. Plug-ins – Пользовательские расширения – CRM Expert

Бизнес-процесс будет запускаться с карточки физического лица, и первое, что требуется сделать в рамках процесса, – создать новую сделку автоматически. Для этого перенесём с палитры блоков на графическую модель элемент **Создание сделки** (Рис. 148). Он находится в блоке **Plug-ins** папки **Пользовательские расширения**.

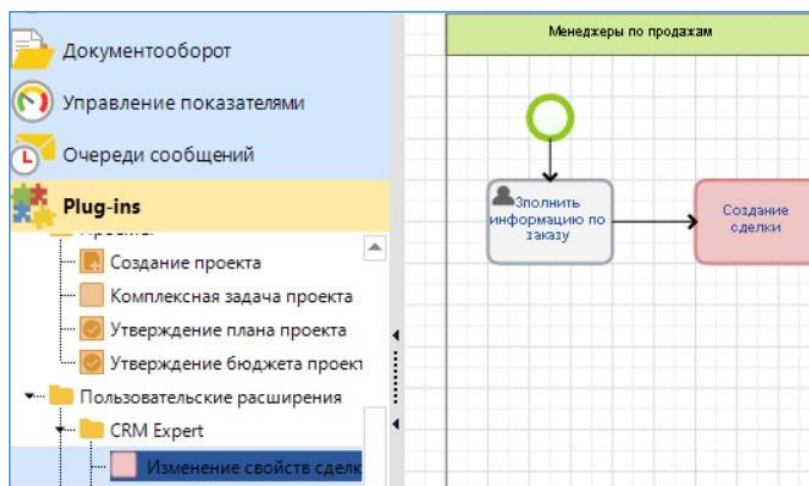


Рис. 148. Добавление плагина "Создание сделки" на графическую модель процесса

Откроем окно настройки пользовательского расширения **Создание сделки** двойным нажатием по нему левой кнопкой мыши и укажем на вкладке **Входные/выходные атрибуты** соответствующие переменные (Рис. 150). Для создания сделки передадим в блок следующие параметры:

- **Наименование** – введём фиксированное значение "Установка окон";
- **Тип сделки** – введём id=1 (идентификатор можно узнать в веб-приложении, зайдя в карточку типа сделки – это последнее число в адресной строке браузера) (Рис. 149), нажмём **Проверка**, найдём таким образом созданный ранее тип сделки;
- **Контрагент** – укажем свойство **Клиент** из **Контекста** бизнес-процесса;
- **Ответственный** – свойство Менеджер.

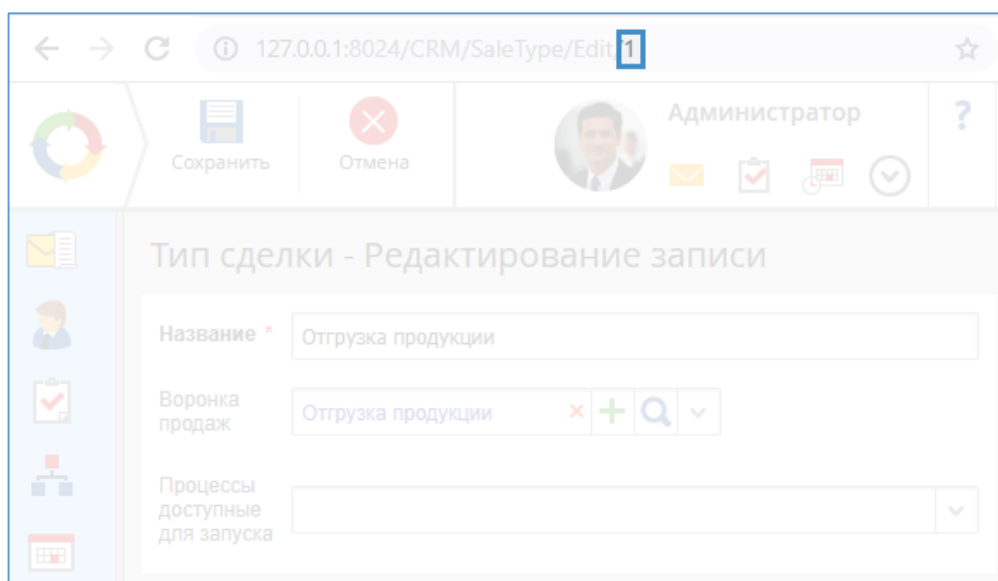


Рис. 149. Идентификатор типа сделки

В списке **Выходные переменные** единственная запись – **Сделка**, укажем свойство **Заказ**.

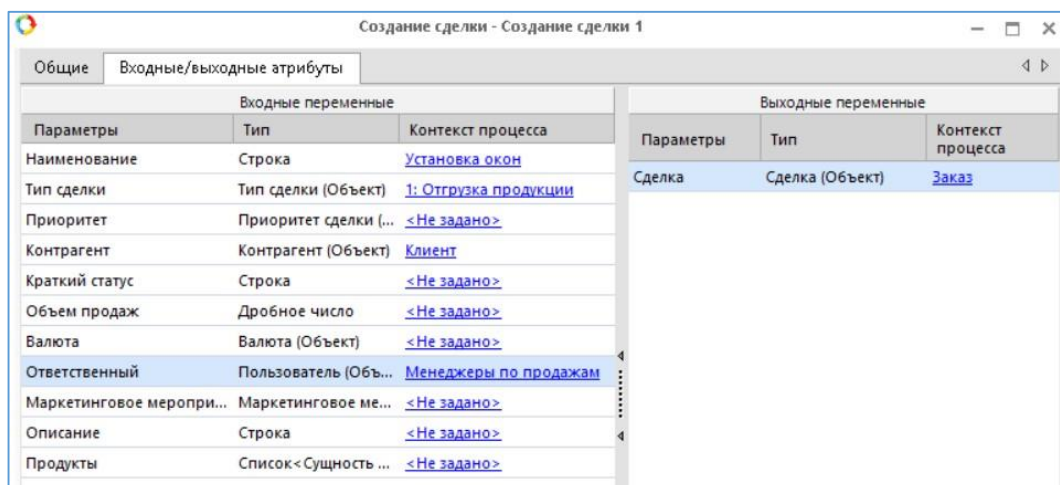


Рис. 150. Настройка параметров блока "Создание сделки"

Следующая операция – **Изменение свойств сделки**, с его помощью изменим стадию на нужных этапах. В операцию передаются переменные:

- **Сделка** – свойство **Заказ** из **Контекста** бизнес-процесса;
- **Статус сделки** – значение "Активна" для всех шагов, кроме заключительных;
- **Стадия сделки** – здесь указание идёт через идентификатор **Стадии сделки**. Идентификатор стадии сделки можно увидеть в окне настройки **Воронки продаж** и выставить его в интерфейсе указания значения параметра (Рис. 151).

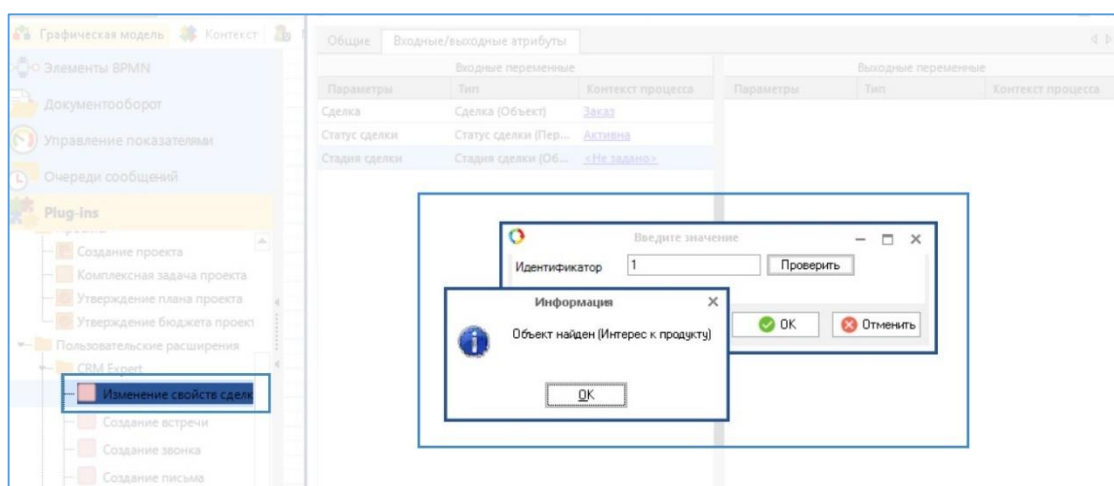


Рис. 151. Указание значения стадии сделки в параметрах блока "Изменение свойств сделки"

На завершающих этапах бизнес-процесса в аналогичном блоке укажем статусы **Сделки**: **Закрыто (успех)** и **Закрыто (неуспех)** (Рис. 152).

Изменение свойств сделки - Изменение свойств сделки 1			
Общие			
Входные/выходные атрибуты			
Входные переменные			
Параметры	Тип	Контекст процесса	Параметры
Сделка	Сделка (Объект)	Заказ	
Статус сделки	Статус сделки (Пер...	Закрывается (успех)	
Стадия сделки	Стадия сделки (Об...	4: Оплата	

Рис. 152. Настройка параметров блока "Изменение свойств сделки" на финальном этапе

Примерный итоговый вид **Графической модели** процесса будет таким, как на Рис. 153.

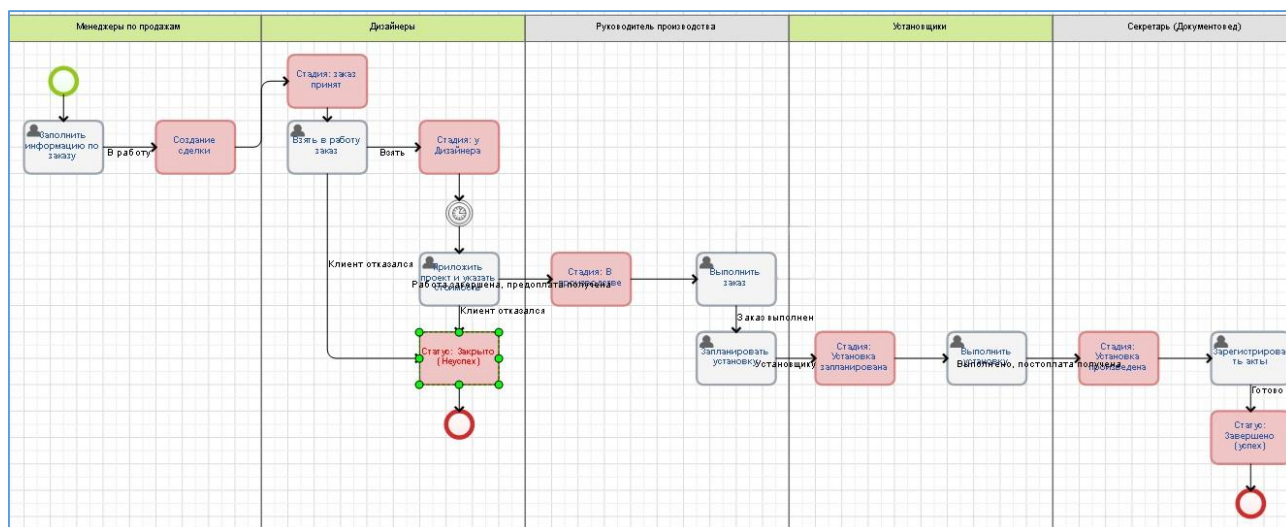


Рис. 153. Графическая модель процесса после настройки блоков для работы со сделкой

При использовании данного варианта процесса аналитику о статусах заказа можно получить в разделе **Работа с клиентами – Динамика сделок**. Работа с этим разделом подробно описана в Разделе 5.4.2.

4.3. Генерация документов

При работе с потоком заказов важно не допускать никаких ошибок в документах. Для этого может быть полезна функция генерации документов (файлов) по шаблону. В системе ELMA есть несколько путей для настройки генерации, но большинство из них входят в **приложение ELMA ECM+**. В настоящем примере воспользуемся блоком **Генерация документа**, входящим в базовую поставку **Платформы ELMA BPM**.

4.3.1. Работа с шаблонами

Сначала подготовим шаблон. Для этого в текстовом редакторе откроем существующий в компании, производящей окна, шаблон договора (Рис. 154).

Договор поставки пластиковых окон от _____

ООО «Лучшие окна», в лице директора Михаила Петровича Седова, действующего на основании Устава, с одной стороны и гражданин _____, именуемый в дальнейшем «Заказчик», с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Исполнитель обязуется изготовить по размерам, эскизам, количеству, согласно Приложению №1, которое является неотъемлемой частью настоящего договора, демонтировать и установить окна пластиковые с подоконниками и отливами (далее Окна), в помещении, расположенном по адресу: _____, а Заказчик обязуется принять изделия и оплатить их на условиях, установленных договором.

Рис. 154. Исходный файл шаблона договора

Заполним пропуски конструкциями переменных из языка описания шаблонов. Подробнее о генерации документов по шаблону можно прочитать в разделе **Создание документа по шаблону** [Краткого руководства по Приложению ELMA ECM+](#).

В шаблоне должны использоваться системные названия свойств, уже созданных в **Контексте**. Так, в нашем примере это бизнес-процесс – **InstanceStartDate**, который будет использоваться для обозначения даты договора, клиент – **Client**, адрес клиента – **Client.PostalAddress**.

Заполним поля для генерации:

- {\$InstanceStartDate} – дата запуска бизнес-процесса;
- {\$Client} – объект Физическое лицо;
- {\$Client.PostalAddress} – адрес Клиента.

Таким образом получим шаблон, готовый к использованию в бизнес-процессе (Рис. 155).

Договор поставки пластиковых окон от {\$InstanceStartDate}

ООО «Лучшие окна», в лице директора Михаила Петровича Седова, действующего на основании Устава, с одной стороны и гражданин {\$Client}, именуемый в дальнейшем «Заказчик», с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Исполнитель обязуется изготовить по размерам, эскизам, количеству, согласно Приложению №1, которое является неотъемлемой частью настоящего договора, демонтировать и установить окна пластиковые с подоконниками и отливами (далее Окна), в помещении, расположенном по адресу: {\$Client.PostalAddress}, а Заказчик обязуется принять изделия и оплатить их на условиях, установленных договором.

Рис. 155. Первый абзац подготовленного шаблона документа

Можно добавить ещё несколько полей, соответствующих уже имеющимся в процессе переменным. Они также могут быть сгенерированы по шаблону:

- {\$InitialCost} – сумма договора;
- {\$InstallationDate} – дата установки;
- {\$Salesforce} – подпись представителя компании.

На этом создание шаблона завершено.

4.3.2. Настройка генерации документа

Добавим в бизнес-процесс операцию **Генерация документа** после пользовательской задачи "Рассчитать стоимость". Операция находится в палитре блоков в разделе **Plug-ins** (Рис. 156).

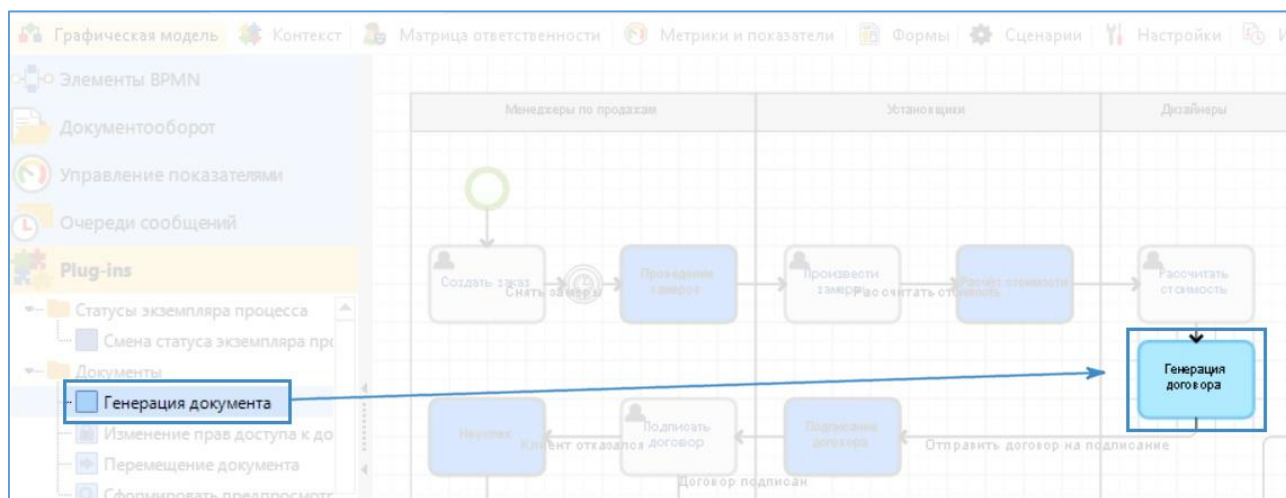


Рис. 156. Добавление операции генерации документа

Перейдём на вкладку **Настройки** окна свойств операция **Генерация документа** и добавим созданный шаблон нажатием на кнопку **Добавить** (Рис. 157).

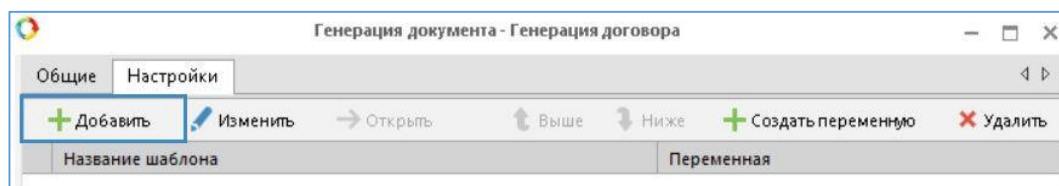


Рис. 157. Переход к добавлению шаблона при настройке блока генерации документа

В открывшемся окне добавления шаблона в качестве его типа укажем **Файл** и перейдём к выбору из файловой системы ранее созданного шаблона, нажав на кнопку **Открыть** рядом с полем **Файл шаблона** (Рис. 158).

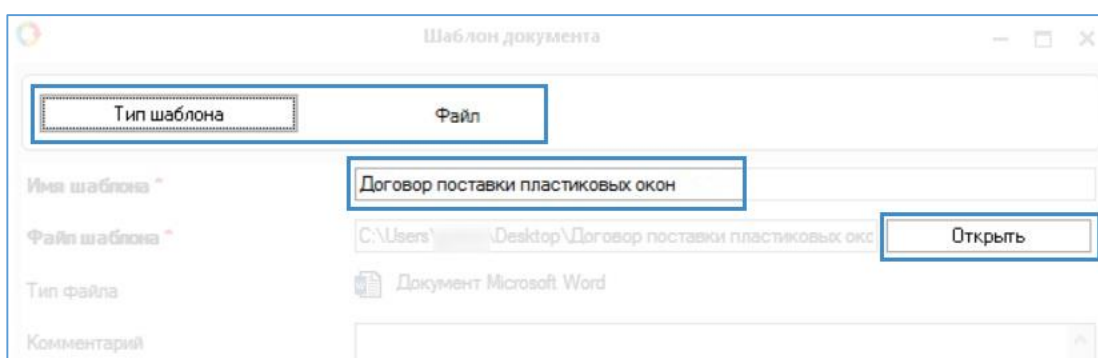


Рис. 158. Настройка шаблона документа

Заполним поле **Имя шаблона** и сохраним файл, нажав на кнопку **ОК**.

После добавления шаблона необходимо указать, в какое свойство из контекста блок поместит результат генерации. Переведём курсор на пустой выпадающий список в столбце **Переменная**. Так как в контексте бизнес-процесса нет свойства типа **Файл**, которое необходимо для корректной настройки, создадим его, нажав на кнопку **Создать переменную** (Рис. 159).

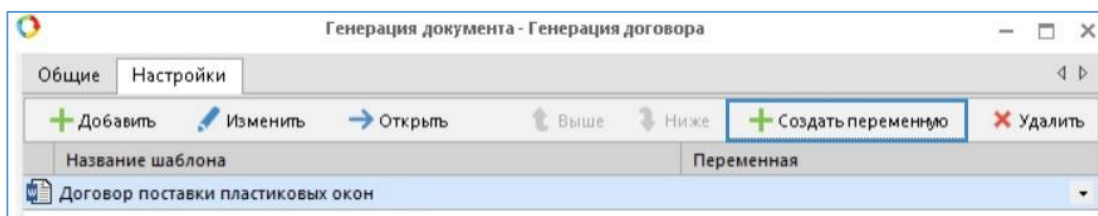


Рис. 159. Переход к добавлению свойства для хранения результата генерации в контекст бизнес-процесса

Откроется окно добавления нового свойства, его тип – **Файл** – уже выбран. Введём название переменной и сохраним, нажав на кнопку **ОК** (Рис. 160).

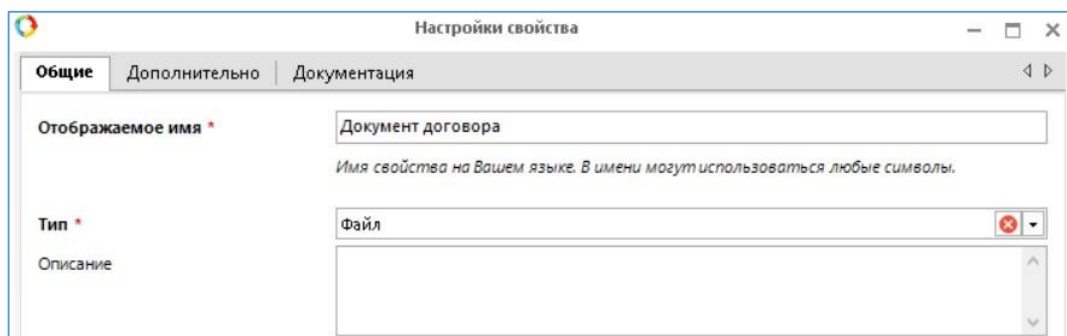


Рис. 160. Добавление нового свойства

Теперь переменную можно указать на вкладке **Настройки** блока **Генерация договора** (Рис. 161).

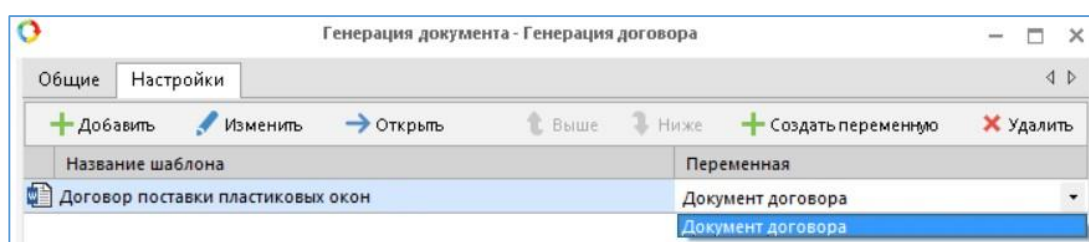


Рис. 161. Выбор созданного свойства в настройках операции "Генерация документа"

Теперь в ходе бизнес-процесса в данной операции будет формироваться документ договора, который будет сохранён в свойстве **Документ договора**. Для того, чтобы пользователь мог увидеть данный файл – вынесем его на форму задачи (Рис. 162).

Отображаемые свойства				
Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Смета	Смета	☐	☒	
Документ договора	Документ договора	☐	☒	
Дата установки	Дата установки	☒	☐	
Оплата заказа	Оплата заказа	☒	☐	

Рис. 162. Задача для проверки и указания отредактированного документа

В пользовательской задаче "Подписать договор" добавим вновь созданную переменную **Документ договора**. В веб-приложении ELMA менеджер увидит автоматически сформированный файл договора, сможет прочитать его в браузере (Рис. 163), скачать и открыть его на своём компьютере, изменить, а затем прикрепить в поле **Договор**.

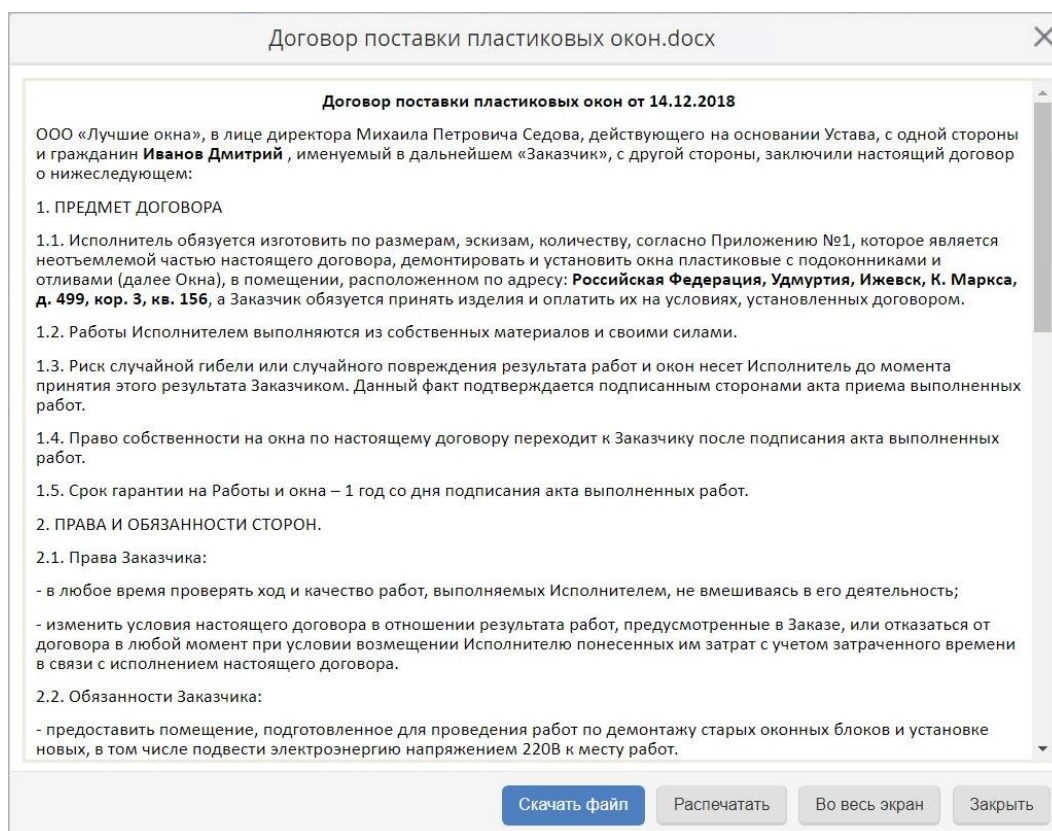


Рис. 163. Окно предпросмотра документа в веб-приложении ELMA

На этом настройка генерации документов завершена. Теперь графическая модель процесса выглядит как на Рис. 122.

4.4. Сценарий использования

Пройдём по пользовательскому сценарию использования настроенной конфигурации.

Перед стартом работы заполним набор пользователей, которые будут исполнять задачи в ходе бизнес-процесса (Рис. 164). Общий принцип добавления пользователей описан в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

Кол-во: 15		Найдено записей: 5	Страницы: 1
Учетная запись	Пользователь	E-Mail	Должность
admin	Администратор ELMA		Директор, Секретарь (Документовед)
sidorov	Сидоров Николай		Установщики
ivanov	Александр Иванов		Менеджеры по продажам
sokolova	Соколова Екатерина		Дизайнеры
petrov	Петров Юрий		Руководитель производства

Рис. 164. Список пользователей конфигурации с должностями

Войдём в систему под менеджером по продажам. При тонкой настройке интерфейсов (см. Глава 8) его главная страница будет выглядеть следующим образом (Рис. 165):

Рис. 165. Главная страница веб-приложения ELMA

Создадим нового клиента, воспользовавшись кнопкой **Новый клиент** на панели инструментов (Рис. 166).

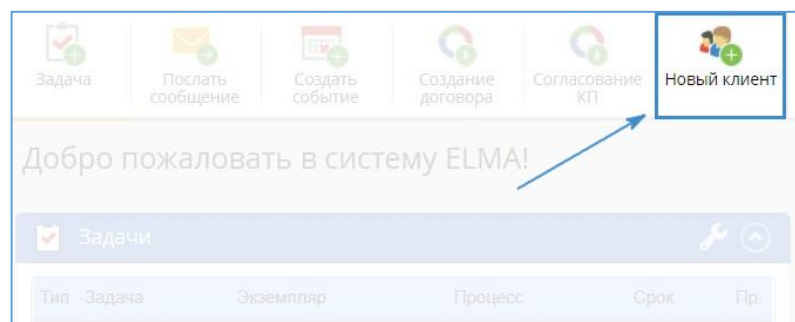


Рис. 166. Переход к созданию физического лица

На открывшейся форме создания (редактирования) объекта типа **Физическое лицо** заполним обязательные и прочие необходимые поля (Рис. 167, Рис. 168):

- Фамилия;
- Имя;
- Телефоны;
- Почтовый адрес;
- Реквизиты.

Имя *	Анатолий	Партнер	
Фамилия *	Попов	День рождения	
Отчество		Сайт	
Тип		Email	
Региональная группа		Телефоны	+79554254425
Отрасль		Факс	
Годовой доход	Пусто	Маркетинговое воздействие	
Ответственный *	Иванов Александр (Менеджер)		
Участники работы			
Информируемые			

Рис. 167. Форма создания физического лица

Тип документа *	Паспорт РФ	Кем выдан *	Отделом УФМС Можайского района г. Москвы
Серия документа *	9878	Дата выдачи *	20.12.2003
Номер документа *	983210	Действителен до	
		ИНН	

Рис. 168. Заполнение панели Реквизиты на форме создания Физического лица

Сохраним создаваемого клиента, нажав на кнопку **Сохранить** на панели инструментов. Карточка созданного физического лица будет выглядеть, как показано на Рис. 169.

Физическое лицо - Попов Анатолий

О физическом лице 0 Реквизиты Взаимоотношения 0 Сделки 0 Задачи 0 Вложения 0 Прочие реквизиты

Имя	Попов Анатолий	Описание
Телефоны	+79554254425	
Email		
Ответственный	Иванов А.	
Категории	Не выбрано	
Адрес		
Почтовый адрес	Российская Федерация, Москва, Можайский, Добролюбова, д. 78, кор. 1, кв. 35	
Заказы		
Наименование		
Нет данных для отображения		

Рис. 169. Карточка созданного физического лица

Начнём продажу, запустив бизнес-процесс "Выполнение заказа" с карточки созданного клиента. Для этого нажмём на кнопку **Запустить процесс** на **Панели инструментов**, выберем в поле **Процесс** "Выполнение заказа" и нажмём на кнопку **Отправить** (Рис. 170).

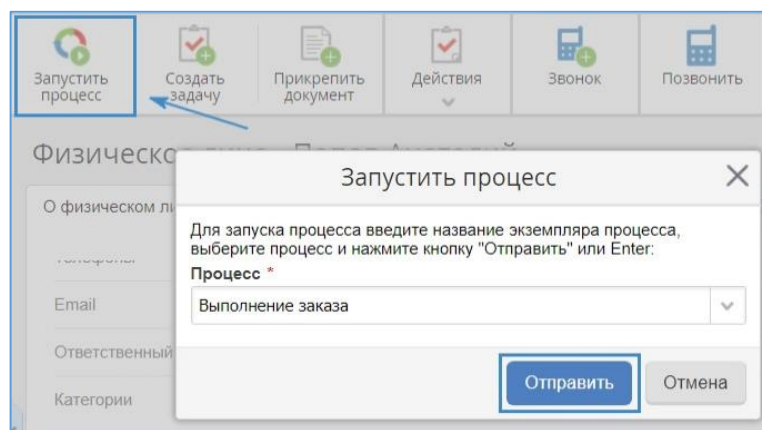


Рис. 170. Запуск бизнес-процесса с карточки физического лица

Первая задача бизнес-процесса – "Создать заказ". Здесь менеджеру отображается дата создания заказа, имя клиента, поля для указания даты и времени проведения замеров. В обязательном для заполнения поле **Описание заказа** нужно коротко описать особенности заказа, пожелания клиента. Для перехода к следующей задаче нажмём на кнопку **Снять замеры** (Рис. 171).

Рис. 171. Задача в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Вторая задача — "Произвести замеры". Её текущий исполнитель – установщик Николай Сидоров. Перейдём к карточке задачи. Внутри отобразится имя клиента, его адрес, телефон и дата проведения замеров. После того как замеры фактически проведены, в обязательном для заполнения поле **Замеры** нужно прикрепить файл с зафиксированными параметрами. Для перехода процесса к следующему исполнителю нужно нажать на кнопку **Рассчитать стоимость** (Рис. 172).

Произвести замеры

> Информация о процессе

Главная страница История

Клиент Попов Анатолий

Почтовый адрес Российская Федерация, Москва, Можайский, Добролюбова, д. 78, кор. 1, кв. 35

Телефоны +79554254425

Дата замера 19.12.2018 14:00

Замеры *

Замеры_А.Попов.xlsx 7.5 КБ ✕
Вы можете загрузить файл, перетащив его мышкой в данную область

Рассчитать стоимость

Рис. 172. Задача в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Третья задача "Рассчитать стоимость" находится в зоне ответственности дизайнера. В поступившей задаче дизайнер увидит в прикреплённом файле замеры, проведённые установщиком, а также поля для вложения дизайн-проекта, сметы и обозначения предварительной стоимости заказа после его проектирования. Заполним обязательные поля, нажмём на кнопку **Отправить менеджеру** (Рис. 173).

Рассчитать стоимость

> Информация о процессе

Главная страница История

Замеры  Замеры_А.Попов.xlsx (19.12.2018 16:34 Иванов А.)

Дизайн-проект *

Дизайн-проект_А. Попов.pdf 140.5 КБ ✕
Вы можете загрузить файл, перетащив его мышкой в данную область

Смета *

Смета_А.Попов.docx 11.3 КБ ✕
Вы можете загрузить файл, перетащив его мышкой в данную область

Предварительная стоимость *

12 870,00

Отправить менеджеру

Рис. 173. Задача в бизнес-процессе "Рассчитать стоимость"

Четвёртая задача – "Озвучить стоимость клиенту" (Рис. 174) – поступила менеджеру. В ней отображены данные клиента, для прочтения доступна смета.

Менеджеру необходимо связаться с клиентом по телефону, озвучить предварительную стоимость заказа. В случае согласия клиента с условиями компании менеджер нажимает кнопку **Заключить договор**, после чего автоматически по шаблону формируется договор. Если клиент по тем или иным причинам отказался от услуг компании, нужно нажать на кнопку **Клиент отказался**, после чего процесс завершится.

The screenshot shows a web interface for the task "Озвучить стоимость клиенту" (Quote to client). At the top, there is a breadcrumb "Информация о процессе" (Process information). Below it are two tabs: "Главная страница" (Main page) and "История" (History). The main content area displays client information: "Клиент" (Client) is "Попов Анатолий" (Popov Anatoly), "Телефоны" (Phones) is "+79554254425", and "Смета" (Estimate) is a document link "Смета_А.Попов.docx" dated "19.12.2018 16:43" by "Иванов А." (Ivanov A.). At the bottom, there are two buttons: "Клиент отказался" (Client refused) and "Заключить договор" (Sign contract), with the latter being highlighted by a red rectangle.

Рис. 174. Задача в бизнес-процессе "Озвучить стоимость клиенту"

Пятая задача – "Подписать договор" – также приходит менеджеру по продажам. В ней отображены данные о клиенте, смета и сформированный по шаблону договор. При встрече с клиентом его нужно распечатать и подписать, договориться о дате и времени установки оконных конструкций, а также принять оплату заказа (Рис. 175). После нажатия на кнопку **Договор подписан** заказ будет отправлен в производство.

The screenshot shows a web interface for the task "Подписать договор" (Sign contract). It has the same breadcrumb and tabs as the previous form. The client information is the same. The "Смета" (Estimate) is the same document. The "Документ договора" (Contract document) is a new document link "Договор поставки пластиковых окон.docx.docx". Below this, there are two required fields marked with an asterisk: "Дата установки" (Installation date) with a date picker set to "19.12.2018" and a time dropdown set to "15:30", and "Оплата заказа" (Order payment) with a text input field containing "12 870,00". At the bottom, there is a button "Договор подписан" (Contract signed), highlighted by a red rectangle.

Рис. 175. Задача в бизнес-процессе "Подписать договор"

На текущем этапе процесса две разные задачи одновременно направляются двум пользователям (Рис. 176), а не по стандартному принципу "одна задача – один пользователь". Так работает параллельный шлюз, запускающий процесс по нескольким маршрутам одновременно (см. Раздел 4.2.3).

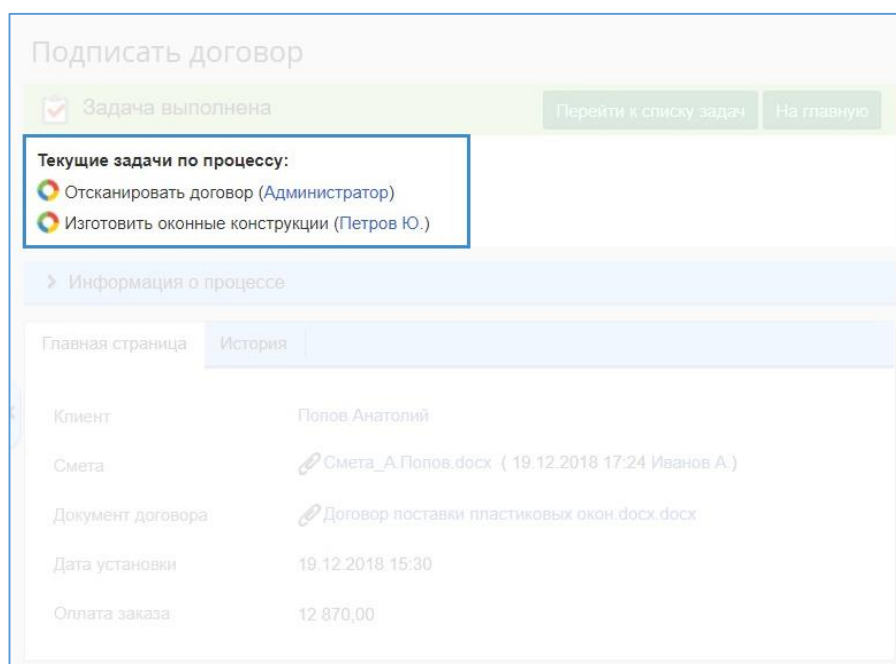


Рис. 176. Задачи процесса, направленные двум пользователям с помощью параллельного шлюза

Выполним пятую задачу – "Отсканировать договор". Её получил секретарь компании, которым назначен Администратор. Зайдём в систему под логином "admin". Секретарю нужно отсканировать подписанный в предыдущем шаге договор, вложить скан документа в обязательную для заполнения форму. После выполнения задания нужно нажать на кнопку **Договор отсканирован** (Рис. 177).

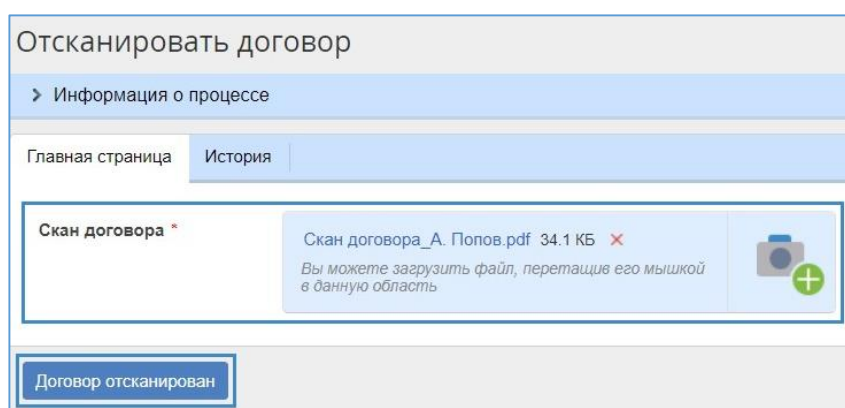


Рис. 177. Задача в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Перейдём к шестой задаче – "Изготовить оконные конструкции", которая находится в зоне ответственности руководителя производства с логином "petrov". Она

носит, скорее, уведомительный характер. Здесь отображены ранее вложенные данные: замеры, дизайн-проект и дата установки конструкций. По завершении изготовления конструкций производственным отделом руководителю нужно нажать на кнопку **Заказ изготовлен** (Рис. 178).

Рис. 178. Задача в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Исполнитель седьмой задачи "Установить оконные конструкции" (Рис. 179) – установщик Николай Сидоров. В задаче ему видно имя клиента, адрес места установки окон и дата. После фактической установки оконных конструкций ему нужно заполнить акт выполненных работ и в том или ином формате прикрепить его в поле, обязательное для заполнения. О форматах, поддерживаемых системой ELMA, можно узнать больше в соответствующем разделе [справки по Платформе ELMA BPM](#). После нажатия кнопки **Монтаж завершён** бизнес-процесс будет завершён.

Рис. 179. Задача в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Добавим, если данных, отображённых в задаче, оказалось пользователю недостаточно, на любом этапе бизнес-процесса можно развернуть панель Информация о процессе и пройти по активной ссылке экземпляра процесса (Рис. 180).

Установить оконные конструкции

▼ Информация о процессе

Название процесса	Выполнение заказа (версия 11)		
Экземпляр процесса	Попов Анатолий Заказ №801 от 17.10.2018 12:32	Инициатор	Иванов А.
Дата запуска	17.10.2018 12:32	Ответственный	Иванов А.

Рис. 180. Переход к Экземпляру процесса

После перехода к экземпляру процесса можно увидеть все переменные (Рис. 181), будь то карточка контрагента, исполнители задач или вложенные файлы.

Список контекстных переменных	Текущие задачи, операции, подпроцессы	История	История (Таблица)
Заказ			
Клиент	Попов Анатолий		
Дата замера	16.10.2018 14:00		
Дата установки	17.10.2018 11:00		
Дизайнеры	Екатерина С.		
Менеджеры по продажам	Иванов А.		
Руководитель производства	Петров Ю.		
Установщики	Сидоров Н.		
Секретарь (Документовед)	Администратор		
Описание заказа	Стандартные профили 1700x1200, белая фурнитура.		
Акты выполненных работ			
Замеры	 Замеры_А. Попов.xlsx (17.10.2018 14:14 Сидоров Н.)		
Смета	 Смета_А. Попов.xlsx (17.10.2018 14:43 Екатерина С.)		
Оплата заказа	12 870,00		
Дизайн-проект	 Дизайн-проект_А. Попов.pdf (17.10.2018 14:43 Екатерина С.)		
Скан договора	 Скан договора_А. Попов.pdf (17.10.2018 15:52 Администратор)		
Статус экземпляра процесса	Монтаж		
Документ договора	 Договор поставки пластиковых окон.docx.docx		
Предварительная стоимость	12 870,00		
Дата создания заказа	17.10.2018		

Рис. 181. Список переменных в бизнес-процессе "Выполнение заказа"

Глава 5. Сложные продажи

Приложение ELMA CRM+ позволяет организовать работу со сложными (длинными) продажами. Сложный процесс продажи подразумевает длительную работу с клиентами, серьёзный контроль за течением сделки и комплексный продукт (или набор услуг).

В основе сложных продаж лежит сделка, которая движется по этапам и в конечном счёте завершается положительным результатом или неуспехом.

Основным инструментом по организации сложных продаж является **Воронка продаж**. Система ELMA позволяет организовать так называемую активную воронку продаж. Отличие активной воронки от простой заключается в том, что при переходе из одной стадии сделки в другую запускается бизнес-процесс, в рамках которого может быть реализована любая бизнес-логика, например, проверка на наличие необходимой информации в карточке сделки или контрагента, либо согласование какого-либо документа. Иными словами, переход из одной стадии сделки в другую осуществляется только при соблюдении определенных условий. Создание активной воронки продаж подробно описано в Разделе 5.3.

Процессы активной воронки продаж обычно направлены на:

- получение и хранение полной информации о сделке;
- контроль сделки со стороны руководства;
- привлечение к работе со сделкой сотрудников других отделов;
- документационное сопровождение сделки, контроль наличия оригиналов документов и прочее.

В сложных продажах часто задействовано большое количество сотрудников. Поэтому необходимо правильно настроить права доступа к сделкам и прочим объектам CRM. Настройка прав доступа к объектам CRM рассмотрена в Разделе 5.2.

Для контроля и анализа сделок в **приложении ELMA CRM+**, кроме воронки продаж, используются следующие инструменты: отчёт [Динамика сделок](#), гибкая настраиваемая [система фильтров](#) по сделкам, контрагентам, возможностям, отслеживание планируемых и полученных [поступлений](#) по сделкам.

В сложных продажах часто работа с клиентом начинается ещё до того, как клиент решил воспользоваться услугами компании или приобрести товар, в этот момент он является потенциальным клиентом. Потенциальные клиенты могут появляться в результате телефонных обзвонів, заполнения форм обратной связи на сайтах и др. Важно "захватить" клиента, выяснить потребности, предоставить ему всю интересующую информацию, не забыть дать обратную связь, вовремя перезвонив или ответив на письмо. Для работы с потенциальными клиентами в **приложении**

ELMA CRM+ используется раздел **Работа с клиентами – Возможности**, а также **Взаимоотношения**, которые можно запланировать в календаре.

Далее рассмотрим основные настройки и возможности приложения **ELMA CRM+** для организации сложных продаж на примере крупной компании, занимающейся поставкой и монтажом электротехнического оборудования. Так выглядит примерная оргструктура демонстрационной конфигурации (Рис. 182):

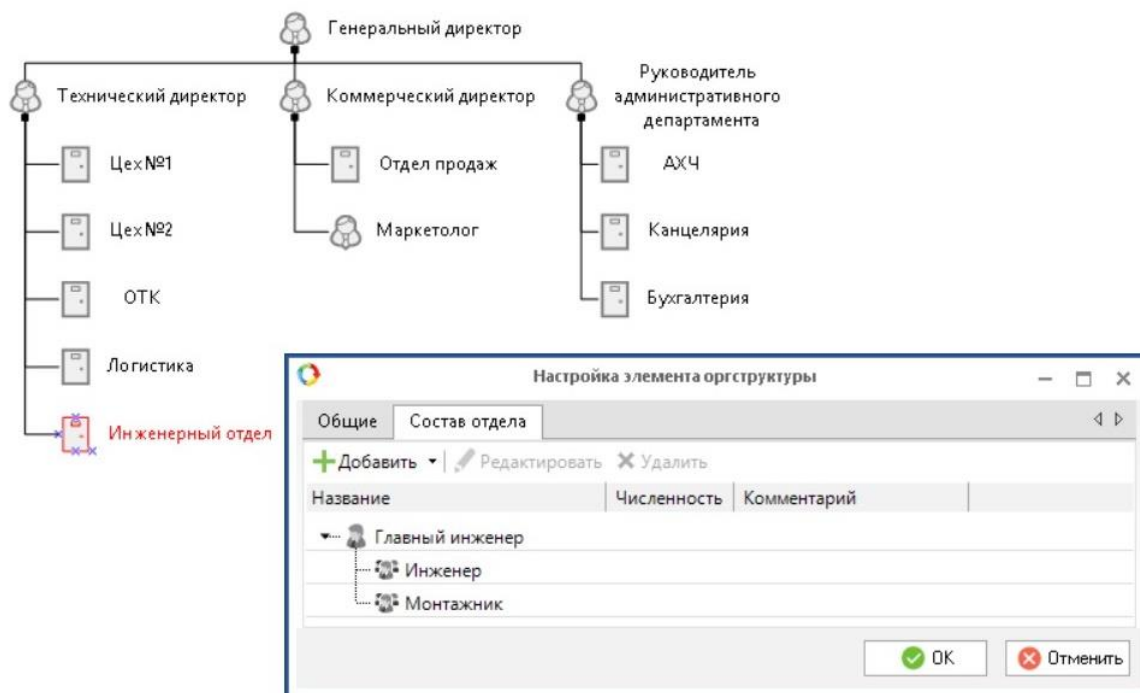


Рис. 182. Оргструктура демонстрируемой конфигурации

Отдел продаж из более чем 30 человек разделён по региональному признаку, где каждый сотрудник ведёт продажи в определённом географическом регионе страны: Дальний Восток, Северо-Западные регионы, Сибирь, Урал, Центральные регионы, Южные регионы. При ведении сделки с клиентом менеджерами отдела продаж привлекаются технические специалисты компании и логисты.

Продажа оборудования осуществляется в следующем порядке:

1. Первичный контакт – проявление заинтересованности клиентом, уточнение его потребностей.
2. Коммерческое предложение – активная работа с клиентом, подбор необходимого оборудования по техническим характеристикам, консультации с техническими специалистами, подготовка и согласование коммерческого предложения, отправка его клиенту.

3. Подписание договора на поставку оборудования – клиент заключает договор с компанией, при необходимости подписывается также договор на монтаж оборудования.
4. Получение оплаты/предоплаты по условиям договора.
5. Заказ оборудования у компаний-партнёров.
6. Отгрузка покупателю, при необходимости монтаж поставляемого оборудования на территории клиента.
7. Полная оплата товаров/услуг клиентом.
8. Получение и подписание документов, необходимых для закрытия сделки.

5.1. Потенциальные клиенты (возможности)

В сложных продажах часто работа начинается с обработки данных о Потенциальном клиенте (Возможности). Для работы с потенциальными клиентами в приложении **ELMA CRM+** используется раздел **Работа с клиентами – Возможности** (Рис. 183).

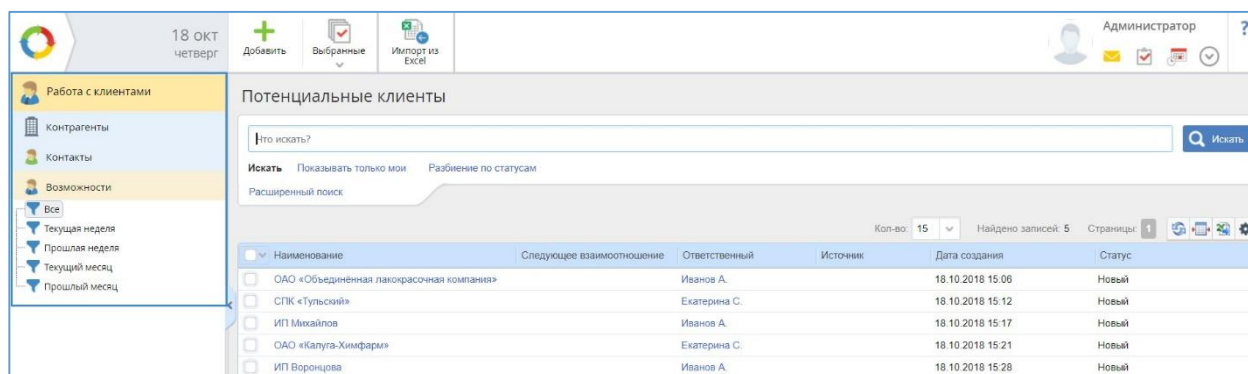


Рис. 183. Раздел "Работа с клиентами – Возможности"

По принципу аналогичному созданию/редактированию карточки контрагента (см. Раздел 3.1) создадим несколько **Возможностей** (Рис. 183) со следующими параметрами:

Таблица 3. Данные для создания Возможностей

Наименование	Региональная группа	Отрасль	Ответственный
ОАО "Объединённая лакокрасочная компания"	Г. Москва	Производство лакокрасочной продукции	Иванов А.
СПК "Тульский"	Тульская область	Агропромышленный комплекс	Соколова Е.
ИП Михайлов	Иные регионы	Розничная торговля	Иванов А.
ОАО "Калуга-Химфарм"	Калужская область	Производство лекарственных препаратов	Соколова Е.
ИП Воронцова	Владимирская область	Розничная торговля	Иванов А.

Раздел **Возможности** служит для сбора первичной, черновой информации: заявки с веб-сайтов, визитки с выставок, внешние базы потенциальных клиентов и прочее.

Использование этого типа объекта позволяет не переполнять базу **Сделок** и **Контрагентов**. При благоприятном исходе потенциальный клиент конвертируется в

объект **Контрагент**, в который переносится вся накопленная информация. В противном случае работа с потенциальным клиентом завершается. Система позволяет импортировать списки потенциальных клиентов из MS Excel. Подробнее о загрузке потенциальных клиентов в систему ELMA см. в Разделе 9.1.

Этапы работы с потенциальным клиентом можно описать таким образом:

- создание карточки и заполнение первичной информацией. **Возможности** могут создавать как сотрудники компании, так и использоваться загрузка из стороннего источника;
- распределение потенциальных клиентов по сотрудникам отдела продаж, если данные получены из сторонних источников. Обычно распределением занимается руководитель отдела продаж;
- работа с возможностью – проведение встреч, звонки, отправка писем. Выяснение потребностей и принятие решения по результатам взаимоотношений;
- конвертация **Возможности** в **Контрагента** и создание **Сделки** или установка статуса **Неквалифицированный (неуспешный)** потенциальный клиент. Далее работа ведется со сделками и контрагентом или работа с потенциальным клиентом завершена.

Карточка объекта **Возможность** представлена на Рис. 184.

The screenshot displays the 'Потенциальный клиент' (Potential Client) card in the ELMA CRM system. The card is titled 'Потенциальный клиент - ОАО «Объединённая лакокрасочная компания»'. It features a top navigation bar with icons for 'Создать задачу' (Create task), 'Прикрепить документ' (Attach document), 'Действия' (Actions), 'Звонок' (Call), 'Контакт' (Contact), and 'Позвонить' (Call). The main content area is divided into two columns of fields. The left column includes fields for 'Источник' (Source), 'Статус' (Status), 'Наименование' (Name), 'ОПФ' (INN), 'Региональная группа' (Regional group), 'Отрасль' (Industry), 'Тип' (Type), and 'Маркетинговое воздействие' (Marketing impact). The right column includes fields for 'Сайт' (Website), 'Email', 'Телефон' (Phone), 'Адрес' (Address), 'Ответственный' (Responsible), 'Категории' (Categories), 'Дата создания' (Creation date), 'Дата взятия в работу' (Date taken for work), 'Участники работы' (Work participants), and 'Информируемые' (Informed parties). The card also includes a 'Комментарии' (Comments) section and a 'Действия' (Actions) section at the bottom.

Потенциальный клиент - ОАО «Объединённая лакокрасочная компания»	
О потенциальном клиенте	Контакты Взаимоотношения 0 Задачи 0 Документы 0 Доступ
Источник	Не выбрано
Статус	Новый
Наименование	ОАО «Объединённая лакокрасочная компания»
ОПФ	Не выбрано
Региональная группа	г. Москва
Отрасль	Производство лакокрасочной продукции
Тип	Не выбрано
О потенциальном клиенте	
Маркетинговое воздействие	Не выбрано
Сайт	www.oao_olk.ru
Email	oao_olk@info.ru
Телефон	+74954771276
Адрес	
Ответственный	Иванов А.
Категории	Центральные регионы
Дата создания	18.10.2018 15:06
Дата взятия в работу	
Участники работы	
Информируемые	

Рис. 184. Карточка потенциального клиента

Работа с потенциальным клиентом как в веб-приложении, так и Дизайнере ELMA похожа на работу с **Контрагентом**. Карточка возможности также имеет набор свойств, которые распределены по вкладкам. Можно добавлять комментарии, создавать задачи, звонки, встречи, письма, прикреплять документы, создавать контакты и прочее. Карточку можно расширять в Дизайнере ELMA дополнительными свойствами.

Для работы с **Возможностями** могут использоваться дополнительные справочники:

- **Источник возможности** – список информационных источников, из которых потенциальный клиент узнал о компании (сайт, ТВ-реклама и т.д.);
- **Тип возможности** – типизация потенциальных клиентов по какому-либо признаку.

Однако использование данных свойств не обязательно.

В карточке **Возможности** в выпадающем меню кнопки **Действия** доступны различные операции с данной возможностью, а также кнопки смены статусов (Рис. 185):

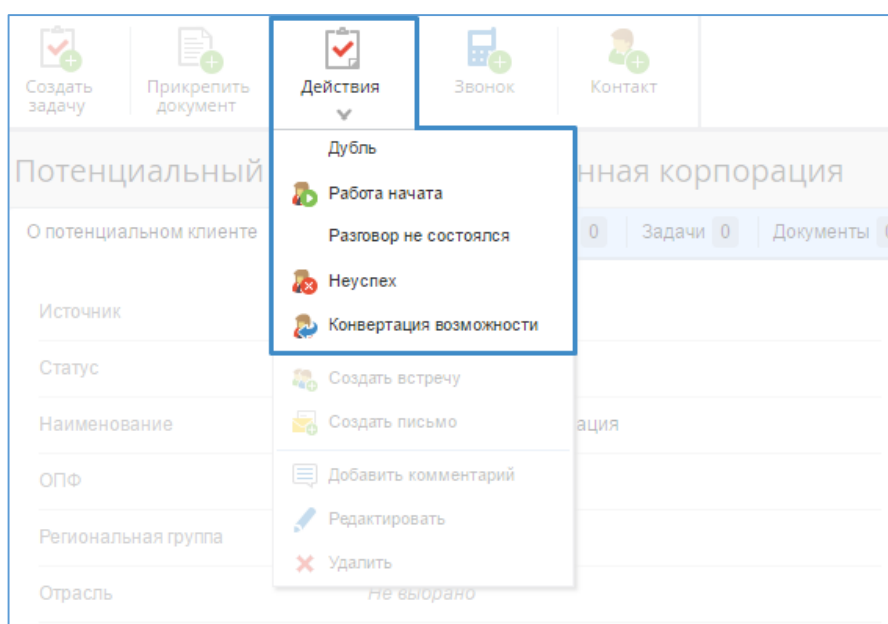


Рис. 185. Кнопка "Действия" в меню карточки потенциального клиента

Ниже рассмотрим каждый из возможных статусов **Возможности**.

Дубль – используется в случае, если в системе уже существует **Возможность** или **Контрагент** с такими данными. Для одного объекта может быть назначено несколько дублей. При обозначении дубля объединение карточек объектов не происходит. Подробнее о работе с дублями объектов написано в Разделе 5.1.1.

Работа начата – по умолчанию статус **В работе** автоматически присваивается после создания первого взаимоотношения с возможностью. Однако в разделе **Администрирование – Настройки системы – Настройка модуля Работа с клиентами** доступна возможность изменения автоматически присваиваемого статуса.

Разговор не состоялся – статус используется в том случае, когда сотрудник не смог связаться с потенциальным клиентом и дальнейшая работа с данной возможностью на текущий момент времени не возможна.

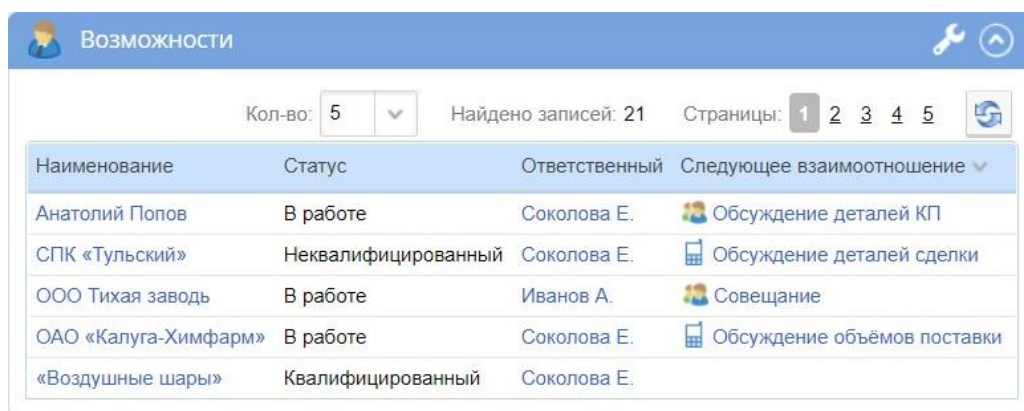
Квалифицированный – означает, что **Потенциальный клиент** был конвертирован в контрагента

Неуспех – установка статуса **Неквалифицированный**. При этом потенциальный клиент остаётся в списке возможностей, но в его карточке остается только возможность активации или удаления данной **Возможности**.

Помимо кнопок изменения статуса **Возможности**, доступна возможность ее конвертации. **Конвертация возможности** – создание контрагента, контакта, сделки или взаимоотношения на основе атрибутов потенциального клиента. После конвертации **Возможность** остаётся в списке возможностей, при этом ей автоматически присваивается статус **Квалифицированный**, после чего работа продолжается в созданном объекте. Квалифицированную возможность можно удалить только при наличии соответствующих прав доступа.

Присвоение различных статусов потенциальному клиенту позволяет производить анализ работы сотрудников отдела продаж и источников поступления возможностей.

В системе ELMA для работы с потенциальными клиентами есть специальный портлет **Возможности**. Добавление портлетов рассмотрено в Разделе 3.5.2. Пример портлета **Возможности** с представлен на Рис. 186.



Наименование	Статус	Ответственный	Следующее взаимоотношение
Анатолий Попов	В работе	Соколова Е.	Обсуждение деталей КП
СПК «Тульский»	Неквалифицированный	Соколова Е.	Обсуждение деталей сделки
ООО Тихая заводь	В работе	Иванов А.	Совещание
ОАО «Калуга-Химфарм»	В работе	Соколова Е.	Обсуждение объемов поставки
«Воздушные шары»	Квалифицированный	Соколова Е.	

Рис. 186. Портлет "Возможности"

Данный портлет можно добавить в интерфейс менеджеров по продажам для быстрого доступа к работе с возможностями.

Создание карточки возможности, работу с возможностью и права доступа к объектам CRM подробнее рассмотрим в следующих разделах.

5.1.1. Работа с дублями

На практике встречаются случаи, когда потенциальные клиенты, к примеру, несколько раз заполняют форму со своими контактами на сайте компании, анкеты на стендах в ходе конференций. Итог – множатся одинаковые карточки, засоряя подраздел **Возможности**. Чтобы избежать подобных ситуаций, в системе ELMA доступна возможность присвоения таким объектам статуса **Дубль**.

При отметке возможности **Дублем** может быть установлена связь с такими объектами системы, как **Контрагент**, **Возможность** и **Сделка** (Рис. 188).

Статус **Дубль** можно назначить вручную, нажав на кнопку **Дубль** в подменю **Действия** на карточке возможности (Рис. 187).

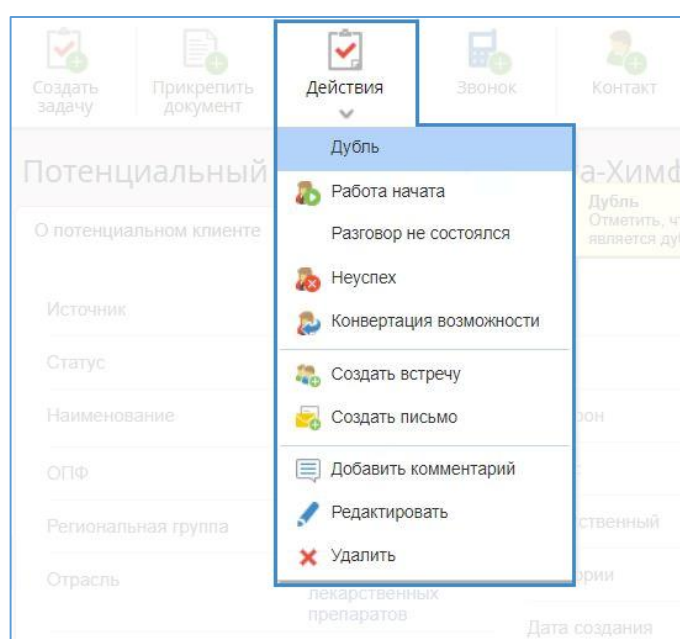


Рис. 187. Кнопка присвоения статуса "Дубль"

В левом выпадающем списке (Рис. 188) открывшегося диалогового окна **Дубль** необходимо выбрать тип объекта, к которому будет привязана эта возможность. В нашем случае создадим дубль уже существующей **Возможности**.

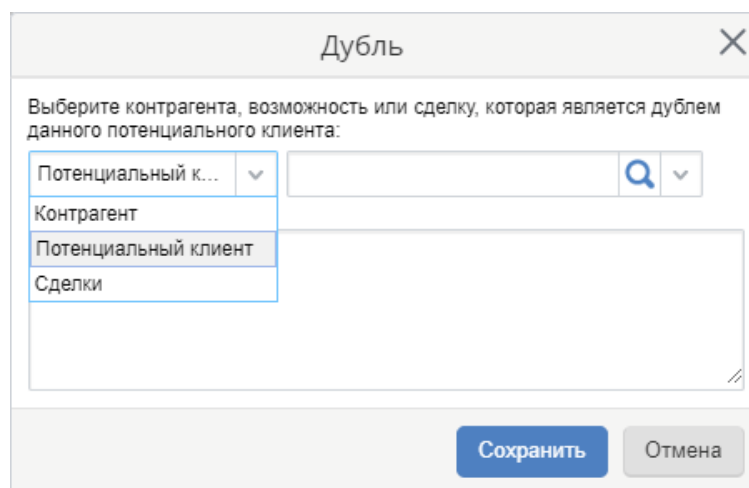


Рис. 188. Окно создания дубля Возможности

В правом выпадающем списке (Рис. 189) необходимо выбрать наименование конкретного типа объекта и при необходимости ввести комментарий к создаваемому дублю.

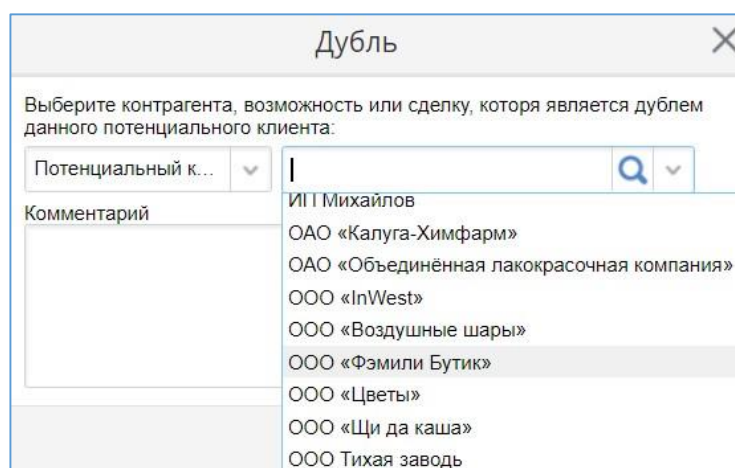


Рис. 189. Выбор Потенциального клиента, которого будет дублировать новая Возможность

После нажатия на кнопку **Сохранить** объекту будет присвоен статус **Дубль** (Рис. 190).

Потенциальный клиент - Бутик

Эта возможность помечена как **дубль** и привязана к Возможности ООО «Фэмили Бутик».

О потенциальном клиенте Контакты Взаимоотношения 0 Задачи 0 Документы 0 Доступ

Источник	Не выбрано	Сайт
Статус	Дубль	Email
Возможность (дубль)	ООО «Фэмили Бутик»	Телефон
Наименование	Бутик	Адрес
ОПФ	Не выбрано	Ответственный

Рис. 190. Карточка дубля Возможности

Кроме того, в системе ELMA можно настроить автоматическое распознавание дублей возможностей. Для этого используется таблица скоринга (Рис. 193). Соответствующие параметры устанавливаются в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Таблица скоринга дублей**.

Назад

Администратор

Таблица скоринга

Для определения дублей система использует настраиваемую таблицу скоринга. Указывайте какие свойства новой возможности надо сравнить с текущей базой возможностей и базой контрагентов и сколько процентов вероятности надо добавить при совпадении. При совпадении нескольких полей проценты складываются, образуя общую вероятность «похожести» (дубля).

Свойство	Искать в контактах	Свойство контакта возможности	Значение в процентах	Свойство контрагента	Искать в контактах	Свойство контакта контрагента	Значение для контрагента	Оператор сравнения
Нет данных для отображения								
+ Добавить свойство								

Пороговые значения скоринга

При разных уровнях «похожести» можно задать разные реакции системы. При небольшом уровне «похожести» информационное сообщение можно выводить допустим желтым цветом, при большом – уже красным.

Значение в процентах	Цвет уведомления
>=30%	#fff100
>=70%	#ea59b

Настройка отображения

Настройте какие колонки должны быть показаны для сравнения Возможности с потенциальными дублями из Возможностей или Контрагентов

[Настройка колонок для Возможностей](#)

[Настройка колонок для Контрагентов](#)

Рис. 191. Страница настройки таблицы скоринга дублей

Страница настройки содержит панель с таблицей скоринга, панель с пороговыми значениями скоринга, а также область настройки отображения.

В таблице можно указать свойства возможности, по которым будет осуществляться проверка на наличие дублей в базе контрагентов, возможностей и сделок. По умолчанию она не заполнена, на панели нет данных для отображения (Рис. 191).

Чтобы добавить запись в таблицу, необходимо нажать на кнопку **Добавить свойство** под таблицей скоринга. Будет открыта страница добавления записи (Рис. 192), на которой требуется заполнить необходимые поля и нажать на кнопку **Сохранить**.

Рис. 192. Добавление записи в таблицу скоринга

Ниже рассмотрим вводимые в таблицу значения.

Свойство – свойство создаваемой **Возможности**, которое необходимо сравнить с аналогичным свойством существующих **Возможностей** и/или **Контрагентов**. Это поле обязательно для заполнения.

Искать в контактах:

- **Да** – осуществление поиска совпадений по выбранному свойству в контактах;
- **Нет** – поиск совпадений по выбранному свойству в контактах отключен.

Свойство контакта возможности – свойство создаваемой возможности, которое необходимо сравнить с аналогичным свойством контактов существующих возможностей. Данное поле отображается только в том случае, если в поле **Искать в контактах** переключатель установлен в положение **Да**.

Процент для возможности – числовое значение (вес), который добавляется к общему проценту вероятности при совпадении указанных полей с существующими полями возможностей.

Свойство контрагента – свойство существующих **Контрагентов**, которое необходимо сравнить со свойством создаваемой возможности, указанном в поле **Свойство**.

Искать в контактах контрагента:

- **Да** – осуществление поиска совпадений по выбранному свойству в контактах существующих контрагентов;
- **Нет** – поиск совпадений по выбранному свойству в контактах существующих контрагентов отключен.

Свойство контакта контрагента – свойство контактов существующих **Контрагентов**, которое необходимо сравнить с аналогичным свойством контактов создаваемой возможности. Данное поле отображается только в том случае, если в поле **Искать в контактах** контрагента переключатель установлен в положение **Да**.

Процент для контрагента – числовое значение (вес), который добавляется к общему проценту вероятности при совпадении указанных полей с существующими полями контрагентов.

Оператор сравнения – из выпадающего списка необходимо выбрать требуемый оператор сравнения **Равно**, который будет искать в системе полное совпадение для выбранных свойств.

Таблица скоринга								
Для определения дубли системы использует настраиваемую таблицу скоринга. Указывайте какие свойства новой возможности надо сравнить с текущей базой возможностей и базой контрагентов и сколько процентов вероятности надо добавить при совпадении. При совпадении нескольких полей проценты складываются, образуя общую вероятность «похожести» (дубля).								
Свойство	Искать в контактах	Свойство контакта возможности	Значение в процентах	Свойство контрагента	Искать в контактах	Свойство контакта контрагента	Значение для контрагента	Оператор сравнения
Наименование	Да	Фамилия	+70%	Наименование	Да	ФИО	+70%	Равно
Источник	Нет		+50%		Нет		+0%	Равно
Телефон	Нет		+50%	Телефоны	Да	Телефоны	+70%	Равно

Рис. 193. Пример заполненной таблицы скоринга

Для редактирования записи необходимо нажать на иконку  справа от соответствующей записи, а для удаления записи – на иконку .

Помимо прочего, можно настроить **Пороговые значения скоринга**. Для них можно настроить цвета выводимого информационного сообщения, они будут зависеть от процента схожести создаваемой **Возможности**. По умолчанию в данной таблице содержится две записи (Рис. 194).

Пороговые значения скоринга	
При разных уровнях «похожести» можно задать разные реакции системы. При небольшом уровне «похожести» информационное сообщение можно выводить допустим желтым цветом, при большом – уже красным.	
Значение в процентах	Цвет уведомления
>=30%	#fff100
>=70%	#eaa59b

Рис. 194. Таблица "Пороговые значения скоринга"

Для редактирования записи необходимо нажать на иконку  справа от записи. На открывшейся странице (Рис. 195) необходимо внести требуемые изменения и нажать на кнопку **Сохранить**.

Рис. 195. Окно редактирования записи таблицы "Пороговые значения скоринга"

В поле **Значение в процентах** указывается числовое значение уровня схожести **Контрагента** и создаваемой **Возможности**, при котором будет выведено сообщение при достижении указанного значения уровня схожести.

Цвет уведомления – цвет вышеописанного сообщения. Для выбора цвета также можно воспользоваться иконкой .

В блоке **Настройка отображения** (Рис. 196) можно настроить колонки для **Возможностей** и **Контрагентов**, которые должны быть показаны при создании записей таблицы скоринга.

Рис. 196. Блок "Настройка отображения"

При нажатии на соответствующую ссылку будет открыто диалоговое окно **Настройка отображения таблицы** (Рис. 197).

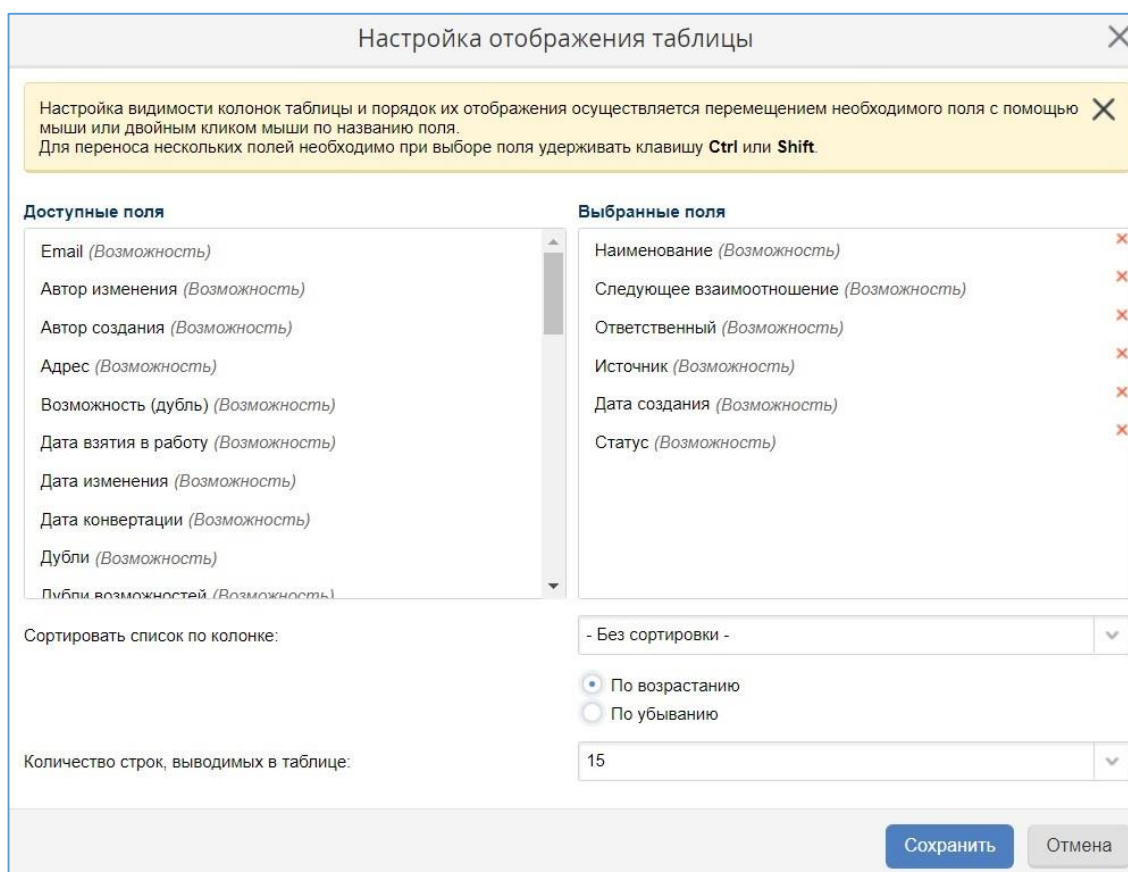


Рис. 197. Диалоговое окно "Настройка отображения таблицы"

Подробнее о настройке отображения таблиц можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA](#).

При создании новой возможности, которая совпадает с рядом параметров объектов, уже существующих в ELMA (**Контрагент**, **Возможность**, **Сделка**), система проинформирует пользователя о возможном дубле объекта (Рис. 198)

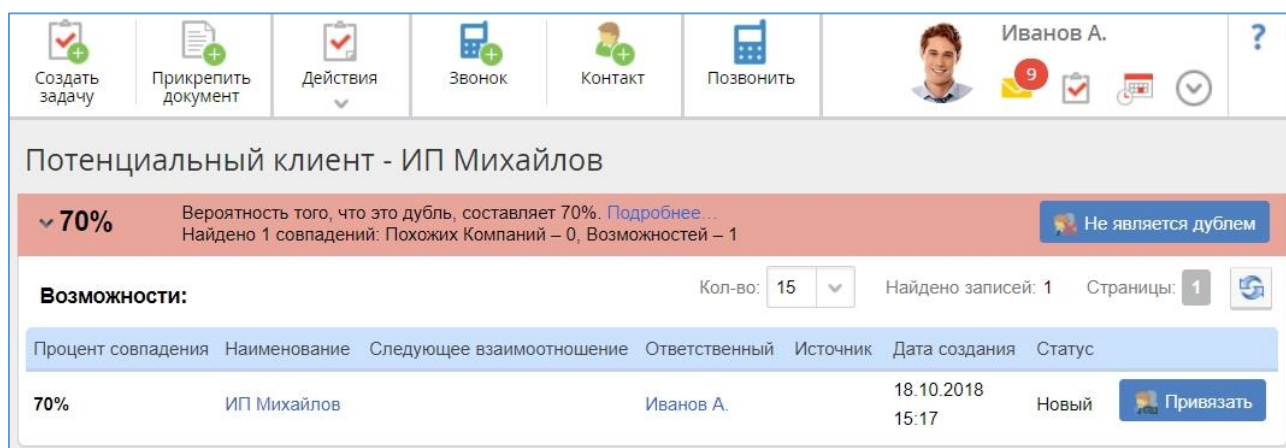


Рис. 198. Предупреждение о возможном наличии дубля Потенциального клиента

Если вновь создаваемая возможность действительно является дублем, нужно нажать на кнопку **Привязать**. Откроется окно с предупреждением (Рис. 199). При нажатии на кнопку **Да** будет создан дубль существующей возможности. В карточке возможности будет отображён статус **Дубль** (Рис. 190).

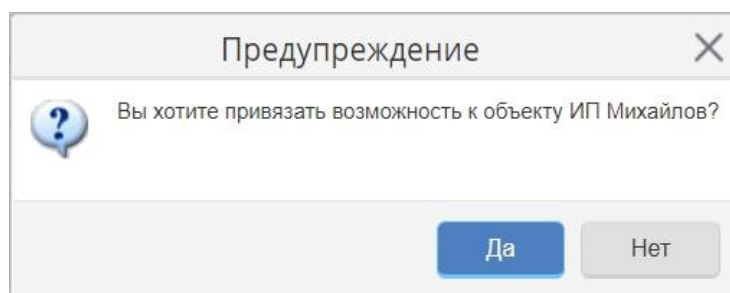


Рис. 199. Окно предупреждения

При нажатии на кнопку **Не является дублем** также откроется окно с предупреждением (Рис. 200). Нажатие на кнопку **Да** создаст в системе новую возможность.

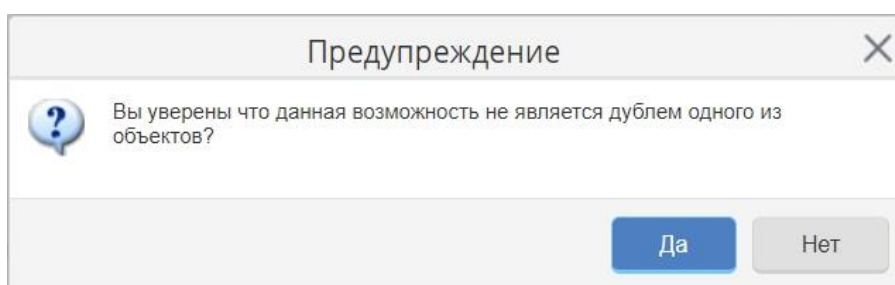


Рис. 200. Окно предупреждения

5.2. Права доступа

Одна из задач CRM-системы – разграничение прав доступа на работу с объектами системы. В сложных продажах доступ к информации, хранящейся в карточке **Контрагента** или **Сделки**, часто требуется ограничить для определённого круга пользователей. Для этого в **приложении ELMA CRM+** существуют различные настройки прав доступа, которые можно разделить на группы:

- общий доступ к разделам CRM (просмотр, создание, редактирование объектов раздела **Работа с клиентами**);
- права доступа к полям и свойствам объектов раздела (гибкая настройка прав доступа на просмотр и/или редактирование определённых свойств в объектах);
- распределение прав доступа по категориям **Контрагентов** (специальный инструмент для разделения контрагентов по категориям (группам) и доступа к ним определённых пользователей).

Все группы прав доступа настраиваются администратором системы в разделе **Администрирование – Работа с клиентами**.

В компании, описанной в начале данной главы, при ведении сделки участвуют не только сотрудники отдела продаж, но и технические специалисты, логисты, а также руководство. Данным сотрудникам нужно организовать доступ к карточкам контрагентов и сделок, при этом ограничить работу с ними. Рассмотрим, как с помощью **Категорий** разграничить доступ к клиентам разных регионов.

Для рассматриваемого примера создадим группы пользователей: Руководители, Технические специалисты, Отдел продаж Центр, Отдел продаж Юг, Отдел продаж Северо-Запад, Отдел продаж Дальний Восток, Отдел продаж Урал, Отдел продаж Сибирь и добавим в данные группы соответствующих пользователей и элементы оргструктуры. Создание групп пользователей производится в разделе **Администрирование – Пользователи – Группы**. Общий принцип описан в Разделе 3.5.1. Более подробно можно прочитать об этом в соответствующем разделе [справки по системе ELMA BPM](#).

После создания групп их список будет выглядеть как на Рис. 201:

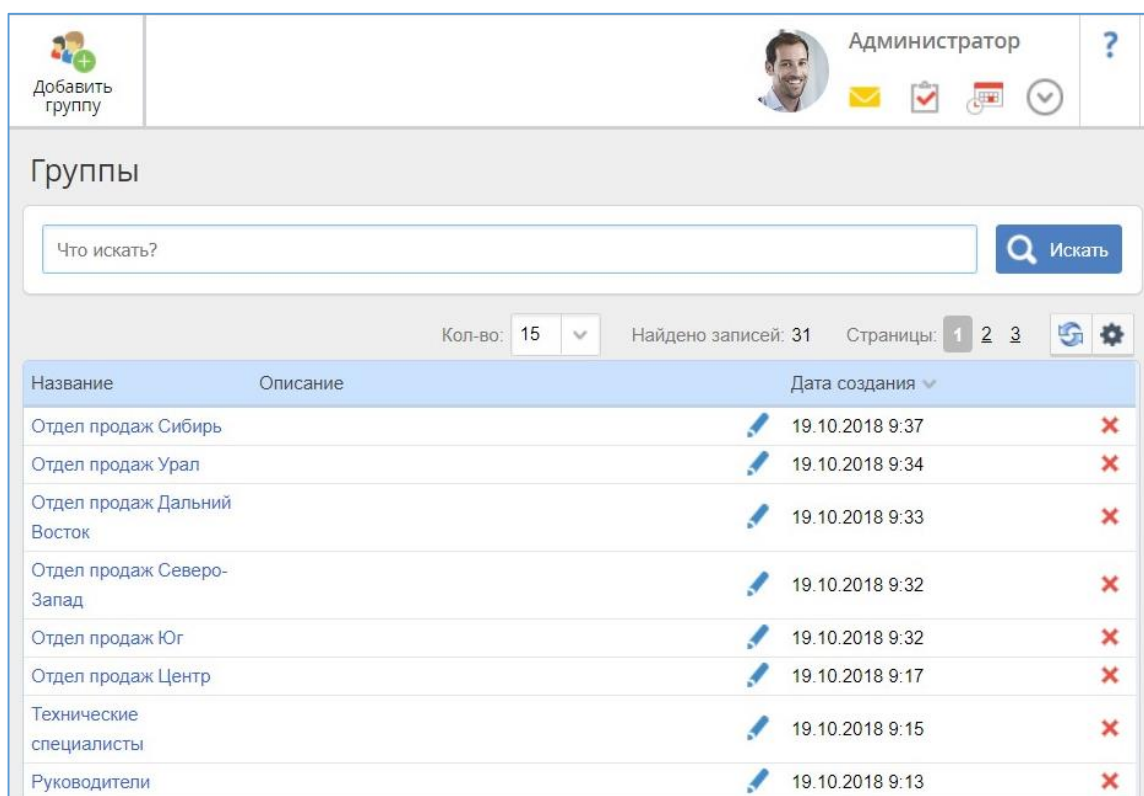


Рис. 201. Общий вид раздела "Администрирование – Группы"

5.2.1. Настройка прав доступа к CRM

Общие права доступа к различным разделам приложения **Работа с клиентами** назначаются администратором системы в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа** (Рис. 202).

В данном разделе можно гибко настроить права доступа к приложению CRM и его разделам для пользователей различных групп. По умолчанию пользователи, входящие в группу **Все пользователи**, имеют практически все права на раздел **Работа с клиентами**. Можно выдать права доступа на работу с данным разделом, а также его отдельными подразделами только ограниченному кругу пользователей, например, отделу продаж и руководителям.

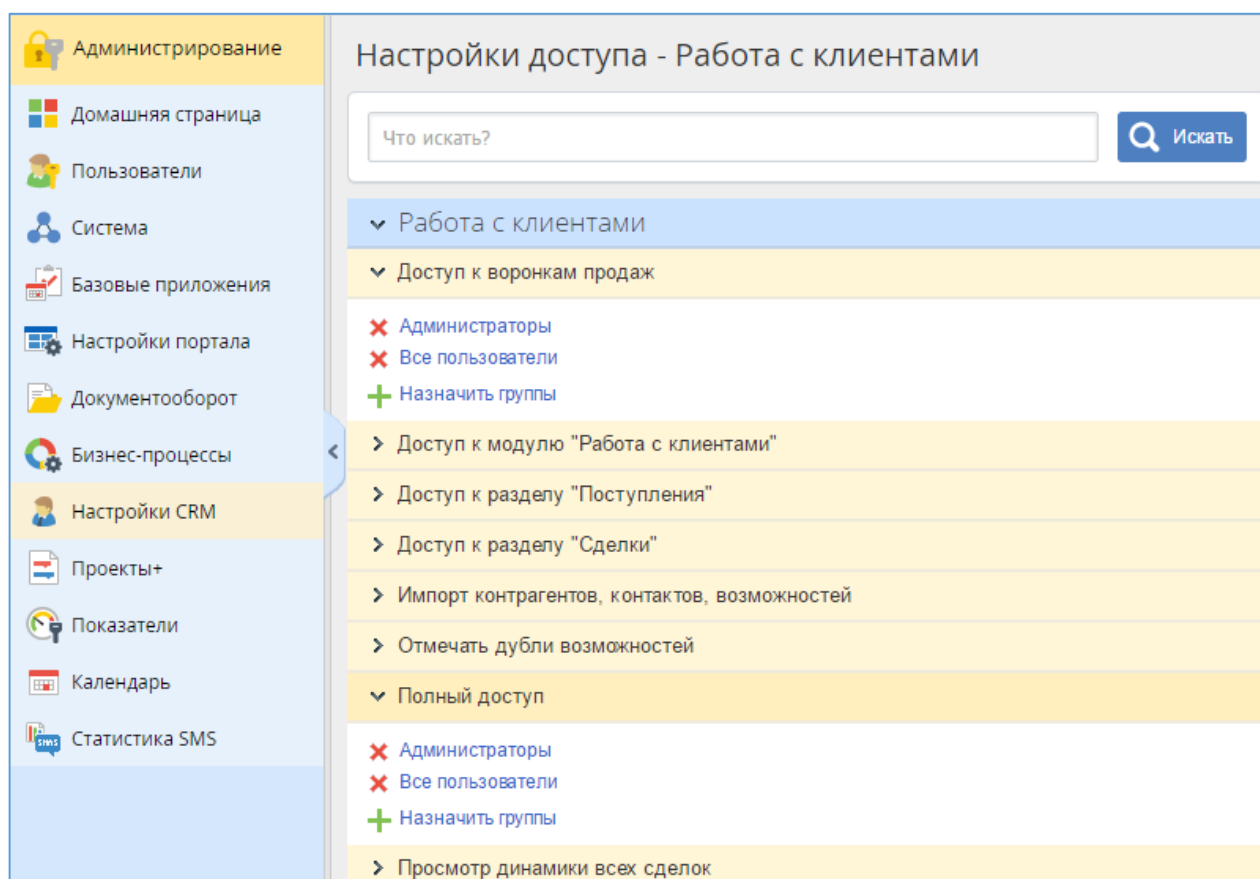


Рис. 202. Раздел Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа

Рекомендуется обратить особое внимание на панель **Полный доступ**, группа **Все пользователи** по умолчанию имеет на него права.

Настроим общие права доступа следующим образом:

- группа Все пользователи – Доступ к модулю "Работа с клиентами";
- группа Руководители – Полный доступ;
- группа Технические специалисты – Доступ к разделу "Сделки" и Доступ к разделу "Создание контакта";
- группам отдела продаж – доступ к разделам Доступ к воронкам продаж, Доступ к разделу "Поступления", Доступ к разделу "Сделки", Просмотр динамики сделок, Создание возможности, Создание контакта, Создание сделки, Создание "Физическое лицо", Создание "Юридическое лицо".

5.2.2. Доступ к карточкам контрагентов, возможностей и сделок

Кроме общего доступа к разделам CRM, в системе ELMA могут быть настроены права доступа к каждой карточке контрагента, возможности и сделки. Во время работы с данными объектами CRM права доступа могут изменяться.

Права доступа в данных объектах вынесены на отдельную вкладку **Доступ** (Рис. 203). На ней отображены следующие права доступа:

- Унаследованные права:
 - **Возможности** и **Контрагенты** наследуют права из **Категорий** (см. Раздел 5.2.3);
 - **Сделки** наследуют права из **Контрагентов**;
- Дополнительные права – права доступа по умолчанию, их получает каждая созданная запись.

Рис. 203. Вкладка "Доступ" в карточке потенциального клиента

Права доступа разделяются на следующие уровни:

- **Просмотр** – права на просмотр карточки объекта CRM, редактирование недоступно;
- **Добавление элемента** – права на создание дочернего объекта CRM;
- **Редактирование возможности** – права на изменение данных в карточке;
- **Выдача прав** – выдача прав доступа к карточке объекта CRM другому пользователю системы;
- **Полный доступ** – весь набор прав, перечисленных выше.

Регулировать доступ к объектам **Возможности**, **Контрагенты** и **Сделки** могут только пользователи, имеющие к данной записи доступ уровня **Выдача прав** и/или **Полный доступ**. При этом выдать права пользователь может не выше того уровня, который есть у него самого.

5.2.3. Настройка категорий и распределение

Категории контрагентов и возможностей в системе ELMA (Рис. 204) определяют список видимых контрагентов и возможностей для различных пользователей системы в зависимости от настроенных для них правил (категорий), также разделяют уровни доступа к карточкам контрагентов и возможностей. Например, данная возможность может быть использована для разделения контрагентов и возможностей по географическому признаку, по направлениям деятельности компании, по типу, по размерам компании и другим критериям (Рис. 204).

Рис. 204. Форма создания юридического лица с настроенными категориями

Система ELMA поддерживает возможность автоматического назначения категорий по заданным правилам. Это значительно упрощает работу пользователя при создании контрагента или возможности.

Далее рассмотрим настройку системы ELMA для работы с категориями возможностей и контрагентов. Она производится в следующем порядке:

1. Создание категорий, настройка привилегий для контрагентов и возможностей, настройка прав доступа. Производится в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Категории** (Рис. 205).
2. Пересчёт привилегий для категорий, для того чтобы новые права доступа вступили в силу.
3. Настройка правил автоматического присвоения категорий (не обязательно).

В дальнейшем при создании или редактировании **Возможности** и **Контрагента** пользователь должен указать категорию, если она не определяется автоматически. После сохранения изменений доступ к карточке контрагента будет организован согласно схеме доступа для данной категории. При использовании категорий, кроме прав, наследуемых из категории, контрагенты и возможности могут получить дополнительные права (Рис. 203). **Контрагент** и **Возможность** могут одновременно относиться к нескольким категориям. При этом наследуемые права суммируются.

По умолчанию в системе ELMA в списке категорий отображается системная категория **Без категории** (Рис. 205). Она предназначена для назначения прав доступа

по умолчанию. Если при создании **Контрагента** или **Возможности** какая-либо другая категория указана не была, то все права будут наследоваться из категории **Без категории**.

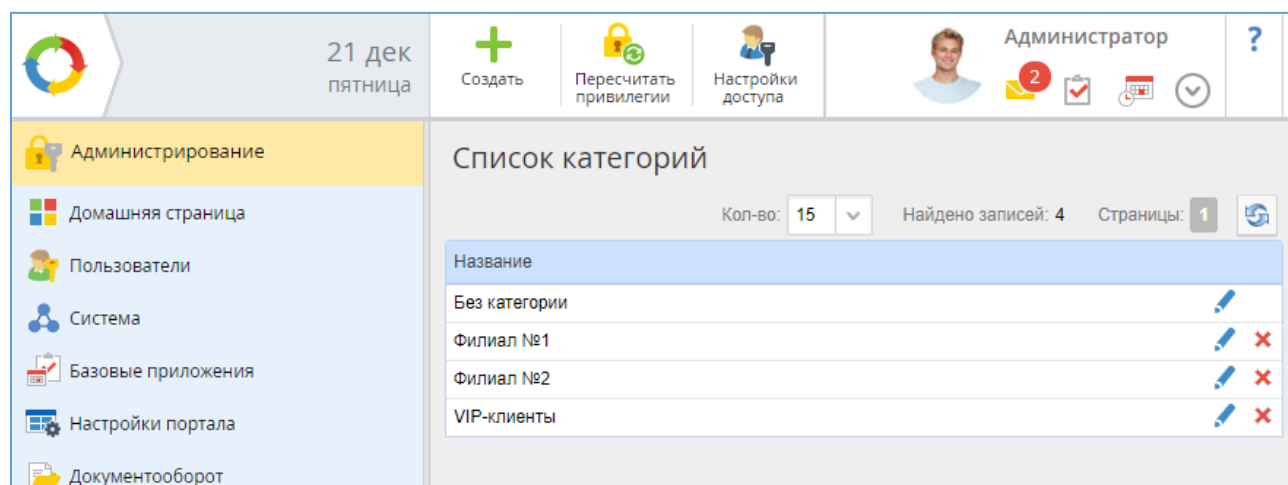


Рис. 205. Страница "Список категорий"

Настроим категории для клиентов из разных регионов страны. В рамках отдела продаж, как было ранее указано, каждый сотрудник работает с клиентами определённых регионов. В разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Категории** требуется нажать на кнопку **Создать** в верхней панели (Рис. 206).

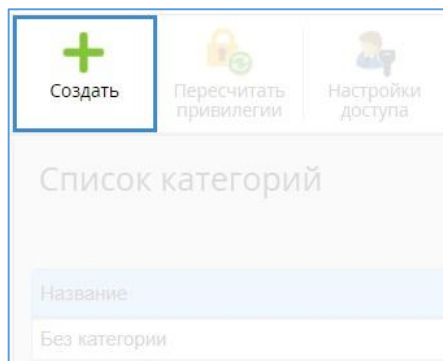


Рис. 206. Кнопка создания категории

На странице создания категории потребуется ввести название и установить права доступа для пользователей системы. Сохранение изменений производится с помощью кнопки **Сохранить** в верхнем меню страницы. На Рис. 207 представлен пример настройки категории **Центральные регионы**. При такой настройке контрагентов из данной категории могут редактировать пользователи, входящие в группу **Руководители**. Пользователи, входящие в группу **Руководители**, также смогут выдавать права доступа для данного контрагента любым другим пользователям системы.

Просматривать и добавлять дочерние объекты контрагентов и возможностей в данной категории смогут только те пользователи отдела продаж, которые входят в группу **Отдел продаж Центр**.

Создавать и просматривать возможности данной категории смогут пользователи, входящие в группу **Отдел продаж Центр, Руководители. Технические специалисты** и сотрудники бухгалтерии смогут только просматривать карточки контрагентов.

Создать категорию

Название *

Шаблон привилегий для контрагентов

	Просмотр контрагента	Добавление элементов	Редактирование контрагента	Выдача прав	Полный доступ
✖ Отдел продаж Центр	☒	☒	☐	☐	☐
✖ Руководители	☒	☒	☒	☒	☒
✖ Технические специалисты	☒	☐	☐	☐	☐
✖ Начальник отдела Бухгалтерия	☒	☐	☐	☐	☐
✖ Сотрудник отдела Бухгалтерия	☒	☐	☐	☐	☐

+ Добавить

Шаблон привилегий для возможностей

	Просмотр возможности	Добавление элементов	Редактирование возможности	Выдача прав	Полный доступ
✖ Отдел продаж Центр	☒	☒	☐	☐	☐
✖ Руководители	☒	☒	☒	☒	☒
✖ Технические специалисты	☒	☒	☐	☐	☐

+ Добавить

Рис. 207. Создание категории

Подобным образом создадим еще четыре категории для других регионов: **Южные регионы, Северо-западные регионы, Сибирь, Урал, Дальний Восток**. Страница со списком категорий будет выглядеть как на Рис. 208.

Для того чтобы настройки прав доступа вступили в силу, требуется нажать на кнопку **Пересчитать привилегии** в верхнем меню страницы (Рис. 208). После нажатия на кнопку появится окно с предупреждением **Запустить применение накопленных разрешений**, в котором потребуется подтверждение действия. Процесс может занять продолжительное время. Если изменения в категориях

происходят на большой действующей базе контрагентов, то рекомендуется производить пересчёт привилегий в нерабочее время.

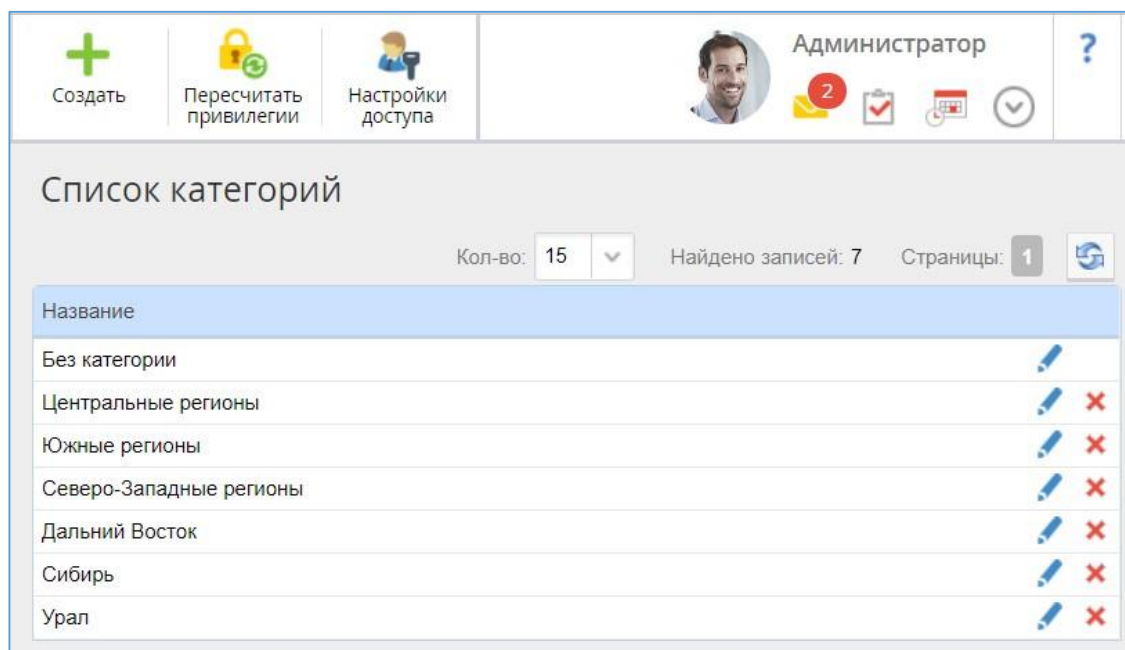


Рис. 208. Список категорий

После настройки категорий карточка **Контрагента** или **Возможности**, в которой указана категория, будет иметь наследуемые права доступа (Рис. 209).

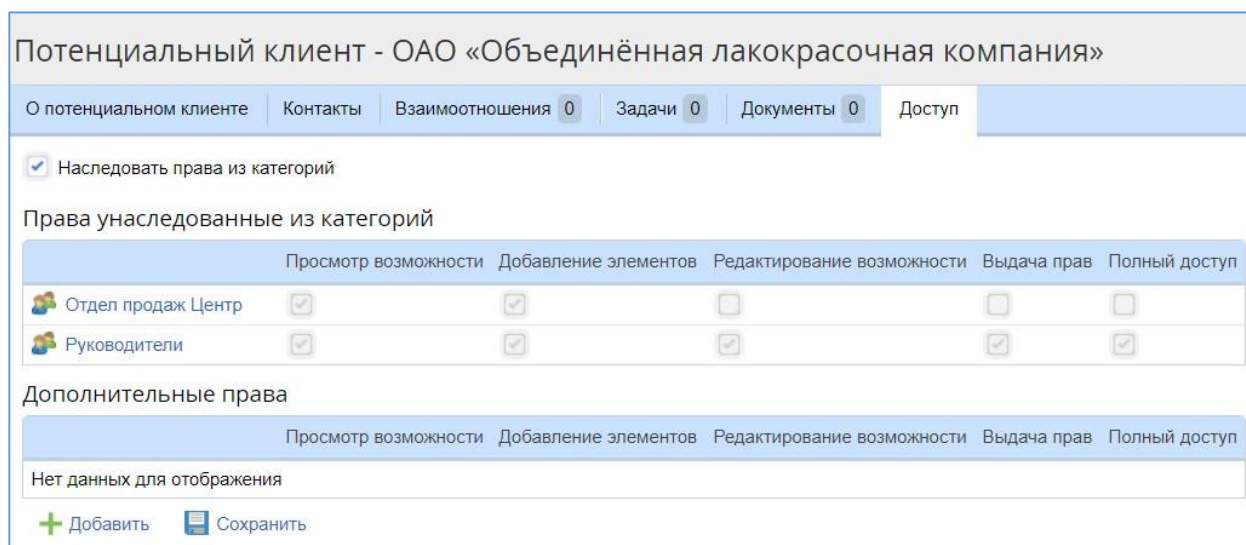


Рис. 209. Вкладка "Доступ" карточки **Возможности** с правами доступа, наследуемыми от категории

Рассмотрим автоматическую настройку распределения контрагентов и возможностей по категориям. Для автоматического распределения требуется создать **Правила автоматического присвоения категорий**. Правила создаются

Администратором системы в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Правила назначения категорий** (Рис. 210).

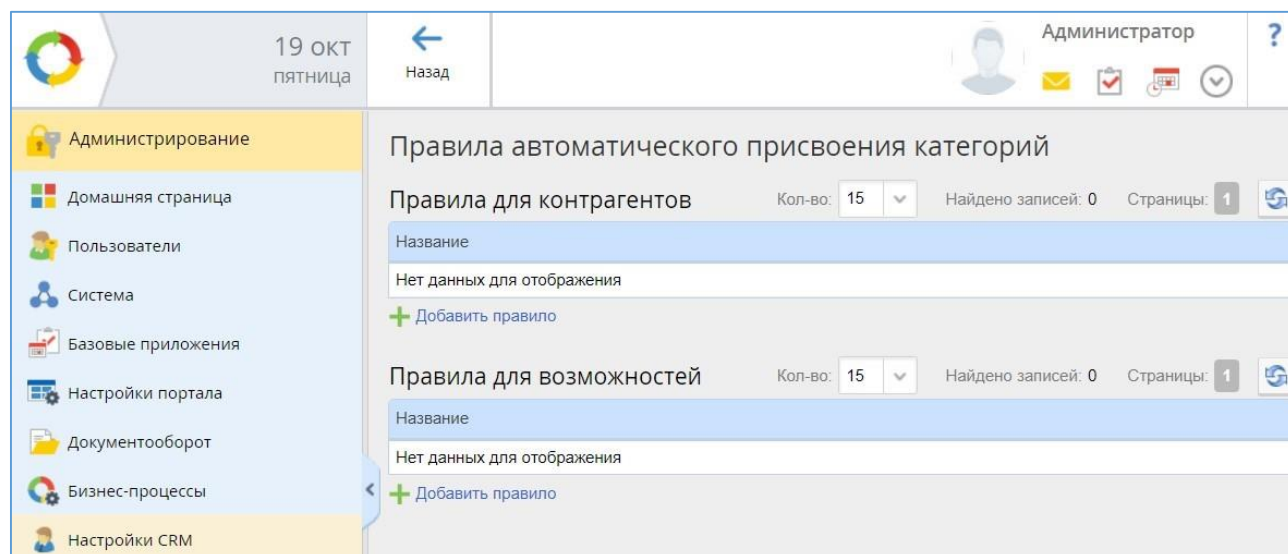


Рис. 210. Раздел "Администрирование – Работа с клиентами – Правила автоматического присвоения категорий"

Рассмотрим создание правила автоматического присвоения категории по географическому признаку. Для этого внесём в справочник **Региональная группа** федеральные округа РФ, затем соотнесём их с принятым в компании разделением по географическому признаку.

Заполним справочник **Региональная группа** данными, указанными на Рис. 211. Общий принцип заполнения справочников описан в Разделе 3.2.3.

Регион	
Центральный ФО	 
Северо-Западный ФО	 
Южный ФО	 
Северо-Кавказский ФО	 
Приволжский ФО	 
Уральский ФО	 
Сибирский ФО	 
Дальневосточный ФО	 

Рис. 211. Заполненный справочник "Региональная группа"

Для создания правила требуется нажать на кнопку **Добавить правило**, расположенную ниже списка правил для **Контрагентов** или **Возможностей** (Рис.

210). На открывшейся странице необходимо указать название правила, категории, к которым будет относиться контрагент или возможность, и выбрать значения свойств, которые влияют на назначение категорий. Создадим простое правило для распределения контрагентов в категорию **Центральные регионы**: тип клиента **Постоянный клиент** и региональная группа **Центральный ФО**. Страница добавления такого правила представлена на Рис. 212. Для сохранения правила требуется нажать на кнопку **Сохранить** в верхнем меню страницы.

Создать правило

▼ Параметры правила

Название правила *

Категории

▼ Правило назначения категорий

EQL-поиск ☒ [Справка по EQL ?](#)

Тип объектов

Годовой доход до

Телефон

Страна

Email

Регион

Наименование

Район

Тип

Город

Отрасль

Нас. Пункт

Региональная группа

Улица

Ответственный

Дом

Маркетинг

Номер помещения

Факс

ИНН

Партнер

Дата создания по

День компании по

Рис. 212. Страница создания правила для автоматического распределения контрагентов по категориям

Для южных регионов создадим правило с использованием EQL-поиска. Общий принцип его работы описан в Разделе 3.4.1.1. Категория **Южные регионы** будет присваиваться клиентам, относящихся к Южному ФО и Северо-Кавказскому ФО. Для этого на странице создания (Рис. 213) правила введём название правила, выберем категорию, к которой будет относиться контрагент, установим **Тип объектов – Контрагент**, **Тип – Постоянный клиент**, а принадлежность к региональным группам

установим с помощью EQL. Для региональных групп в строке **EQL-поиск** введём "Region in (103, 104)", где 103 и 104 – это Id записей Южный ФО и Северо-Кавказский ФО в справочнике **Региональная группа**.

Рис. 213. Страница создания правила с использованием EQL-поиска

Обратим внимание, Id записей отличаются на каждом из серверов ELMA. Узнать Id можно в веб-приложении в справочнике **Региональная группа**. Указанное на Рис. 214 число и есть необходимый идентификатор.

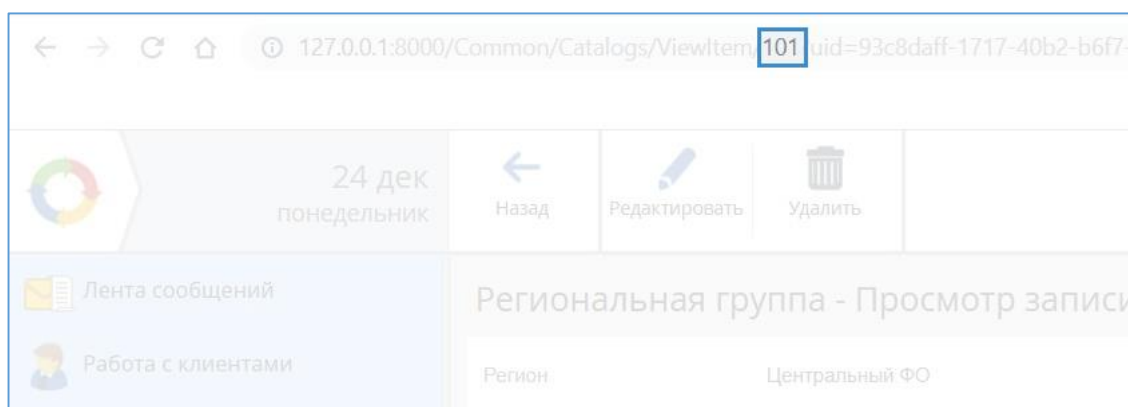


Рис. 214. Идентификатор региональной группы в адресной строке браузера

Теперь при сохранении или редактировании карточки контрагента, если данные контрагента удовлетворяют одному из правил назначения категорий, то ему автоматически назначаются указанные в правиле категории и пользователь увидит оповещение об автоматическом назначении категории (Рис. 215).

На примере ниже (Рис. 215) мы отредактировали карточку контрагента, сменив **Региональную группу** на **Центральный ФО**. Как следствие, его **Категория** – **Центральные регионы** – установилась автоматически.

Юридическое лицо - ООО Ортопедические решения

Юридическое лицо ООО Ортопедические решения сохранено успешно
Автоматически добавлены категории: Центральные регионы

О юридическом лице | Реквизиты | Активность | Контакты | Взаимоотношения 0 | Сделки 0 | Задачи 1 | Вложения 0

Наименование	ООО Ортопедические решения	Тип	Постоянный клиент
ОПФ	Общество с ограниченной ответственностью	Партнер	
Региональная группа	Центральный ФО	День компании	
Отрасль	Розничная торговля	Сайт	
Годовой доход		Email	
Штат		Телефоны	
Ответственный	Иванов А.	Факс	
Описание		Категории	Центральные регионы
Маркетинговое воздействие	Не выбрано		

Рис. 215. Сохранение карточки контрагента с категорией, добавленной по правилу

При автоматическом назначении категорий также наследуются права доступа к карточке **Контрагента** и **Возможности**.

Далее рассмотрим, как ограничить права доступа к свойствам внутри объекта CRM.

5.2.4. Настройка прав доступа к полям и свойствам объектов CRM

С помощью настройки прав доступа к полям и свойствам объектов CRM можно разграничить доступ к важной информации внутри объекта CRM. Данные права доступа настраиваются Администратором системы в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа к полям и свойствам** (Рис. 216).

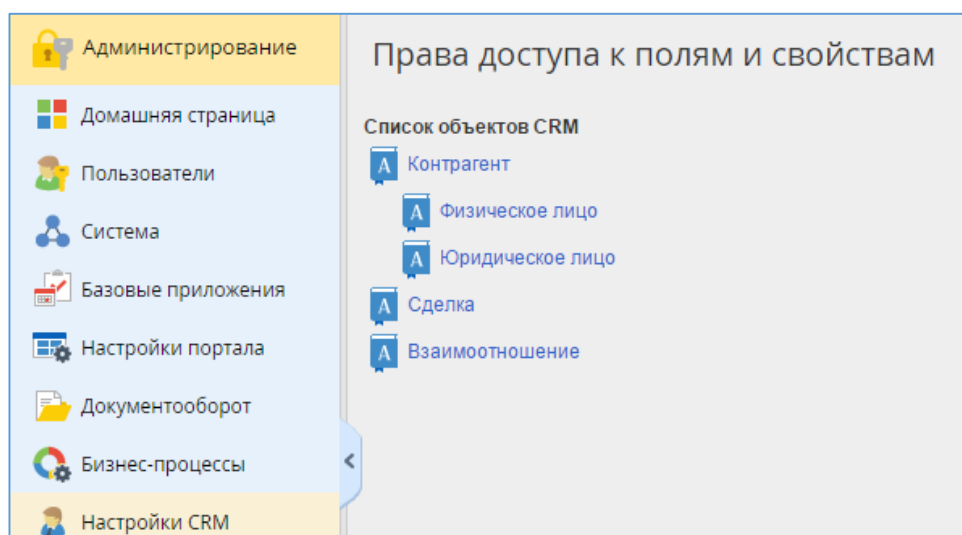


Рис. 216. Раздел "Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа к полям и свойствам"

Ограничивать права доступа можно как на существующие (системные), так и на добавленные поля и свойства объектов CRM. Нельзя скрыть поля, являющиеся наименованием объекта.

Для примера, ограничим доступ к свойству **Объём продаж** в объекте **Сделка**. В списке объектов на странице настройки доступа (Рис. 216) выберем объект **Сделка**, откроется страница **Права доступа к полям и свойствам объекта "Сделка"**. Нажмём на кнопку **Добавить**, в появившемся окне выберем в выпадающем списке свойство **Объём продаж** (Рис. 217) и нажмем на кнопку **Добавить**.

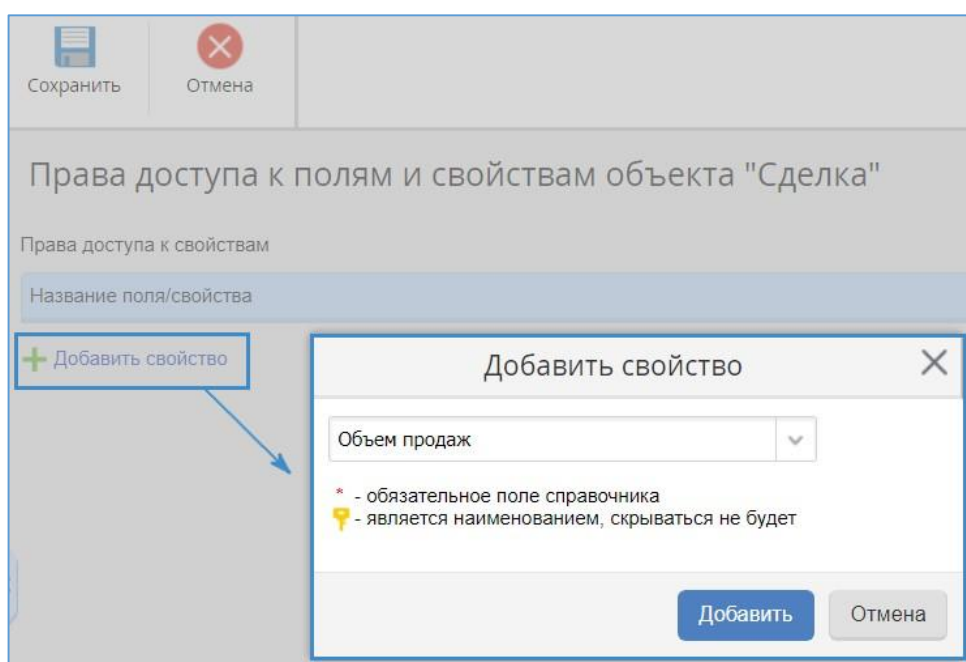


Рис. 217. Права доступа к полям и свойствам объекта "Сделка". Добавление свойства

По умолчанию все поля объекта **Сделка** доступны для просмотра и/или редактирования пользователям, имеющим соответствующие права на просмотр/редактирование объекта. После добавления свойства в список прав доступа к полям и свойствам требуется выбрать пользователей/роли и настроить им права доступа к данному полю (Рис. 218). Права доступа выдаются персонально пользователю, группе пользователей, элементам **Оргструктуры** и/или свойству (в случае с объектом **Сделка** – это **Автор** и **Ответственный**).

Название поля/свойства	Пользователи/Роли
✗ Объем продаж	Отсутствует доступ к данному свойству у всех пользователей

[+ Добавить](#)

Рис. 218. Добавление пользователей/ролей для настройки прав доступа к свойству объекта

Для свойства **Объём продаж** установим права доступа как на Рис. 219. Для того чтобы изменения вступили в силу, требуется нажать на кнопку **Сохранить** на верхней панели инструментов.

Название поля/свойства	Пользователи/Роли	Просмотр свойства справочника	Редактирование свойства справочника
✗ Объем продаж	✗ Ответственный	☒	☒
	✗ Коммерческий директор	☒	☒
	✗ Руководители	☒	☐

[+ Добавить](#)

[+ Добавить свойство](#)

Рис. 219. Настройка прав доступа к свойству "Объём продаж" объекта "Сделка"

После настройки редактировать свойство **Объём продаж** сможет только пользователь, занимающий должность **Коммерческий директор** и пользователь, указанный ответственным за сделку. Свойство также доступно для просмотра

пользователям, входящим в группу **Руководители**. Другим пользователям системы, имеющим доступ к сделке, данное свойство отображаться не будет.

На Рис. 220 приведены примеры карточек сделок при наличии и отсутствии прав на просмотр значений в поле **Объём продаж**.

Сделка - Упаковка картон

О сделке Взаимоотношения 0 Продукты 0 Задачи 0

Контрагент	Новый мир
Наименование	Упаковка картон
Объём продаж	20 000,00
Валюта	Не выбрано
Приоритет	Средний
Краткий статус	
Ответственный	Иванов А.
Стадия сделки	Не выбрано
Статус	Активна

Сделка - Упаковка картон

О сделке Взаимоотношения 0 Продукты 0 Задачи 0

Контрагент	Новый мир
Наименование	Упаковка картон
Валюта	Не выбрано
Приоритет	Средний
Краткий статус	
Ответственный	Иванов А.
Стадия сделки	Не выбрано
Статус	Активна

Рис. 220. Просмотр объекта "Сделка" без ограничений прав доступа к свойству "Объём продаж" и с ограничениями

Поля и свойства, доступ к которым ограничен, будут также недоступны для добавления в столбцы **Таблицы данных** для отображения. Ограничивать доступ можно одновременно к различным свойствам объекта с уникальными правами доступа.

5.3. Активная воронка продаж

Основным инструментом по организации сложных продаж в CRM является **Активная воронка продаж** – воронка продаж, в которой при переходе с одной стадии сделки на другую осуществляется запуск бизнес-процесса. В ходе выполнения бизнес-процесса могут проверяться определенные условия и/или осуществляться действия, необходимые для перехода на следующую стадию сделки.

Функционал активной воронки продаж доступен только при наличии активированного **приложения ELMA CRM+**.

Для корректного функционирования активной воронки продаж требуется, чтобы в бизнес-процессах обязательно присутствовала и выполнялась операция смены стадии сделки.

На примере компании, описанной в [начале этой главы](#), рассмотрим стадии создания активной воронки продаж:

1. Создание воронки продаж и стадий сделки.
2. Разработка бизнес-процессов для стадий сделки.
3. Привязка бизнес-процессов к переходам между стадиями сделки.

Создание самой воронки продаж подробно рассмотрено в Разделе 3.3.3. Создадим новую воронку продаж (Рис. 221) со следующими стадиями:

1. Первичный контакт.
2. Коммерческое предложение.
3. Заключение договора.
4. Отгрузка и монтаж оборудования.
5. Закрытие сделки.

Воронка продаж - Редактирование записи

Название *

Стадии сделки *

	Id	Название	Цвет	Сужение воронки (%)	Процесс
	201	Первичный контакт	#005824	100	
	202	Коммерческое предложение	#007236	80	
	203	Заключение договора	#00a650	50	
	204	Отгрузка и монтаж оборудования	#7dc473	40	
	205	Закрытие сделки	#a4d49d	40	

Добавить стадию

Рис. 221. Воронка продаж

Для рассматриваемой компании создадим два типа сделок – **Поставка и монтаж оборудования** и **Поставка оборудования** – для того, чтобы различать сделки, в которых производилась не только отгрузка продукции, но ещё и были привлечены специалисты компании для монтажа. Оба типа сделки свяжем с созданной воронкой продаж (Рис. 222).

Рис. 222. Связь типа сделки с воронкой продаж

Далее переходим к разработке бизнес-процессов, которые будут запускаться при переходе сделки в следующую стадию. Создание бизнес-процессов для всех переходов между стадиями сделки не обязательно.

Процессы активной воронки продаж разрабатываются в Дизайнере ELMA, как обычные бизнес-процессы, однако с некоторыми особенностями:

- обязательное наличие входной переменной типа **Сделка**;
- настройка смены стадий сделки с помощью операции **Изменение свойств сделки** или сценария на определенном этапе бизнес-процесса;
- для хранения в процессе исходной и новой стадий сделки требуется наличие двух входных переменных типа **Стадия сделки**;
- у пользователя, настраивающего смену стадий сделки с помощью процессов, должны быть права на запуск данных процессов.

Создадим бизнес-процесс "Согласование коммерческого предложения", который будет запускаться при переходе из стадии **Первичный контакт** на стадию **Коммерческое предложение**. Создание бизнес-процессов описано в Разделе 4.2.1 данного руководства, [справке по системе](#), а также в [Кратком руководстве по Платформе ELMA BPM](#). Ниже разберём основные особенности разработки бизнес-процесса для активной воронки продаж.

Для разработки бизнес-процессов будем использовать организационную структуру, представленную на Рис. 182. Для работы в веб-приложении ELMA оргструктуру необходимо опубликовать.

Предположим, что работа с коммерческим предложением (КП) в компании ведётся следующим образом (Рис. 223): менеджер отдела продаж выясняет потребности клиента и готовит текст КП. Затем КП последовательно согласуют Начальник отдела продаж, Главный инженер (проверяет номенклатурный состав КП и соответствие предлагаемого оборудования запросу клиента), Руководитель отдела логистики (согласует сроки поставки оборудования). Если сумма КП более 100 тыс. руб., оно дополнительно согласуется у Коммерческого директора. Затем согласованное КП отправляется клиенту. Возможны корректировки КП в случае отказа в согласовании любым из участников согласования, а также по запросу от клиента.

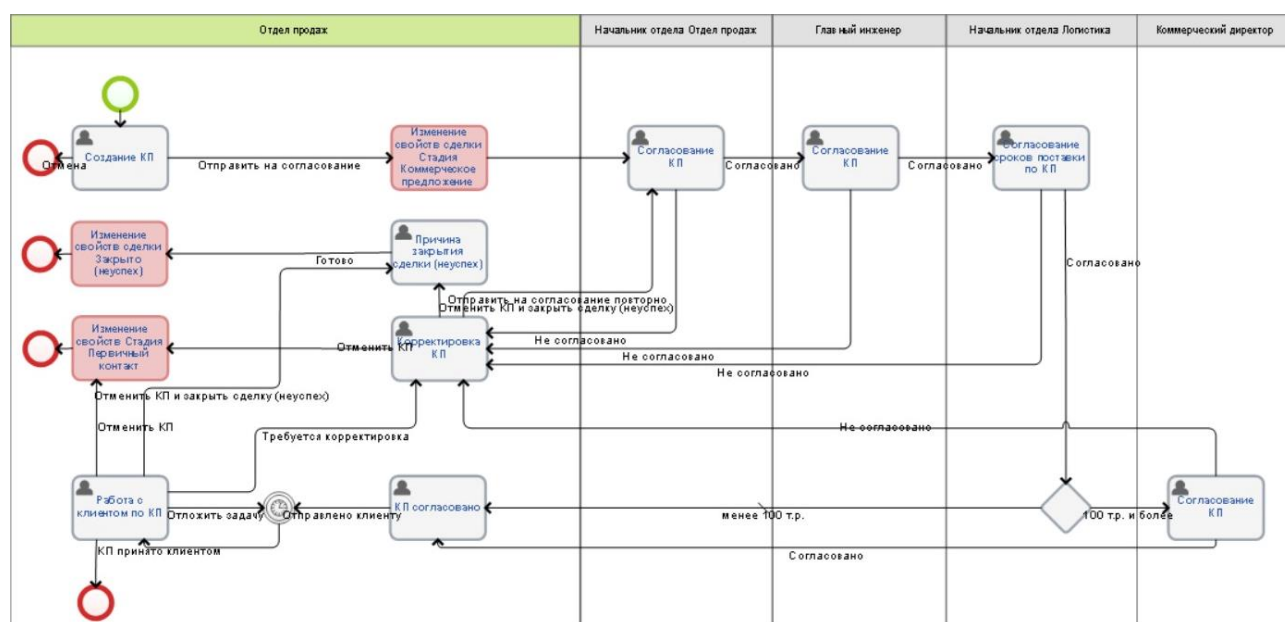


Рис. 223. Карта бизнес-процесса "Согласование коммерческого предложения"

В текущем разделе рассмотрим настройку основных элементов процесса (Рис. 224).

Отображаемое имя	Имя свойства	Тип	Поиск	Входно	Выход
Базовые свойства					
Сделка	Deal	Сделка (Объект)	☒	☒	☐
Исходная стадия	InitialStage	Стадия сделки (Объект)	☐	☒	☐
Новая стадия	NewStage	Стадия сделки (Объект)	☐	☒	☐
Тип сделки	DealType	Тип сделки (Объект)	☐	☐	☐
Контрагент	Contractor	Контрагент (Объект)	☐	☐	☐
Стадия сделки	DealStage	Стадия сделки (Объект)	☐	☐	☐
Отдел продаж	Salesforce	Пользователь (Объект)	☐	☐	☐
Коммерческое предложение	FeeProposal	Файл	☐	☐	☐

Рис. 224. Контекстные переменные для процессов воронки продаж

В процессе используется операция **Изменение свойств сделки**, с помощью которой устанавливается новая стадия сделки. Данная операция находится в левой панели Дизайнера ELMA в разделе **Plug-ins – Пользовательские расширения – CRM Expert**. Подробнее см. в Разделе 4.2.5.2.

В зависимости от пути исполнения процесса с помощью данного пользовательского расширения можно устанавливать различные стадии сделки. В представленном процессе используется три операции по изменению свойств сделки:

1. **Изменение свойств сделки "Стадия "Коммерческое предложение"** (Рис. 225) – при прохождении процесса через данный элемент происходит изменение стадии сделки, которая устанавливается после отправки КП на согласование. Если первую задачу процесса пользователь выполнил с переходом **Отмена**, то стадия сделки не изменяется.
2. **Изменение свойств сделки "Закрыто (неуспех)"** (Рис. 226) – при прохождении процесса через данный элемент происходит изменение статуса сделки на **Закрыто (неуспех)**. Сделка закрывается на стадии **Коммерческое предложение**.
3. **Изменение свойств сделки "Стадия Первичный контакт"** (Рис. 227) – при прохождении процесса через данный элемент происходит возврат на стадию **Первичный контакт**, КП отменяется.

Отметим, что на рисунках ниже данные в столбце **Контекст процесса** в параметре **Стадия сделки** заполнены с помощью идентификатора (Id), который автоматически присваивается **Стадиям сделки** при настройке воронки продаж (см. Рис. 221). Подчеркнём, что в разных конфигурациях идентификаторы могут отличаться.

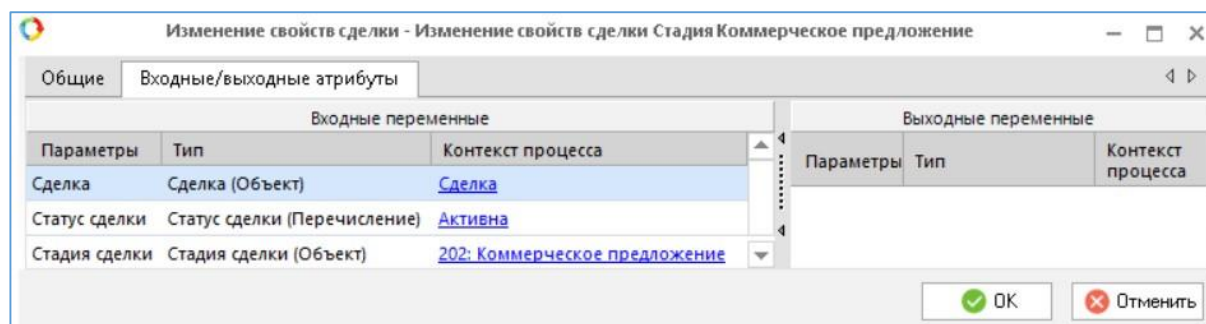


Рис. 225. Изменение свойств сделки "Стадия Коммерческое предложение"

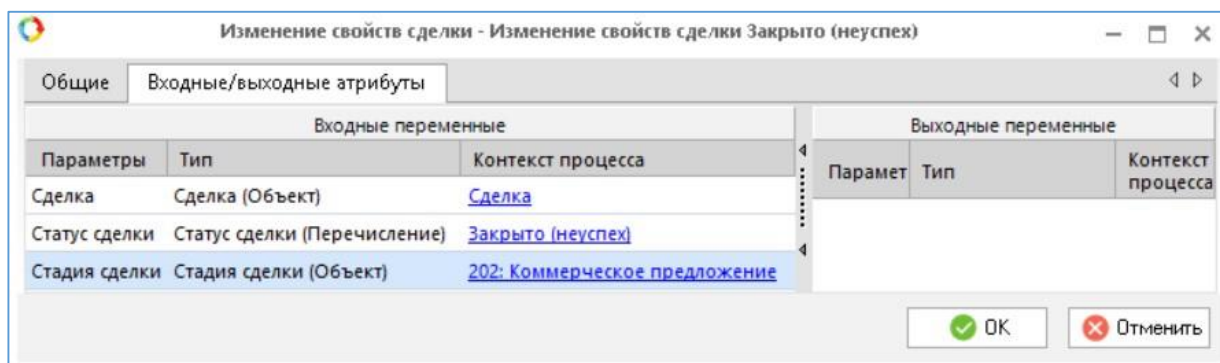


Рис. 226. Настройка операции "Изменение свойств сделки Закрото (неуспех)"

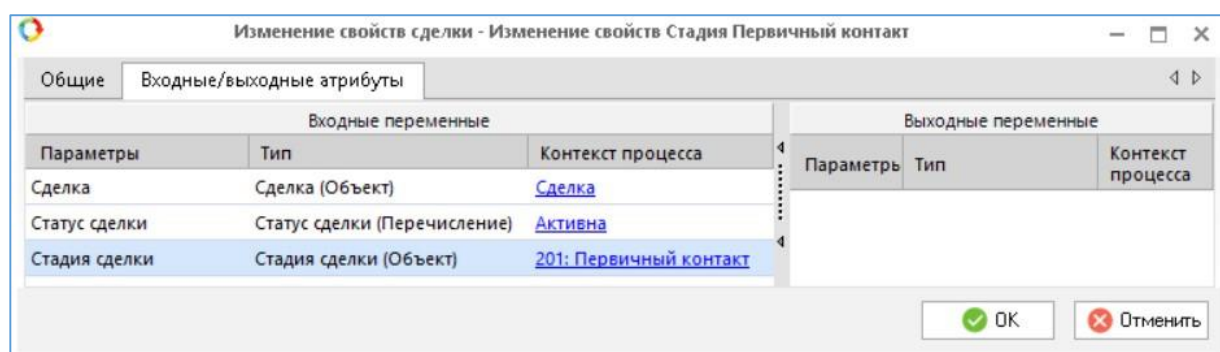


Рис. 227. Настройка операции "Изменение свойств сделки Стадия Первичный контакт"

Пример настройки задачи "Создание коммерческого предложения" представлен на Рис. 228. Исполнитель задачи (Менеджер отдела продаж) должен обязательно вложить файл с КП, при необходимости ввести комментарии.

Пользовательская Задача - Создание КП

Общие | Форма (контекст) | Настройки формы | Время выполнения | Переходы | Дополнительно | Регламент

Тип формы: ☒ Простая форма ☐ Конструктор форм

+ Добавить | Перенести → | ↑ Выше | ↓ Ниже | ✎ Редактировать | ✖ Удалить

Все свойства

Свойство	Название на форме	Обя	Толь	Сцен
Сделка	Сделка	☐	☒	
Контрагент	Контрагент	☐	☒	
Тип сделки	Тип сделки	☐	☒	
Стадия сделки	Стадия сделки	☐	☒	
Дата начала	Дата начала	☐	☒	
Коммерческое предложение	Коммерческое предложение	☒	☐	
Сумма, руб.	Сумма, руб.	☒	☐	
Комментарий ответственного	Комментарий ответственного	☐	☐	

Переходы

Название перехода	Форма	Сценарий
Отправить на согласование		
Отмена		

Сценарий при загрузке формы

Не выбран | Указать сценарий

OK | Отменить

Рис. 228. Настройка задачи "Создание коммерческого предложения"

Настроим шаблон для наименования экземпляров процесса следующим образом: **Согласование КП для "Название контрагента" по сделке "Название сделки"**. Общий принцип наименования экземпляров процесса описан в Разделе 4.2.4 данного руководства. Созданный бизнес-процесс требуется опубликовать для дальнейшей работы с ним.

В процессах активной воронки продаж часто используются элементы документооборота, например, полноценные типы документов или согласование с помощью операций документооборота приложения **ELMA ECM+**. Подробнее о работе с данным приложением можно узнать в [справке по системе](#) и [Кратком руководстве по приложению ELMA ECM+](#).

Перейдём к последнему этапу настройки активной воронки продаж – привязке бизнес-процесса к смене стадий сделки. Данная настройка производится на странице редактирования **Воронки продаж** (Рис. 221) в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Воронка продаж**.

Для привязки бизнес-процесса к смене стадий сделки откроем стадию **Коммерческое предложение** в режиме редактирования (с помощью кнопки ) и в всплывающем окне заполним следующие настройки (Рис. 229):

- **Процесс** – бизнес-процесс, который будет запускаться при переходе на стадию **Коммерческое предложение**. В данном случае это процесс "Согласование коммерческого предложения";
- **Контекстная переменная исходной стадии сделки** и **Контекстная переменная новой стадии сделки** – если в процессе есть входные переменные для стадий сделки, их требуется указать в свойствах;
- **Название экземпляра** – используется, если название экземпляра бизнес-процесса отличается от того, который был настроен в Дизайнере ELMA при разработке процесса.

Рис. 229. Редактирование стадии воронки продаж

После настройки требуется нажать на кнопку **ОК** в окне редактирования стадии (Рис. 229), затем кнопку **Сохранить** (Рис. 230) на странице редактирования воронки продаж. Название процесса, привязанного к переходу между стадиями, отражается в столбце **Процесс** (Рис. 230).

Воронка продаж - Редактирование записи

Название * Основная воронка продаж

Стадии сделки *

Id	Название	Цвет	Сужение воронки (%)	Процесс
201	Первичный контакт	#005824	100	
202	Коммерческое предложение	#007236	80	Согласование коммерческого предложения
203	Заключение договора	#00a650	50	
204	Отгрузка и монтаж оборудования	#7dc473	40	
205	Закрытие сделки	#a4d49d	40	

+ Добавить стадию

Рис. 230. Воронка продаж с привязанным процессом

После сохранения изменений при установке стадии **Коммерческое предложение** для сделок типов **Поставка и монтаж оборудования** и **Поставка оборудования** будет автоматически запускаться процесс "Согласование коммерческого предложения", инициатором которого будет пользователь, изменяющий стадию. Стадия сделки с **Первичного контакта** на **Коммерческое предложение** изменится только после выполнения операции бизнес-процесса **Изменение свойств сделки "Стадия "Коммерческое предложение"**.

По каждой сделке может быть запущен только один экземпляр процесса, привязанный к стадии сделки. При повторной попытке перейти на любую стадию сделки появится предупреждение о ранее запущенном процессе, в котором может быть выбрано одно из действий (Рис. 231):

- **Прервать** – запущенный ранее процесс будет прерван;
- **Продолжить** – запущенный ранее процесс останется в работе;
- **Отмена** – отмена изменения стадии.

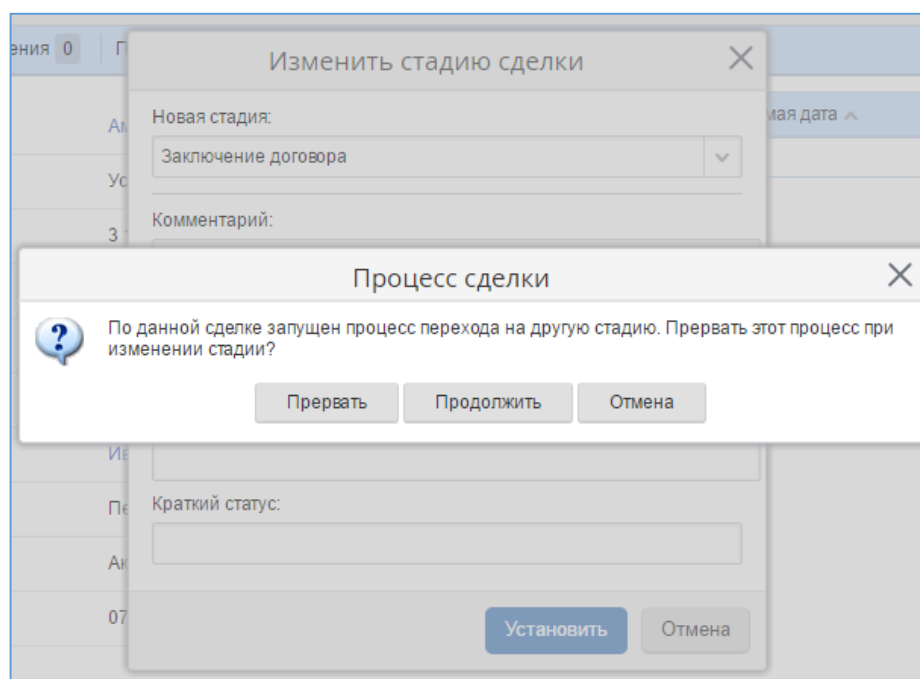


Рис. 231. Предупреждение о запущенном процессе при изменении стадии сделки

Можно создать ещё один простой бизнес-процесс, который будет запускаться при переходе на стадию **Закрытие сделки**. Задача процесса: согласовать закрытие сделки Руководителем отдела продаж и получить подтверждение от Бухгалтерии о том, что оплата произведена, а подписанные оригиналы необходимых документов получены. Карта такого бизнес-процесса представлена на Рис. 232.

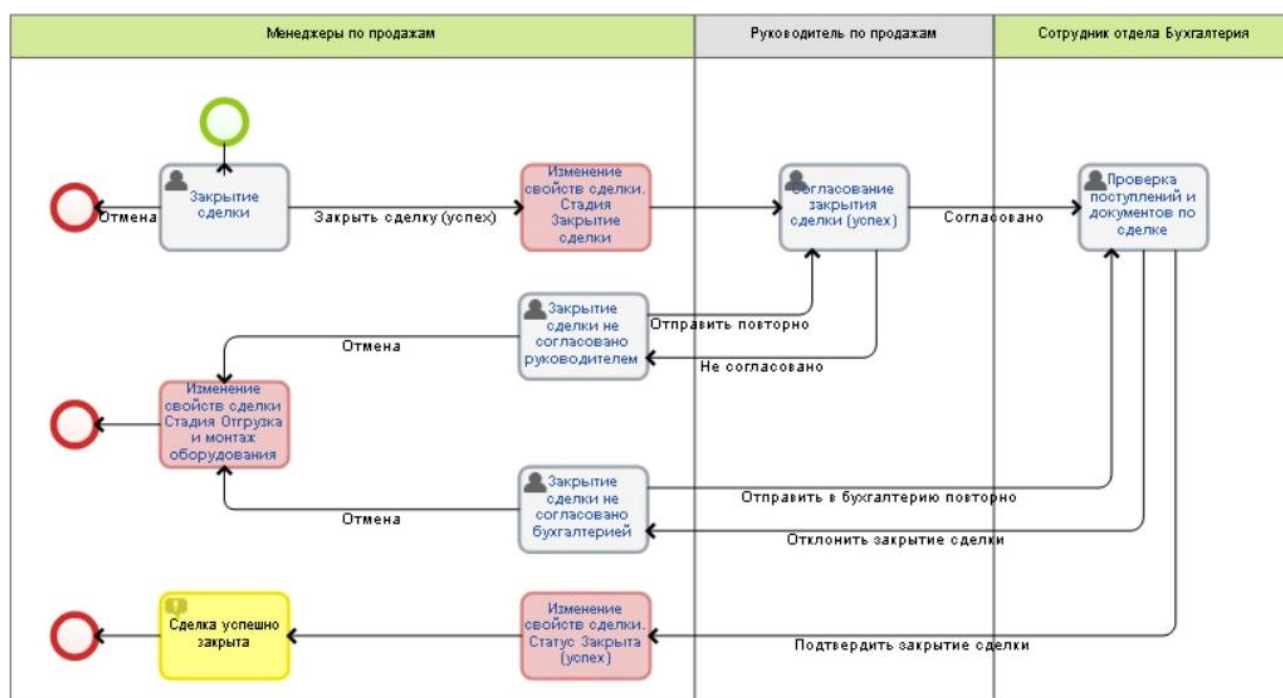


Рис. 232. Карта бизнес-процесса "Закрытие сделки"

В процессе три зоны ответственности:

- **Отдел продаж.** Инициатор процесса закрытия сделки – менеджер отдела продаж или руководитель отдела продаж;
- **Начальник отдела продаж.** Руководитель отдела продаж – проверяет достаточность информации по сделке, согласовывает её закрытие;
- **Бухгалтерия.** Сотрудник бухгалтерии – проверяет, есть ли задолженность по сделке, а также наличие всех оригиналов документов.

В бизнес-процессе "Закрытие сделки" используется две операции по изменению свойств сделки. Заполняются они по аналогии с тем, как заполнены поля на Рис. 225 – Рис. 227:

1. **Изменение свойств сделки. Стадия "Закрытие сделки"** – при прохождении процесса через данный элемент происходит изменение стадии сделки на **Закрытие сделки**.
2. **Изменение свойств сделки. Статус "Закрыта (успех)"** – при прохождении процесса через данный элемент происходит изменение статуса сделки на **Закрыто (успех)**. Работа по сделке завершается.
3. **Изменение свойств сделки Стадия "Отгрузка и монтаж оборудования"** – в случае, если закрытие сделки по тем или иным причинам отклонено руководством отдела продаж или бухгалтерией, при прохождении процесса через данный элемент происходит изменение стадии сделки на предыдущую – **Отгрузка и монтаж оборудования**.

Подобным образом с использованием плагинов блока **CRM Expert** можно создавать и настраивать бизнес-процессы, для каждой стадии сделки, в зависимости от требований, предъявляемых в той или иной компании к CRM.

5.4. Настройка отчётности

В приложении **ELMA CRM+** существуют встроенные инструменты для анализа работы отдела продаж.

Неотъемлемой частью любой системы, в том числе CRM, является раздел аналитики. Для удобства пользователей целесообразно настроить данный раздел таким образом, чтобы быстро получать информацию об эффективности продаж в различных срезах. В приложении **ELMA CRM+** для данных целей доступны следующие отчеты: **Воронка продаж, Динамика сделок, План поступлений**.

Помимо всего прочего, в разделе **Отчёты** руководством могут быть получены дополнительные сводные данные по эффективности работы отдельных сотрудников отдела продаж. Узнать больше о контроле исполнительской дисциплины можно в Главе 5 [Краткого руководства по внутреннему portalу ELMA](#).

Далее подробно рассмотрим работу с каждым из данных отчётов.

5.4.1. Отчёт "Воронка продаж"

Отчёт **Воронка продаж** – это классический инструмент для анализа воронки продаж, который позволяет проанализировать конверсию при переходе сделки из стадии в стадию. Этот отчёт доступен в разделе **Работа с клиентами – Воронки продаж** (Рис. 233). Можно использовать одновременно несколько воронок продаж, по каждой из которых данный отчёт будет доступен.

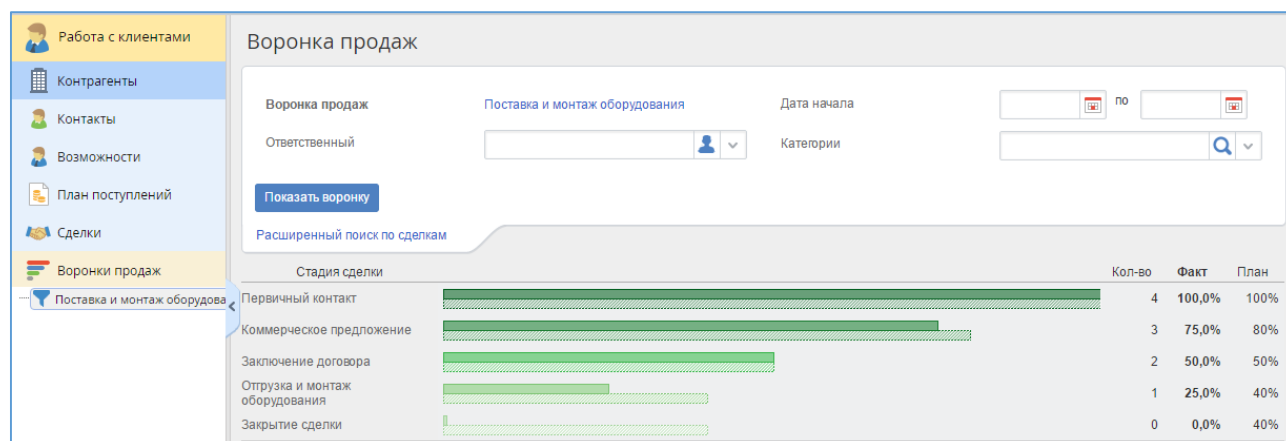


Рис. 233. Раздел "Работа с клиентами – Воронки продаж"

Для просмотра отчёта настраиваются общие права доступа в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа** (Рис. 202) с привилегией **Доступ к воронкам продаж**.

Отчёт представлен в виде диаграммы, отображающей количество сделок, которые проходили или находятся на каждой стадии воронки с указанием планового

и фактического значения. На диаграмме колонки, имеющие сплошную заливку, отображают фактическое значение, а заштрихованные – плановое.

На Рис. 233 представлен отчёт **Воронка продаж** без дополнительных параметров. Основные дополнительные параметры отчёта, вынесенные на страницу:

- **Ответственный** – в отчёте отображаются сделки, ответственными по которым являются заданные пользователи;
- **Дата начала** – отображение сделок, дата начала которых входит в заданный диапазон;
- **Категории** – отображение сделок по контрагентам заданных категорий.

Стадия сделки	Кол-во	Факт	План
Интерес к продукту	0	0,0%	100%
Подписание контракта	0	0,0%	60%
Планирование отгрузки	0	0,0%	50%
Оплата	0	0,0%	40%

Рис. 234. Расширенный поиск по сделкам в отчёте "Воронка продаж"

Также доступен расширенный поиск по сделкам, с помощью которого можно получать воронку продаж по различным параметрам. Например, на Рис. 234 показана воронка продаж по сделкам типа **Поставка оборудования** с ответственным за сделку пользователем – Александр Иванов.

Отчёт **Воронка продаж** позволяет проанализировать общую ситуацию по сделкам и увидеть, на какой из стадий работа с клиентом "проседает" и своевременно приложить максимум усилий для повышения эффективности взаимодействия с клиентом.

5.4.2. Отчёт "Динамика сделок"

Динамика сделок – это инструмент для получения информации о текущем состоянии сделок по выбранной воронке продаж, который позволяет отобразить необходимую информацию о количестве сделок на каждой стадии, а также количестве сделок, изменивших свою стадию или завершившихся успехом/неуспехом за выбранный период времени.

Отчёт доступен в разделе **Работа с клиентами – Динамика сделок** (Рис. 235).

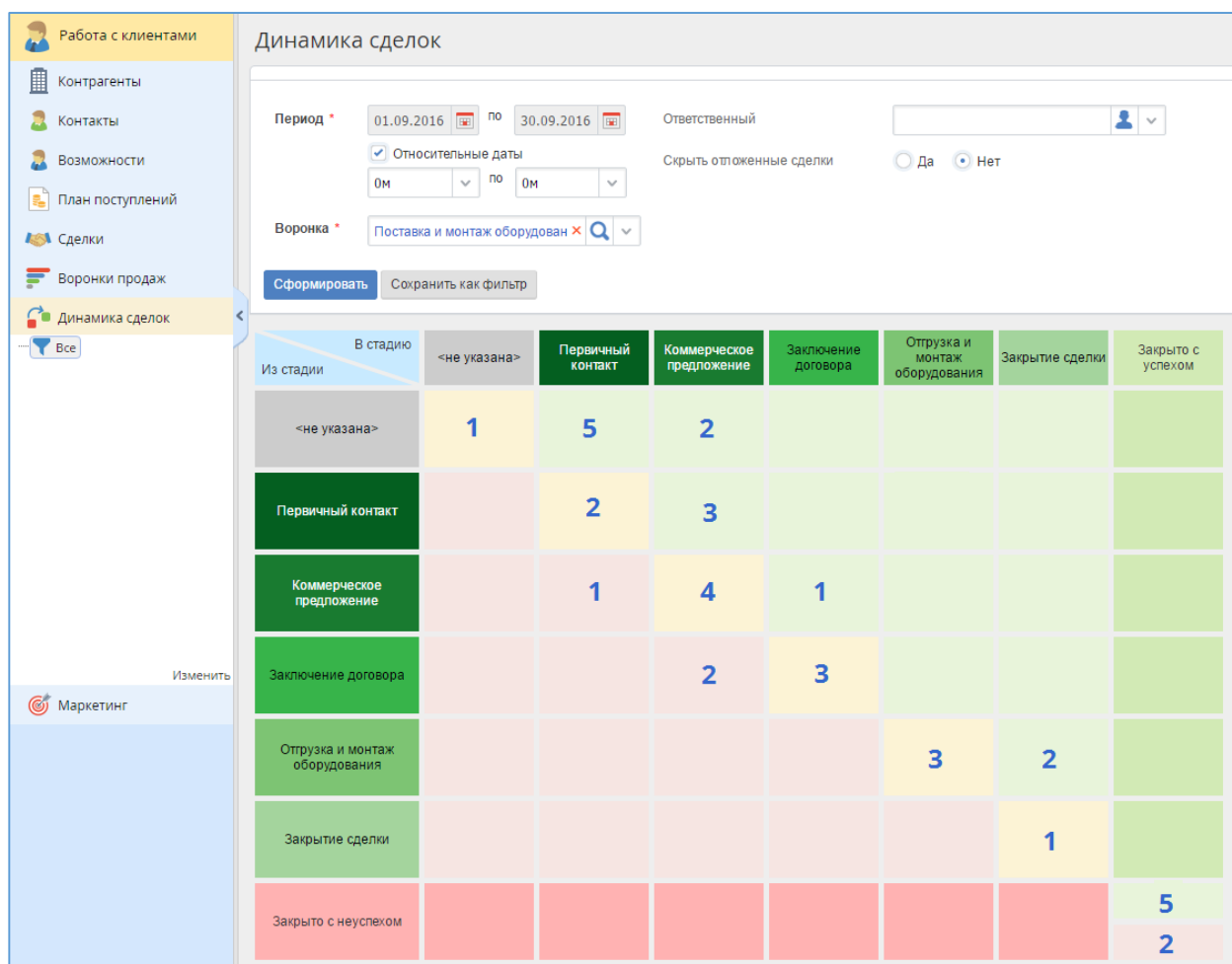


Рис. 235. Отчёт "Динамика сделок"

Для возможности просмотра отчёта настраиваются общие права доступа в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа** (Рис. 202), привилегия **Просмотр динамики сделок**.

Отчёт **Динамика сделок** отображается в виде таблицы. Строки и столбцы таблицы имеют названия стадий сделок по выбранной воронке продаж. Цвета названий стадий соответствуют цветам, определённым в воронке продаж.

По диагонали в жёлтых квадратах отображены сделки, стадия которых в течение заданного периода времени не изменилась.

Выше диагонали в светло-зелёных квадратах показано количество сделок с положительной динамикой, перешедших на следующую стадию в течение заданного периода времени. Предшествующая стадия указана в названии строки, текущая стадия – в названии столбца, на пересечении которых находится квадрат.

Ниже диагонали в светло-розовых квадратах отображено количество сделок с отрицательной динамикой, вернувшихся на предыдущую стадию в течение заданного периода времени. Предшествующая стадия указана в названии строки, текущая стадия указана в названии столбца, на пересечении которых находится квадрат.

В последнем столбце в зеленых квадратах отображается количество сделок, закрытых успешно.

В нижней строке в розовых квадратах отображается количество сделок, закрытых с неуспехом.

В нижнем правом квадрате в светло-зелёном прямоугольнике отображается общее количество сделок с положительной динамикой, а в светло-розовом прямоугольнике отображается общее количество сделок с отрицательной динамикой.

При нажатии на одно из чисел в данном отчете будет открыто окно, содержащее таблицу, в которой отображаются все сделки, составляющие данное число (Рис. 236).

<не указана> → Коммерческое предложение				
Сумма объема продаж: 2 687 616,00		Кол-во: 15	Найдено записей: 2	Страницы: 1
Наименование	Контрагент	Объем продаж	Ответственный	Дата создания
Установка конденсаторная VarSet	Свет	2 500 000,00	Иванов А.	09.09.2016 11:29
Шкаф телекоммуникационный со сборкой	ЕРК	187 616,00	Соколова Е.	09.09.2016 11:45

Рис. 236. Всплывающее окно со списком сделок в "Динамике сделок"

Выборку можно делать как по всей компании, так и по отдельным группам менеджеров. Чтобы сформировать отчёт, необходимо выбрать:

- воронку продаж;
- сотрудника или нескольких сотрудников (можно оставить поле пустым – в этом случае отчёт отобразится по всем ответственным);

- период, за который необходимо сформировать отчёт, по умолчанию – текущий месяц.

В отчёте **Динамика сделок** поддерживается сохранение фильтра для быстрого перехода к отчёту с определёнными параметрами. Например, фильтр для каждой воронки, отчёт за прошлый месяц, квартал, год для сравнения с текущими; отчёты по определённым сотрудникам и т.д. Фильтры могут быть как пользовательскими (только для пользователя, который его настроил), так и общими (доступными всем пользователям).

Создадим фильтр для отчёта **Динамика сделок** за прошлый месяц по воронке продаж **Поставка и монтаж оборудования**. Для этого требуется ввести необходимые параметры (установить период **Прошлый месяц**, выбрать воронку продаж) и нажать на кнопку **Сохранить как фильтр** (Рис. 237).

Рис. 237. Создание фильтра для отчёта "Динамика сделок"

Затем в появившемся окне нужно ввести название фильтра и нажать на кнопку **Сохранить** (Рис. 238).

Рис. 238. Сохранение фильтра для отчёта "Динамика сделок"

Сохранённый фильтр отобразится в папке **Мои фильтры** дерева фильтров в левом меню страницы и будет доступен только тому, кто его создал. При нажатии на фильтр пользователь увидит отфильтрованные данные отчёта **Динамика сделок** (Рис. 239). Более подробно работа с фильтрами, а также настройка дерева фильтров описана в Разделе 3.4 данного руководства.

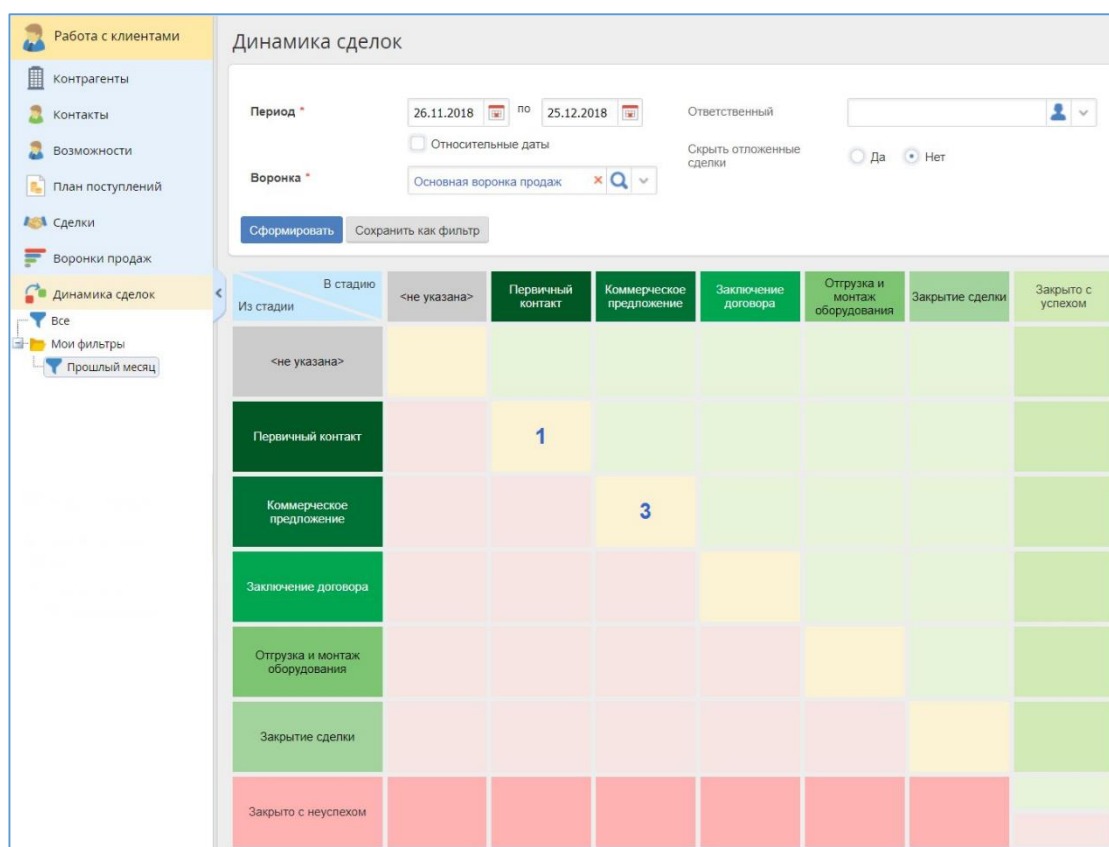


Рис. 239. Фильтр "Прошлый месяц" в отчёте "Динамика сделок"

5.4.3. План поступлений

Ещё одним инструментом для работы с клиентами в **приложении ELMA CRM+** является **План поступлений**.

Менеджер планирует денежные поступления от своих клиентов по сделкам. Этот план консолидируется на уровне группы продаж и всей компании. Руководитель отдела продаж отвечает за финансовый план всей группы и получает в системе всю информацию по запланированным и полученным поступлениям.

Работа с поступлениями ведётся в карточках сделок и в разделе **Работа с клиентами – План поступлений**. Данный раздел системы ELMA содержит информацию о плане поступлений денежных средств – сумме денежных поступлений компании, планируемой дате и их статусе. Раздел **Работа с клиентами** доступен для просмотра и редактирования пользователям только при наличии соответствующих прав доступа, назначаемых администратором системы в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа** (Рис. 202), привилегия **Доступ к разделу "Поступления"**.

Рассмотрим работу менеджера с поступлениями. Менеджер отдела продаж создает поступление в карточке сделки. Для этого требуется нажать на кнопку **Добавить поступление**, заполнить данные о поступлении во всплывающем окне и сохранить запись, нажав на кнопку **Добавить** (Рис. 240).

The screenshot shows a web application interface with a table header containing columns: Наименование, Планируемая дата, Сумма, Счет выставлен, and Статус. Below the header, there is a message 'Нет данных для отображения' and a button '+ Добавить поступление'. A modal dialog box titled 'Добавление поступления' is open, containing the following fields:

- Наименование *: Предплата по договору 50%
- Планируемая дата: 23.10.2018
- Сумма *: 2 500 000,00
- Счет выставлен *: ☐ Да ☒ Нет
- Статус *: В плане
- Фактическая дата: (empty)
- Ответственный: Иванов Александр
- Описание: (empty text area)

At the bottom of the dialog are two buttons: 'Добавить' and 'Отмена'.

Рис. 240. Создание поступления в карточке сделки

Если у сделки есть запланированные поступления, то система изменяет свойство **Объём продаж** по сделке на их сумму. При создании первого поступления менеджер увидит оповещение об изменении объёма продаж (Рис. 241).

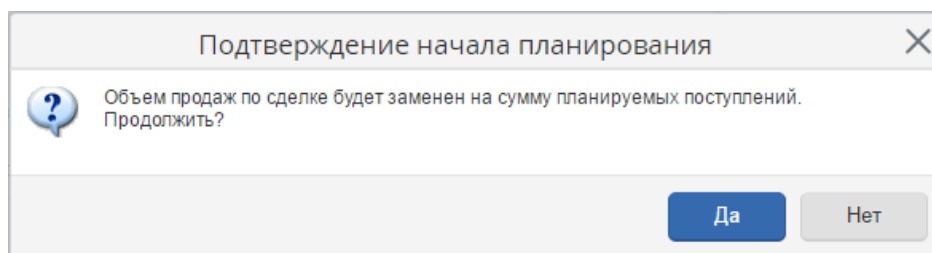


Рис. 241. Подтверждение об изменении объема продаж по сделке

Поступлений по сделке может быть множество, все они будут отображены в карточке сделки (Рис. 242) в специальной области. Объем продаж по сделке всегда будет равен сумме всех запланированных поступлений.

Сделка - Установка конденсаторная VarSet

О сделке | Взаимоотношения | 0 | Продукты | 0 | Задачи | 0 | Доступ

Контрагент: ООО Канцтовары.Про

Наименование: Установка конденсаторная VarSet

Объем продаж: 2 500 000,00

Валюта: Рубли

Приоритет: Средний

Краткий статус:

Ответственный: Иванов А.

Стадия сделки: Параллельный контакт

Статус: Активна

Дата начала: 22.10.2018

Дата закрытия:

Тип сделки: Поставка оборудования

Кол-во: 15 | Найдено записей: 1 | Страницы: 1

Наименование	Планируемая дата	Сумма	Счет выставлен	Статус	Описание
Предоплата по договору 50%	23.10.2018	2 500 000,00	Установить	В плане	
Добавить поступление					
В плане (с датой):		2 500 000,00			
В плане (без даты):		0,00			
В плане (всего):		2 500 000,00			
Получено:		0,00			
Всего:		2 500 000,00			

Рис. 242. Область сделки "Поступления"

Затем менеджер во время работы со сделкой может вносить изменения в поступления. Например, после выставления счёта на оплату можно изменить свойство **Счёт выставлен** (Рис. 243), после зачисления денежных средств установить статус поступления **Получено** (Рис. 244), а при отмене поступления – **Отменено** с указанием причины.

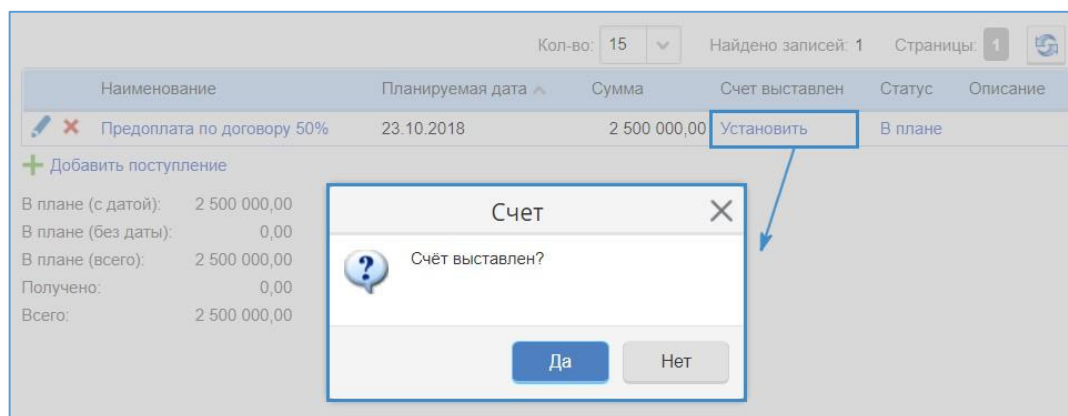


Рис. 243. Установка свойства поступления "Счёт выставлен"

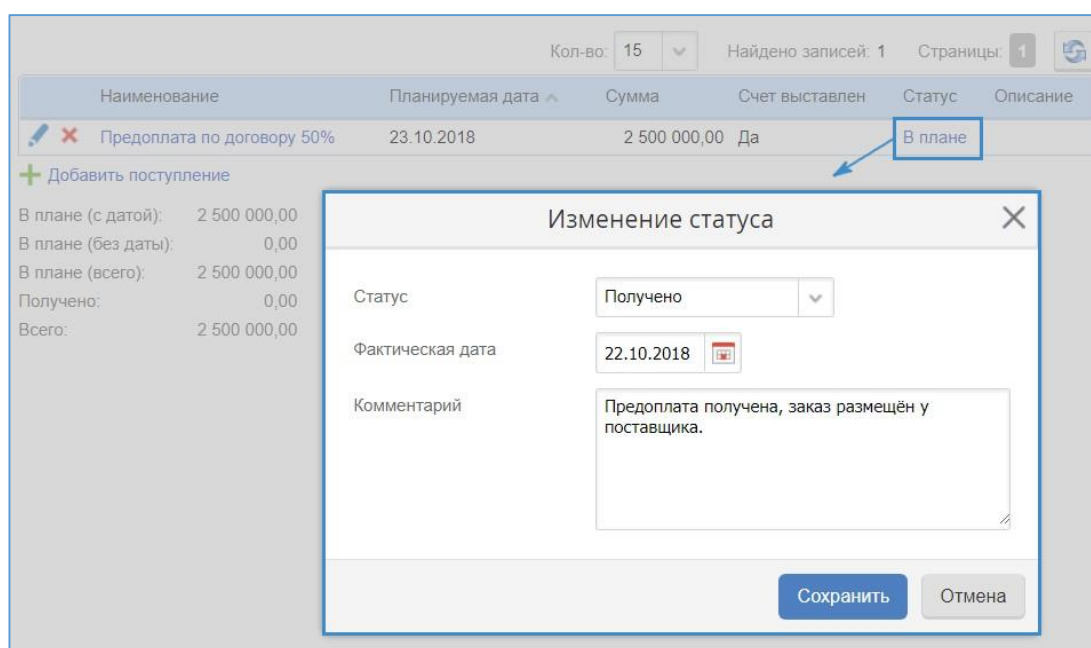


Рис. 244. Изменение статуса поступления

Также можно редактировать и остальные данные о поступлении (**Сумма**, **Наименование**, **Описание**), нажав на иконку  в строке с поступлением (Рис. 245).

Кол-во: 15 Найдено записей: 4 Страницы: 1

Наименование	Планируемая дата	Сумма	Счет выставлен	Статус	Описание
Предоплата по договору 50%	23.10.2018	1 250 000,00	Да	В плане	
Оплата по факту отгрузки	25.10.2018	1 000 000,00	Да	Получено	
Оплата монтажа	29.10.2018	250 000,00	Установить	В плане	
Гарантийное обслуживание	31.10.2018	50 000,00	Установить	Отменено	

Добавить поступление

В плане (с датой): 1 500 000,00
 В плане (без даты): 0,00
 В плане (всего): 1 500 000,00
 Получено: 1 000 000,00
 Всего: 2 500 000,00

Рис. 245. План поступлений по сделке в различных статусах

При нажатии на наименование поступления откроется карточка поступления (Рис. 246).

Добавить комментарий Задать вопрос Изменить статус Редактировать Удалить Администратор

Поступление - Оплата по факту отгрузки

О поступлении

Наименование	Оплата по факту отгрузки	Дата изменения статуса	22.10.2018 17:04
Сделка	Установка конденсаторная VarSet	Комментарий изменения статуса	
Контрагент	ООО Канцтовары-Про	Дата создания	22.10.2018 17:01
Планируемая дата	25.10.2018	Автор создания	Иванов А.
Сумма	1 000 000,00	Ответственный	Иванов А.
Счет выставлен	Да	Описание	
Статус	Получено		

Комментарии Вопросы Действия Последние внизу

Рис. 246. Карточка поступления

С помощью соответствующих кнопок верхнего меню в карточке поступления можно:

- добавлять комментарии;
- задавать вопросы;

- изменять статус поступления;
- редактировать поступление при наличии прав доступа (права доступа не настраиваются, по умолчанию они назначены **Автору, Ответственному** и пользователям, имеющим полный доступ к разделу **Работа с клиентами**);
- удалять поступление при наличии привилегии **Удаление поступлений** в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа** (Рис. 202).

Работа с поступлениями также доступна в разделе **План поступлений** (Рис. 247).

План поступлений

Итого искать?

Расширенный поиск

> Ранее

▼ Текущий месяц (До)

☒ Просрочено ☐ В плане ☒ Получено ☒ Отменено Кол-во: 15 Найдено записей: 2 Страницы: 1

Наименование	Статус	Планируемая дата	Фактическая дата	Сумма	Счет выставлен	Контрагент	Сделка	Ответственный	Автор создания
Оплата по договору №342/16	В плане	01.10.2018 0:00		785 000,00	Нет	Попов Анатолий	Шкаф телекоммуникаций со сборкой	Иванов А.	Администратор
Первый платёж	Получено	20.10.2018 0:00		300 000,00	Да	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха	Екатерина С.	Администратор

В плане: 785 000,00 Получено: 300 000,00 Всего: 1 085 000,00

▼ Текущая неделя

☒ Просрочено ☒ В плане ☒ Получено ☒ Отменено Кол-во: 15 Найдено записей: 4 Страницы: 1

Наименование	Статус	Планируемая дата	Фактическая дата	Сумма	Счет выставлен	Контрагент	Сделка	Ответственный	Автор создания
Предоплата по договору 50%	В плане	23.10.2018 0:00	22.10.2018 0:00	1 250 000,00	Да	ООО Канцтовары-Про	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.
Второй платёж	В плане	23.10.2018 0:00		500 000,00	Да	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха	Екатерина С.	Администратор
Оплата по факту отгрузки	Получено	25.10.2018 0:00		1 000 000,00	Да	ООО Канцтовары-Про	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.
Третий платёж	В плане	26.10.2018 0:00		500 000,00	Нет	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха	Екатерина С.	Администратор

В плане: 2 250 000,00 Получено: 1 000 000,00 Всего: 3 250 000,00

▼ Текущий месяц (После)

☐ Просрочено ☒ В плане ☒ Получено ☒ Отменено Кол-во: 15 Найдено записей: 2 Страницы: 1

Наименование	Статус	Планируемая дата	Фактическая дата	Сумма	Счет выставлен	Контрагент	Сделка	Ответственный	Автор создания
Оплата монтажа	В плане	29.10.2018 0:00		250 000,00	Нет	ООО Канцтовары-Про	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.
Гарантийное обслуживание	Отменено	31.10.2018 0:00		50 000,00	Нет	ООО Канцтовары-Про	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.

В плане: 250 000,00 Получено: 0,00 Всего: 250 000,00

Рис. 247. Общий вид раздела "План поступлений"

Создать поступление в этом разделе можно с помощью кнопки **Добавить** в верхнем меню (Рис. 247). Всплывающее окно создания поступления из раздела **План поступлений** аналогично представленному на Рис. 240 и имеет дополнительное свойство **Сделка**, которое требуется указать при создании. Для редактирования или добавления комментариев можно пройти в карточку поступления нажатием на наименование поступления или воспользоваться контекстным меню.

Раздел **План поступлений** системы ELMA аккумулирует информацию о запланированных поступлениях по всем сделкам. Данный раздел доступен для просмотра и редактирования пользователем только при наличии соответствующих

прав доступа (наличии привилегии **Доступ к разделу "Поступления"** в разделе **Администрирование – Работа с клиентами – Права доступа**). Раздел предназначен как для контроля продаж со стороны руководителей, так и для текущей работы менеджеров по продажам.

Для удобства анализа финансовых данных в разделе **План поступлений** предусмотрена группировка поступлений по определённым периодам. На странице раздела это реализовано в виде следующих сворачиваемых панелей:

- **Ранее** – список поступлений, планируемая дата которых приходится на предыдущие месяцы (относительно текущего месяца);
- **Текущий месяц (До)** – список поступлений, планируемая дата которых приходится на предыдущие недели текущего месяца (относительно текущей недели);
- **Текущая неделя** – список поступлений, планируемая дата которых приходится на текущую неделю;
- **Текущий месяц (После)** – список поступлений, планируемая дата которых приходится на последующие недели текущего месяца (относительно текущей недели);
- **Далее** – список поступлений, планируемая дата которых приходится на последующие месяцы (относительно текущего месяца).

Список отображаемых в каждом разделе поступлений может быть настроен путём установки флажков на требуемые для отображения статусы (Рис. 248). Денежные поступления в системе ELMA имеют следующие статусы:

- **Просрочено** – состояние поступления, при котором поступление не было получено к планируемой дате;
- **В плане** – запланированное поступление средств;
- **Получено** – поступившие средства;
- **Отменено** – отмененные поступления.

Текущий месяц (До)

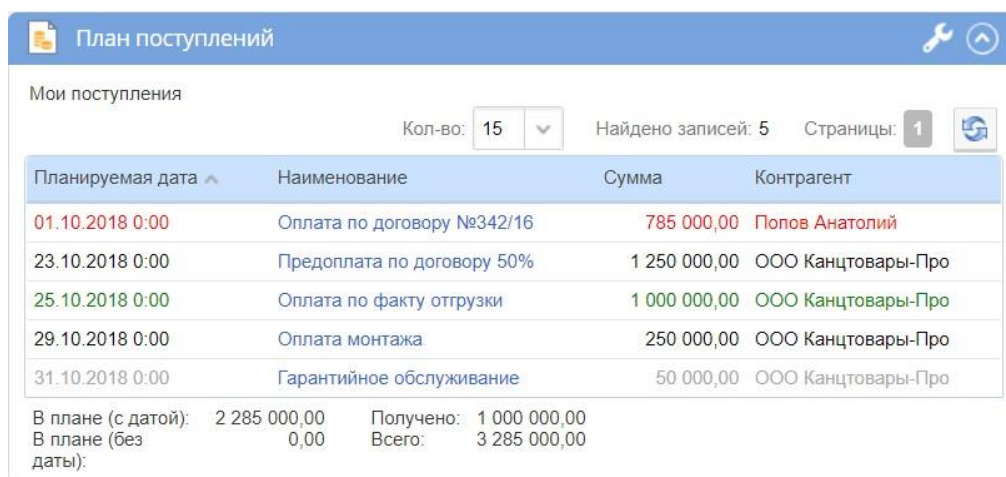
☒ Просрочено
 ☐ В плане
 ☒ Получено
 ☒ Отменено
 Кол-во: 15
 Найдено

Наименование	Статус	Планируемая дата	Фактическая дата	Сумма	Счет выставлен	Контрагент	Сделка
Оплата по договору №342/16	В плане	01.10.2018 0:00		785 000,00	Нет	Попов Анатолий	Шкаф телекоммуникаций со сборкой
Первый платёж	Получено	20.10.2018 0:00		300 000,00	Да	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха

Рис. 248. Статусы поступлений

В данном разделе также можно настроить фильтры для быстрого доступа к выборкам поступлений по заданным параметрам. Фильтры создаются так же, как и в других разделах системы ELMA (см. Раздел 3.4.1).

В системе ELMA есть специальный портлет **План поступлений** для отображения данных по поступлениям. Добавление портлетов рассмотрено в Разделе 3.5.2. Пример портлета **План поступлений** с данными представлен на Рис. 249.



Планируемая дата	Наименование	Сумма	Контрагент
01.10.2018 0:00	Оплата по договору №342/16	785 000,00	Попов Анатолий
23.10.2018 0:00	Предоплата по договору 50%	1 250 000,00	ООО Канцтовары-Про
25.10.2018 0:00	Оплата по факту отгрузки	1 000 000,00	ООО Канцтовары-Про
29.10.2018 0:00	Оплата монтажа	250 000,00	ООО Канцтовары-Про
31.10.2018 0:00	Гарантийное обслуживание	50 000,00	ООО Канцтовары-Про

В плане (с датой):	2 285 000,00	Получено:	1 000 000,00
В плане (без даты):	0,00	Всего:	3 285 000,00

Рис. 249. Портлет "План поступлений"

Портлет **План поступлений** имеет следующие настройки (Рис. 250):

- **Фильтр для отображения** – в разделе **План поступлений** можно создать фильтр и отображать поступления, соответствующие данному фильтру. Если фильтр не указан, отображаются все поступления.
- **Показывать только мои** – переключатель в положении **Да** отображает только поступления, где ответственным является текущий пользователь, **Нет** – все пользователи.
- **Показывать по периодам** – переключатель, влияющий на форму отображения поступлений в портлете: **Да** – поступления будут сгруппированы по периодам, как в разделе **План поступлений**, **Нет** – поступления будут показаны простым списком (Рис. 249).

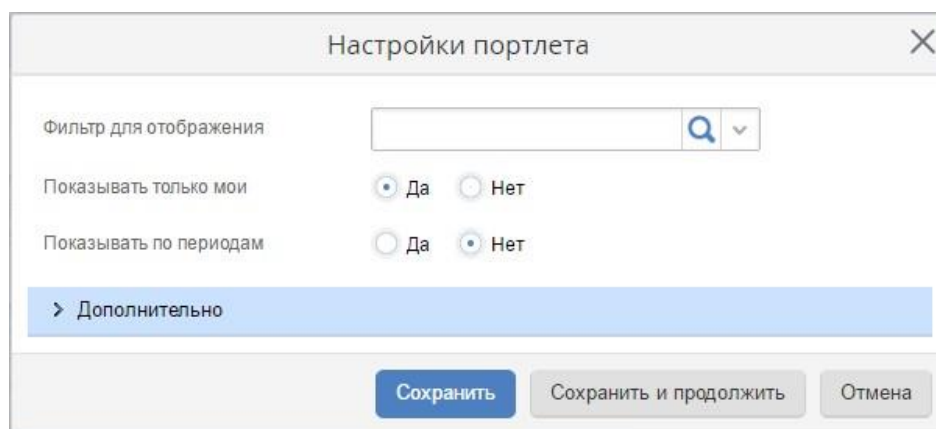


Рис. 250. Настройки портлета "План поступлений"

Также возможно создавать поступления по сделкам в рамках бизнес-процессов с помощью сценариев на языке C# или использования контекстных переменных с типом **Поступление денег (Объект)**.

5.4.4. Фильтры

Фильтры в системе ELMA позволяют быстро получить выборку объектов по заданным параметрам. Ранее было рассмотрено создание фильтров для контрагентов (см. Раздел 3.4.1). В разделе **Работа с клиентами** фильтры можно создавать во всех подразделах, кроме **Воронки продаж**. При этом создание фильтров поддерживается как с помощью расширенного поиска, так и с помощью EQL-поиска (см. Раздел 3.4.1.1), что позволяет заложить сложную логику в параметры запроса. Например, выбрать контрагентов из ряда регионов для одного ответственного, выбрать всех нераспределённых потенциальных клиентов и т.д.

Назначение фильтров:

- быстрый доступ к выборке объектов в разделах системы;
- отображение на главных страницах портлетов с актуальной информацией, требующей обработки;
- выгрузка в Excel списков объектов системы с определёнными параметрами;
- анализ и контроль работы пользователей и т.д.

Подробно работа с фильтрами описана в Разделе 3.4.1 данного руководства.

С помощью фильтров можно организовать удобное отображение данных для пользователей. Для нашего решения настроим несколько фильтров:

- **Нераспределённые возможности** – данный фильтр может использоваться руководителем отдела продаж для распределения возможностей по сотрудникам отдела продаж;

- **Мои новые возможности** – фильтр, в котором будут отображаться новые потенциальные клиенты пользователя, по которым требуется начать работу;
- **Сделки в работе с типом "Поставка и монтаж"** – данный фильтр будет отображать все текущие сделки типа "Поставка и монтаж";
- **Неуспешные сделки (за последние 3 месяца)** – фильтр для сделок, завершённых неудачей. Это нужно для анализа неудачных сделок руководителем.

Все фильтры будем настраивать от лица Администратора системы, так как у него есть права на создание общих фильтров. Настроим несколько фильтров с параметрами, приведённых в Таблица 4:

Таблица 4. Данные для создания фильтров

Название фильтра	EQL-запрос/параметры расширенного поиска
Нераспределённые возможности	"Status = 'New' AND Responsible is NULL"
Мои новые возможности	"Status = 'New' AND Responsible = CurrentUser()"
Сделки в работе	Статус – Активна Тип сделки – "Поставка и монтаж оборудования"
Неуспешные сделки (за последние 3 месяца)	"SaleStatus = 'NegativeClosed' AND EndDate in RelativeDateTime('-3м', '0м')"

При необходимости можно настроить колонки таблицы для отображения. Принцип их настройки описан в соответствующем разделе [справки по Платформе ELMA BPM](#).

Все созданные фильтры необходимо перенести в папку **Общие фильтры** (см. Раздел 3.4.3). После произведённых настроек они будут отображаться в дереве фильтров в левом меню страницы следующим образом (Рис. 215):

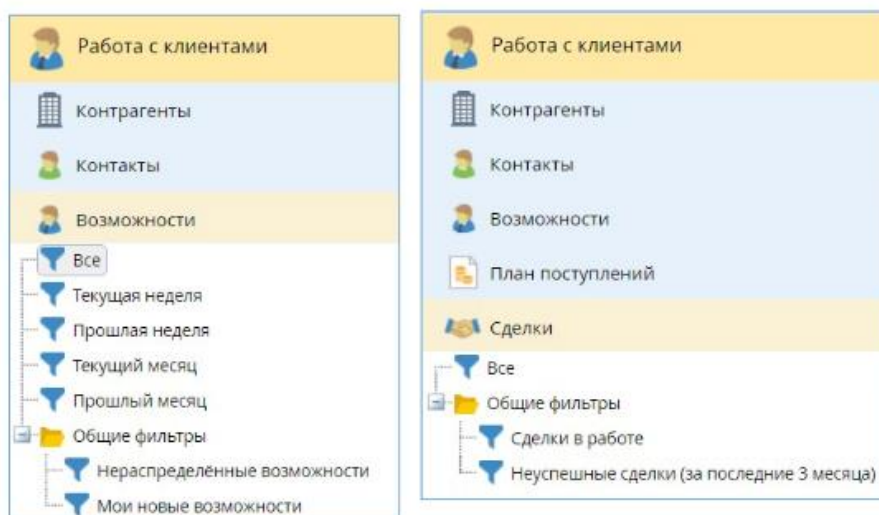


Рис. 251. Созданные фильтры в разделах "Возможности" и "Сделки"

Применение данных фильтров рассмотрим в Разделе. 5.5.

5.5. Сценарий использования

Для использования выше описанного решения по активной воронке продаж проведём подготовительную работу.

Потребуется пользователи для должностей: сотрудник отдела продаж (2 пользователя), начальник отдела продаж, бухгалтер, главный инженер, начальник отдела "Логистика", коммерческий директор (Рис. 252).

Учетная запись	Пользователь	Е-Mail	Должность
 admin	Администратор ELMA		---Назначить
 sidorov	Сидоров Николай		Главный инженер
 sokolova	Екатерина Соколова		Сотрудник отдела Отдел продаж
 ivanov	Иванов Александр		Сотрудник отдела Отдел продаж
 pavlov	Павлов Андрей		Генеральный директор
 smolin	Смолин Игорь		Начальник отдела Отдел продаж
 pushina	Екатерина Пушина		Сотрудник отдела Бухгалтерия
 antonov	Антонов Михаил		Коммерческий директор
 tokarev	Егор Токарев		Начальник отдела Логистика

Рис. 252. Создание списка пользователей

Пользователя Иванов Александр добавим в группу "Отдел продаж Центр", а Соколову Екатерину в группу "Отдел продаж Юг". В группу "Руководители" добавим начальников отделов продаж и логистики, генерального и коммерческого директора, главного инженера.

Создадим несколько потенциальных клиентов без **Ответственного**, но с указанием **Региональной группы** – "Южный ФО" и "Центральный ФО". Принцип их создания описан в Разделе 5.1.

Авторизуемся в системе под начальником отдела продаж для распределения возможностей между менеджерами. Зайдём в раздел **Работа с клиентами – Возможности**, выберем фильтр **Нераспределённые возможности**. Отметим флажками возможности с региональной группой "Южный ФО", нажмём на кнопку **Выбранные**, выберем пункт **Установить выбранным потенциальным клиентам ответственного** (Рис. 253). В появившемся окне указываем пользователя Соколова Екатерина и нажимаем на кнопку **Установить**.

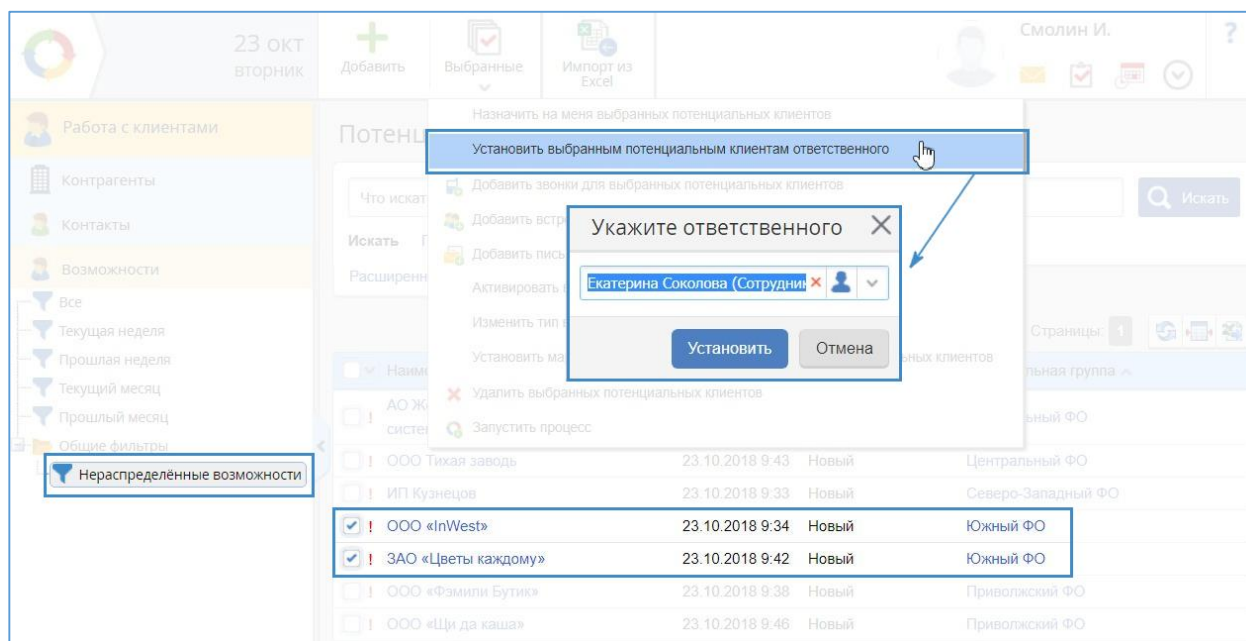


Рис. 253. Назначение ответственных для потенциальных клиентов

Возможностям с региональной группой "Центральный ФО" устанавливаем ответственным Александра Иванова.

Авторизуемся в системе под ответственным за региональную группу "Южный ФО". В разделе **Работа с клиентами – Возможности** (Рис. 183) выбираем возможность со статусом **Новый**. Предположим, что работа с возможностью проведена. Теперь конвертируем её в **Контрагента** и создаем **Сделку**. Для этого в верхнем меню карточки возможности в меню кнопки **Действия** выберем пункт **Конвертация возможности** (Рис. 185).

Запустится мастер конвертации, состоящий из четырёх шагов: **Параметры конвертации**, **О клиенте**, **Контакты**, **Сделка**. Переключение между шагами производится с помощью кнопок **Следующий шаг** и **Предыдущий шаг** в верхнем меню страницы. Рассмотрим каждый из шагов подробно.

Шаг 1. Страница **Параметры конвертации** (Рис. 254) содержит несколько разделов:

Тип нового контрагента – выбор типа контрагента путем установки переключателя в одно из положений: **Физическое лицо**, **Юридическое лицо**.

Тип создаваемого объекта – выбор типа создаваемого объекта путем установки переключателя в одно из положений: сделка, письмо, звонок, встреча, не создавать. При выборе параметра **Не создавать** шаг 4 не будет отображен, ни один объект, кроме контрагента и контакта, не будет создан.

Комментарий – поле ввода комментария к параметрам конвертации.

Рис. 254. Шаг 1. Параметры конвертации

Шаг 2. Страница **О клиенте** (Рис. 255) аналогична форме создания клиента. По умолчанию поля данной страницы заполнены значениями из карточки возможности. При необходимости пустые поля также могут быть заполнены.

Рис. 255. Шаг 2. О клиенте

Шаг 3. Страница **Контакты** (Рис. 256) содержит информацию о контактах, взятую из карточки возможности.

Контакты	
ФИО	Пётр Николаевич Степанов
Отдел	
Должность	Руководитель отдела снабжения
Тип	Не выбрано
Приоритет	Средний
Сайт	
Email	stepanov@inwest.ru
ICQ	159 736 203
Skype	stepanov01
Телефоны	+74954771277
Дата рожден.	

Рис. 256. Шаг 3. Контакты

Шаг 4. В зависимости от выбранного на **Шаге 1** взаимоотношения, система предложит создать звонок, встречу, письмо или сделку с клиентом. В нашем примере выбрано создание сделки (Рис. 257).

Сделка	
▼ О сделке	
Наименование *	Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)
Тип сделки *	Поставка оборудования [x] [+] [Q] [v]
Приоритет	Средний [v]
Контрагент	ООО «InWest»
Краткий статус	
Объем продаж	30 000,00
Валюта	[+] [Q] [v]
Ответственный *	Екатерина Соколова (Сотруд [x] [Q] [v])
Маркетинговое воздействие	[Q] [v]
➤ Описание	

Рис. 257. Шаг 4. Сделка

Для завершения конвертации на 4 шаге мастера нажмем на кнопку **Сохранить** в верхней панели (Рис. 257). Откроется карточка сделки с введенными в мастере конвертации параметрами.

Теперь проведем сделку по стадиям. Для изменения стадии сделки требуется нажать на кнопку **Изменить стадию** в верхнем меню карточки сделки (Рис. 258).

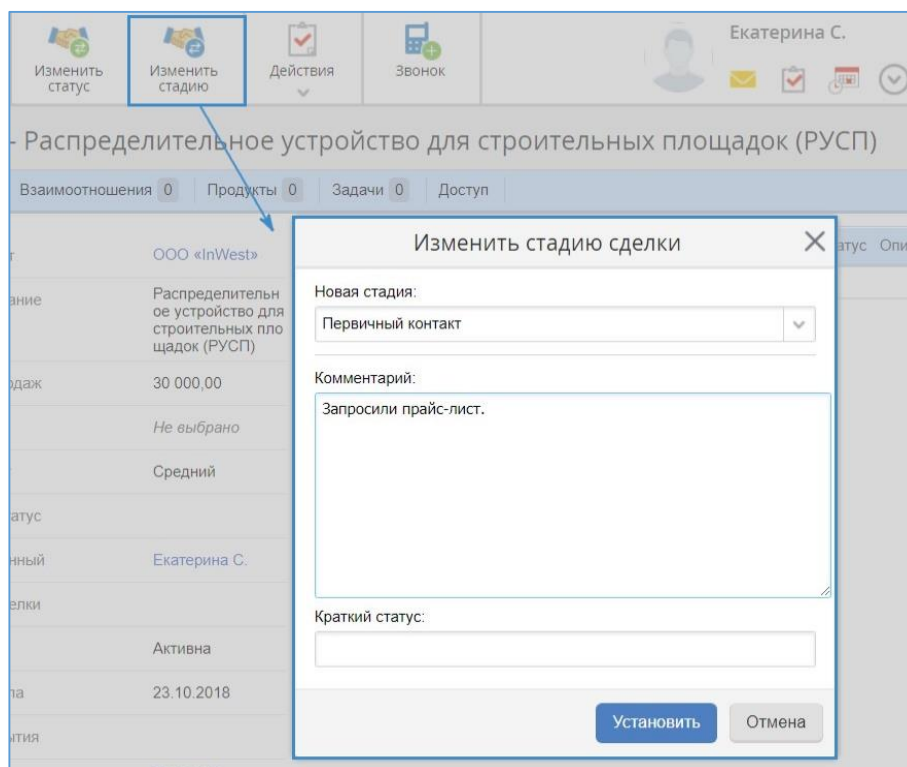


Рис. 258. Изменение стадии сделки

Во всплывающем окне выберем стадию **Первичный контакт** и внесем комментарий. Факт изменения стадии и комментарий фиксируются в истории по сделке (Рис. 259).

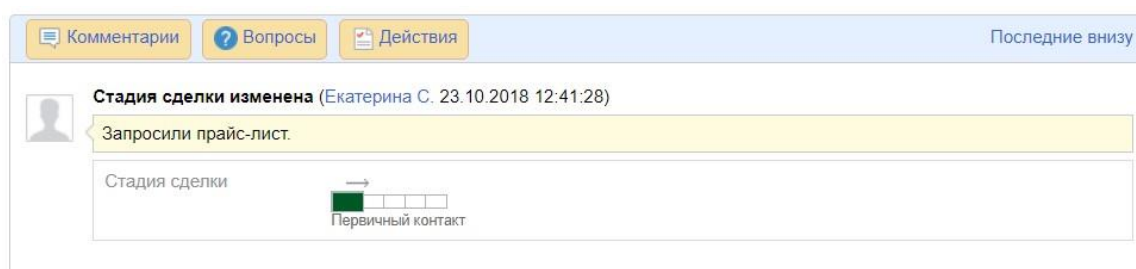


Рис. 259. История сделки

Далее изменяем стадию сделки на следующую – **Коммерческое предложение**. К данной стадии в воронке продаж привязан бизнес-процесс "Согласование коммерческого предложения". При попытке перехода на данную стадию запустится

процесс и ответственному за региональную группу **Южный ФО** будет автоматически поставлена первая задача процесса – "Создание КП" (Рис. 260).

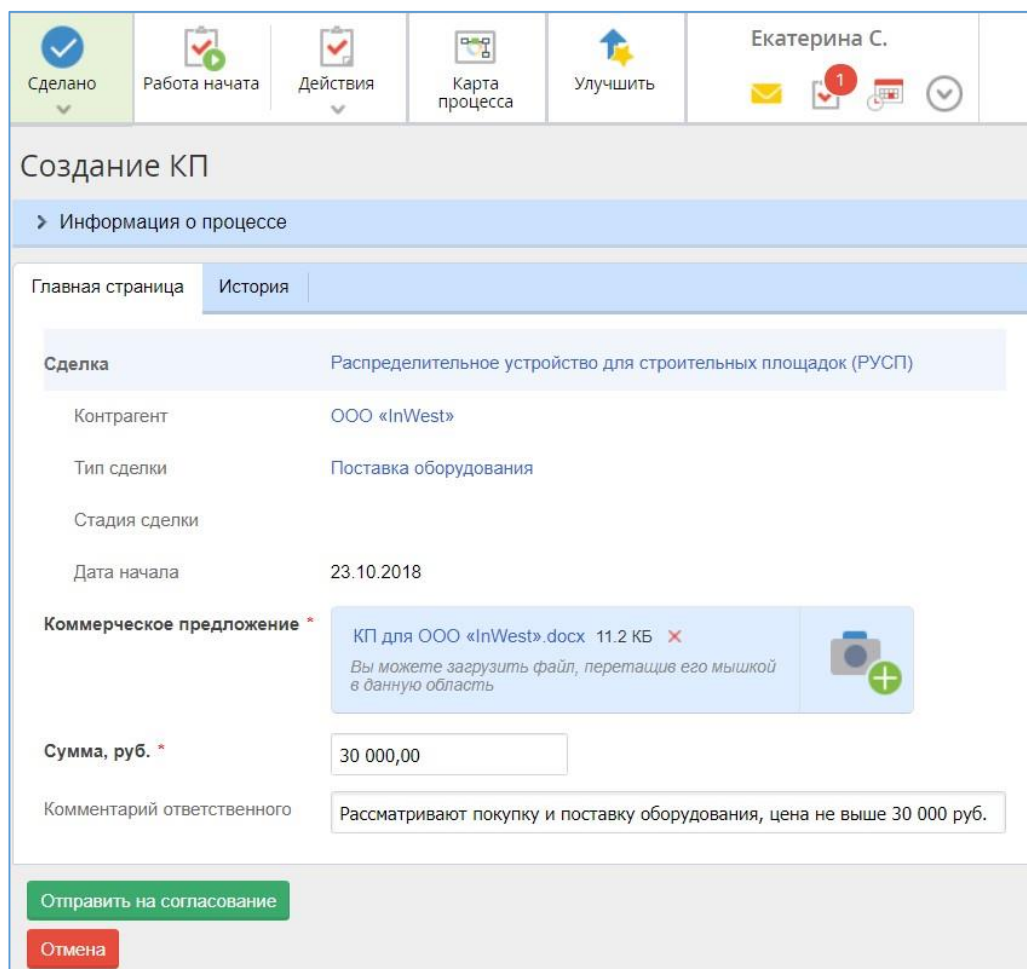


Рис. 260. Задача "Создание КП"

Если выполнить задачу, нажав на переход **Отмена**, стадия сделки не изменится, бизнес-процесс "Согласование коммерческого предложения" завершится.

Выполним данную задачу с переходом **Отправить на согласование**, приложив файл в поле **Коммерческое предложение**. Согласно карте бизнес-процесса, стадия сделки изменяется на **Коммерческое предложение**.

Отследить статус бизнес-процесса можно как в **Мониторе процессов** (подробнее об этом можно прочитать в соответствующем разделе [справки по системе ELMA BPM](#)), так и в карточке сделки на вкладке **Задачи** (Рис. 261).

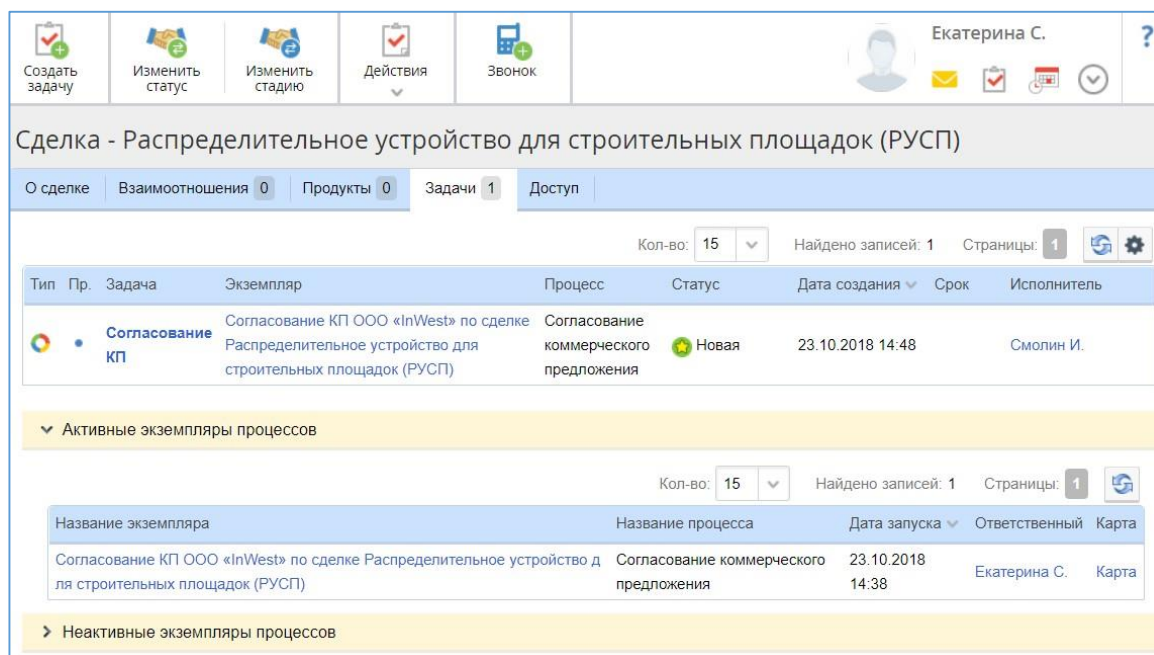


Рис. 261. Вкладка "Задачи" на карточке сделки

Следующая задача бизнес-процесса – "Согласование КП". Откроем задачу под начальником отдела продаж (Рис. 262). КП можно согласовать или отклонить. При нажатии на название файла с КП система предложит скачать или просмотреть в браузере содержимое документа (Рис. 262).

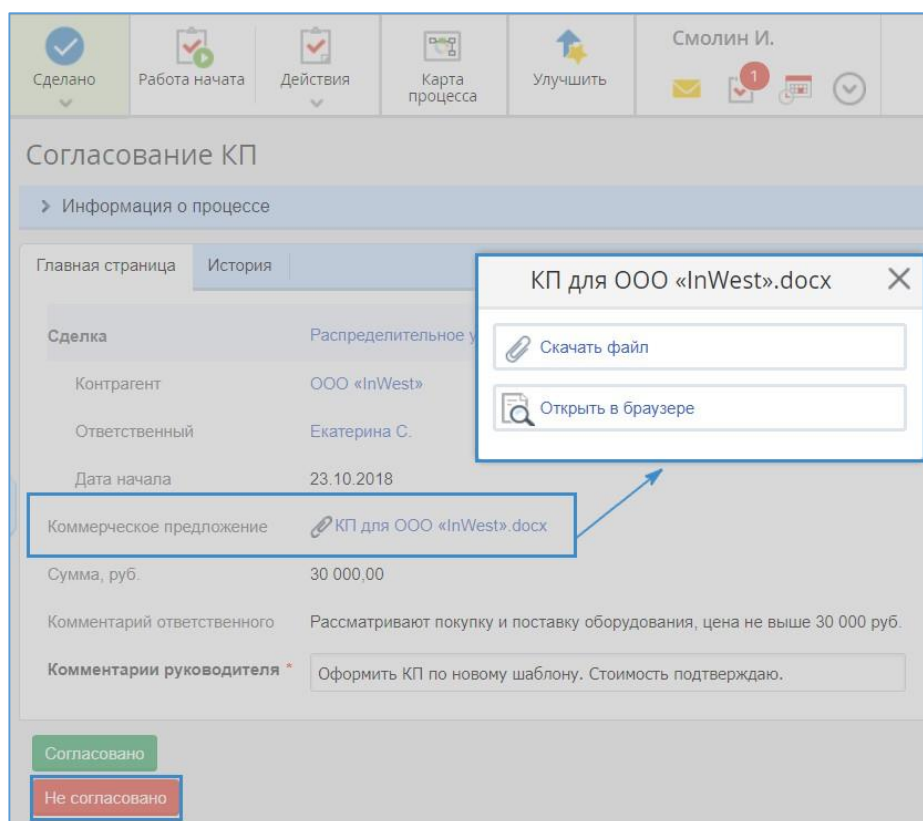


Рис. 262. Задача "Согласование КП"

Внесём комментарии и выполним задачу "Согласование КП" для начальника отдела продаж, нажав на кнопку **Не согласовано**.

Остальные задачи согласования коммерческого предложения по данному бизнес-процессу имеют подобную форму и функционал. Отличаться они будут только наличием комментариев пользователей, ранее согласовавших документ.

После отказа в согласовании КП начальником отдела продаж процесс возвращается в зону ответственности инициатора – ответственного за региональную группу **Южный ФО**. Ему поставлена задача "Корректировка КП" с комментариями участников согласования (Рис. 263). В задачу можно вложить другой файл, отредактированный с учётом комментариев согласующих, внести дополнительные комментарии.

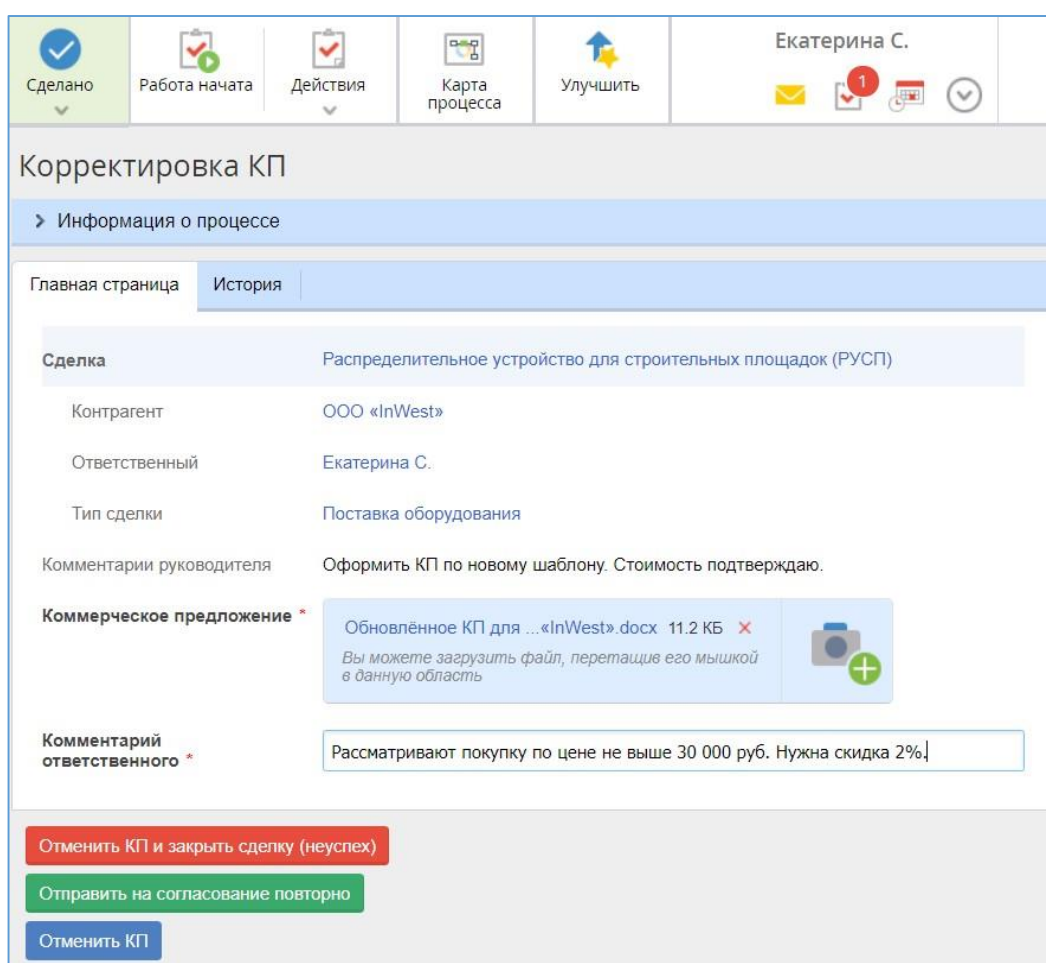


Рис. 263. Задача "Корректировка КП"

Выполним данную задачу с переходом **Отправить на согласование повторно**. Следующем этапом процесса будет повторное согласование с Начальником отдела продаж.

Вновь авторизуемся в системе под начальником отдела продаж и выполним задачу "Согласование КП", нажав на кнопку **Согласовано**. Затем по цепочке согласуем КП, входя в систему под каждым из последующих участников согласования.

После успешного прохождения согласования по процессу инициатору будет поставлена задача "КП согласовано" (Рис. 264), в которой отображены все комментарии согласующих. Теперь требуется отправить согласованное КП клиенту. Выполним её с переходом **Отправлено клиенту**.

Если изменить свойство **Дата контроля**, установив дату больше текущей, то следующая задача по процессу будет поставлена исполнителю в указанную дату. В процессе используется таймер, который приостанавливает процесс до указанной в свойстве **Дата контроля** даты.

КП согласовано

> Информация о процессе

Главная страница История

Сделка	Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)
Контрагент	ООО «InWest»
Ответственный	Екатерина С.
Тип сделки	Поставка оборудования
Коммерческое предложение	Обновлённое КП для ООО «InWest».docx
Сумма, руб.	30 000,00
Комментарий ответственного	Рассматривают покупку по цене не выше 30 000 руб. Нужна скидка 2%.
Комментарии руководителя	Оформить КП по новому шаблону. Скидку подтверждаю.
Комментарии главного инженера	Возражений нет.
Комментарии логиста	Сроки согласованы.
Дата контроля *	23.10.2018 15:00

Отправлено клиенту

Рис. 264. Задача "КП согласовано"

Следующая задача по бизнес-процессу – это "Работа с клиентом по КП" (Рис. 265) для инициатора процесса. Задачу можно выполнить, нажав на один из пяти переходов:

- **Отложить задачу** – процесс становится на таймер, данная задача появится у исполнителя вновь в дату, указанную в свойстве **Дата контроля**;

- **КП принято клиентом** – завершение процесса, КП успешно согласовано с обеих сторон, ведётся дальнейшая работа по сделке;
- **Требуется корректировка** – после обсуждения деталей сделки с клиентом может потребоваться очередное внесение изменений в КП, процесс будет вновь направлен на задачу "Корректировка КП" в зоне ответственности инициатора;
- **Отменить КП закрыть сделку (неуспех)** – в следующей задаче потребуются внести комментарий о закрытии сделки, затем процесс завершается, а сделка переводится в статус **Закрыто (неуспех)**;
- **Отменить КП** – процесс завершается, сделка возвращается на стадию **Первичный контакт**.

Выполним данную задачу с переходом **КП принято клиентом** для дальнейшей работы со сделкой.

Сделано | Работа начата | Действия | Карта процесса | Улучшить | Екатерина С.

Работа с клиентом по КП

> Информация о процессе

Главная страница | История

Сделка | Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)

Контрагент | ООО «InWest»

Ответственный | Екатерина С.

Тип сделки | Поставка оборудования

Коммерческое предложение | Обновлённое КП для ООО «InWest».docx

Дата контроля * | 23.10.2018 | 15:00

Обязательно для заполнения только при переходе «Отложить задачу»

Отложить задачу

КП принято клиентом

Требуется корректировка

Отменить КП

Отменить КП и закрыть сделку (неуспех)

Рис. 265. Задача "Работа с клиентом по КП"

После принятия КП клиентом и завершения процесса к сделке будет применена стадия **Коммерческое предложение**. Далее сделка может быть переведена на стадию **Заключение договора** без запуска бизнес-процесса.

На данной стадии добавим план поступлений для сделки (Рис. 240). Разделим платежи на две части по 50% (Рис. 266).

Сделка - Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)

О сделке | Взаимоотношения 0 | Продукты 0 | Задачи 0 | Доступ

Контрагент: ООО «InWest»

Наименование: Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)

Объем продаж: 30 000,00

Валюта: Рубли

Приоритет: Средний

Краткий статус:

Ответственный: Екатерина С.

Стадия сделки: Заключение договора

Статус: Активна

Дата начала: 23.10.2018

Кол-во: 15 | Найдено записей: 2 | Страницы: 1

Наименование	Планируемая дата	Сумма	Счет выставлен	Статус	Описание
Оплата по факту отгрузки 50%	Установить	15 000,00	Да	В плане	
Предоплата 50%	24.10.2018	15 000,00	Установить	В плане	

+ Добавить поступление

В плане (с датой): 15 000,00
 В плане (без даты): 15 000,00
 В плане (всего): 30 000,00
 Получено: 0,00
 Всего: 30 000,00

Рис. 266. План поступлений по сделке

Допустим, договор успешно заключен, теперь переведем сделку на следующую стадию – **Отгрузка и монтаж оборудования** – и отметим, что получена предоплата. Устанавливаем поступлению статус **Получено** (Рис. 244).

Авторизуемся в системе под начальником отдела продаж. В разделе **Работа с клиентами – План поступлений** руководитель сможет увидеть запланированные и полученные поступления по данной сделке (Рис. 267), а также поступления по другим сделкам.

Текущая неделя

☒ Просрочено ☒ В плане ☒ Получено ☒ Отменено

Кол-во: 15 | Найдено записей: 6 | Страницы: 1

Наименование	Статус	Планируемая дата	Фактическая дата	Сумма	Счет выставлен	Контрагент	Сделка	Ответственный	Автор создания
Предоплата по договору 50%	В плане	23.10.2018 0:00	22.10.2018 0:00	1 250 000,00	Да	ООО «Кандтовары-Про»	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.
Второй платеж	В плане	23.10.2018 0:00		500 000,00	Да	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха	Екатерина С.	Администратор
Оплата по факту отгрузки 50%	Получено	23.10.2018 0:00		15 000,00	Да	ООО «InWest»	Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)	Екатерина С.	Екатерина С.
Предоплата 50%	В плане	24.10.2018 0:00		15 000,00	Нет	ООО «InWest»	Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)	Екатерина С.	Екатерина С.
Оплата по факту отгрузки	Получено	25.10.2018 0:00		1 000 000,00	Да	ООО «Кандтовары-Про»	Установка конденсаторная VarSet	Иванов А.	Иванов А.
Третий платеж	В плане	26.10.2018 0:00		500 000,00	Нет	Тверской бумажный завод	Оборудование для цеха	Екатерина С.	Администратор

В плане: 2 265 000,00 | Получено: 1 015 000,00 | Всего: 3 280 000,00

Рис. 267. Поступления по сделке в разделе "План поступлений"

Нажав на название сделки, начальник отдела продаж может перейти в карточку сделки, в которой сохранена вся информация о ведении сделки, – даты и

комментарии переходов между стадиями, активные и неактивные задачи и т.д. Также он может добавить свои комментарии, задать вопросы, создать задачи по сделке.

Как правило, для перевода сделки на стадию **Закрытие сделки** требуется запуск процесса, в рамках которого закрытие сделки будет подтверждаться пакетом сопровождающих документов или согласованием закрытия с ответственными. Данный процесс строится по аналогии с процессом, описанным выше (см. Раздел 5.3). Запуск и обработка данного бизнес-процесса также осуществляется при попытке изменения стадии сделки (Рис. 258). В нашем примере опустим данный процесс – смена стадии будет осуществлена вручную.

Авторизуемся в системе под ответственным за региональную группу "Южный ФО", перейдём в карточку сделки и изменим стадию на **Закрытие сделки**.

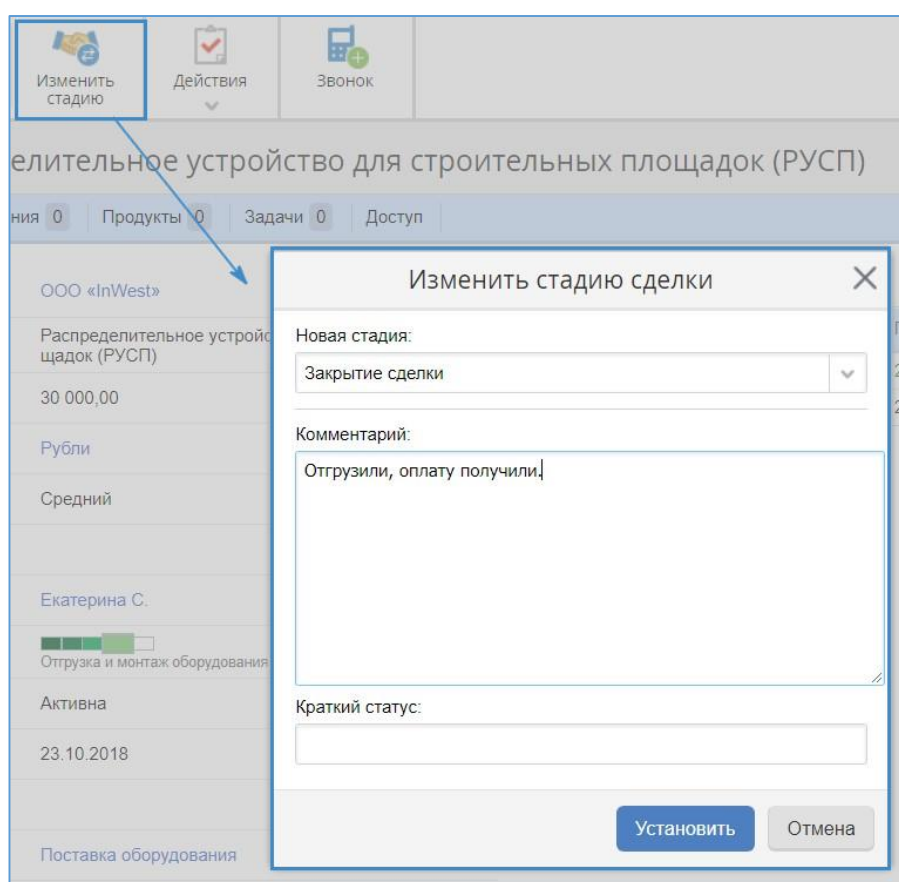


Рис. 268. Изменение стадии на "Закрытие сделки"

На этом работа со сделкой завершена. Все данные по истории сделки, комментарии, вопросы, план поступлений, задачи сохранены в карточке сделки.

Комментарии Вопросы Действия Последние внизу

Запущен процесс по смене стадии сделки (Екатерина С. 23.10.2018 14:38:53)
Запросили прайс лист.

Статус сделки изменен (Екатерина С. 23.10.2018 14:48:07)

Стадия сделки изменена (Екатерина С. 23.10.2018 14:48:07)
Стадия сделки
Коммерческое предложение

Стадия сделки изменена (Екатерина С. 23.10.2018 16:08:17)
Стадия сделки
Коммерческое предложение
Заключение договора

Стадия сделки изменена (Екатерина С. 24.10.2018 14:06:12)
Стадия сделки
Заключение договора
Отгрузка и монтаж оборудования

Стадия сделки изменена (Екатерина С. 24.10.2018 14:07:57)
Отгрузили, оплату получили.
Стадия сделки
Отгрузка и монтаж оборудования
Закрытие сделки
Статус Активна → Закрето (успех)
Дата закрытия → 24.10.2018

Рис. 269. История сделки

Ссылка на сделку доступна в карточке контрагента на вкладке **Сделки** (Рис. 270). Сделка также будет учтена и отображена в отчётах **Воронка продаж** (Рис. 233) и **Динамика сделок** (Рис. 235).

Создать задачу Прикрепить документ Действия Звонок Контакт Екатерина С. ?

Юридическое лицо - ООО «InWest»

О юридическом лице Реквизиты Активность Контакты Взаимоотношения 0 Сделки 1 Задачи 0 Вложения 0 Доступ

Кол-во: 15 Найдено записей: 1 Страницы: 1

Наименование
Распределительное устройство для строительных площадок (РУСП)

Рис. 270. Вкладка "Сделки" карточки контрагента

Глава 6. Интеграция с IP-телефонией

IP-телефония – это один из видов средств связи, использующий для передачи данных сеть интернет, а именно, IP-протоколы. Принцип её работы построен на преобразовании аналоговых голосовых сигналов в цифровые данные, которые по достижении адресата вновь преобразуются в голосовые сигналы.

IP-телефония удобна для бизнеса: она позволяет снизить затраты на связь, в частности, на междугородние и международные вызовы.

Приложение ELMA CRM+ предоставляет возможность интеграции с системами IP-телефонии, что позволяет автоматизировать рутинные пользовательские операции по заполнению данных о звонках.

В поставку **приложения ELMA CRM+** включена возможность интеграции с тремя провайдерами IP-телефонии: Asterisk, Oktell и Infratel.

Интеграция системы ELMA с IP-телефонией позволяет реализовать 3 сценария использования:

- [исходящие звонки](#);
- [входящие звонки](#);
- [центр обслуживания клиентов](#).

Рассмотрим эти сценарии на настроенной демонстрационной конфигурации, работающей в связке с провайдером Asterisk, ELMA Агентом и софтбоном [X-Lite](#) – бесплатной программой для совершения звонков через IP-сеть. Для упрощения восприятия в рассматриваемых ниже примерах используются условные номера телефонов. В реальной жизни их вид будет отличаться.

Настройка интеграции **приложения ELMA CRM+** с IP-телефонией подробно описана в [соответствующем разделе справки по системе](#).

6.1. Исходящие вызовы

В рассматриваемом ниже примере исходящий вызов будет осуществляться Администратором системы (внутренний номер **11**) клиенту (номер телефона **15**).

Для дальнейшей работы нужно удостовериться, что модуль телефонии настроен корректно (есть соединение с провайдером), запущен софтфон X-Lite и ELMA Агент.

Совершить исходящий звонок можно из карточек **Контрагента** (Рис. 271), **Возможности** или **Контактного лица**.

Юридическое лицо - ООО Канцтовары-Про

О юридическом лице

Наименование	ООО Канцтовары-Про	Тип	Не выбрано
ОПФ	Общество с ограниченной ответственностью	Партнер	
Региональная группа	Рязанская область	День компании	
Отрасль	Розничная торговля	Сайт	
Годовой доход		Email	
Штат	230	Телефоны	15
Ответственный	Иванов А.	Факс	
Описание		Категории	Не выбрано

Рис. 271. Варианты набора номера из карточки Контрагента

В случае, если в карточке **Контрагента**, **Возможности** или **Контактного лица** указано несколько номеров телефонов, то при нажатии на кнопку **Позвонить** система предложит выбрать один из номеров телефонов для совершения исходящего вызова.

При нажатии на кнопку верхнего меню **Позвонить** или на номер телефона в карточке **Контрагента**, **Возможности** или **Контакта** откроется окно **Исходящий звонок**, в котором необходимо нажать на кнопку **Позвонить** для совершения вызова (Рис. 272).

Исходящий звонок

Позвонить 15

Ожидание

Тема * Исходящий звонок

Описание

Комментарий

Дальнейшие действия

- Добавить звонок: Выполнить взаимоотношение и создать новый звонок
- Добавить встречу: Выполнить взаимоотношение и создать новую встречу
- Добавить письмо: Выполнить взаимоотношение и наметить написание письма
- Добавить сделку: Выполнить взаимоотношение и создать сделку
- Заккрыть: Заккрыть взаимоотношение

Рис. 272. Диалоговое окно "Исходящий звонок"

При нажатии на кнопку **Позвонить** будет осуществлен вызов с помощью установленного приложения для интернет-телефонии (в нашем случае – X-Lite). Во время разговора диалоговое окно **Исходящий звонок** (Рис. 272) остается активным. После завершения и/или во время разговора необходимо заполнить требуемые поля данного окна.

Сохранить данные о звонке можно, нажав на одну из кнопок в блоке **Дальнейшие действия**. При этом можно не только завершить текущее взаимоотношение, но и запланировать новые активности.

Завершённое взаимоотношение отобразится в карточке **Контрагента**, **Возможности** или **Контакта** (в зависимости от места совершения звонка) на вкладке **Взаимоотношения** (Рис. 273.).

Юридическое лицо - ООО Канцтовары-Про

О юридическом лице Реквизиты Активность Контакты **Взаимоотношения 2** Сделки 0 Задачи 0 Вложения 0 Доступ

Кол-во: 15 Найдено записей: 2 Страницы: 1

Тема	Дата начала	Дата окончания	Дата создания	Автор создания	Приоритет	Конфиденциально	Место
Обсуждение оплаты	10.01.2019 9:00	10.01.2019 9:10	09.01.2019 18:00	Администратор	Средний	☐	
Входящий звонок	09.01.2019 17:12	09.01.2019 17:22	09.01.2019 17:13	Администратор	Средний	☐	-

Рис. 273. Вкладка "Взаимоотношения" в карточке Контрагента

При настроенной интеграции системы ELMA с любой из трёх систем IP-телефонии в нижнем правом углу веб-приложения системы ELMA будет отображена панель телефонии (Рис. 274), предназначенная для совершения исходящих вызовов и просмотра истории звонков. На панели отображены последние вызовы и поле для поиска по имени, компании или номеру. Через нее можно быстро перейти в карточку того или иного объекта системы.

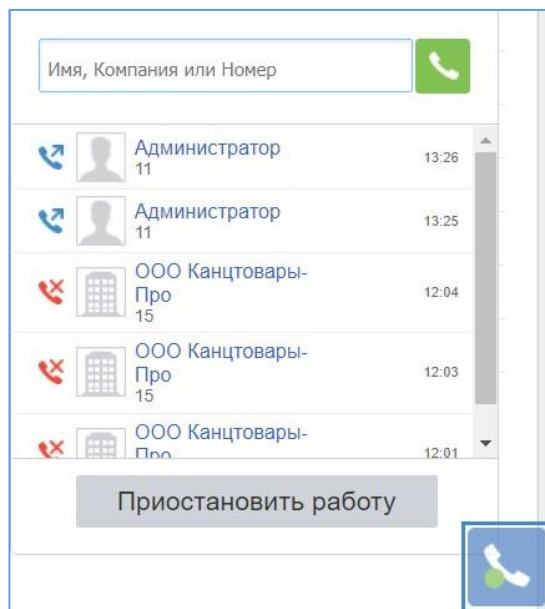


Рис. 274. Панель телефонии

6.2. Входящие вызовы

Ниже рассмотрим порядок поступления и обработки входящего вызова. При корректных настройках системы вызов поступает на компьютер пользователя с помощью установленного приложения для интернет-телефонии.

В рассматриваемом ниже примере входящий вызов будет поступать с внутреннего номера **15** (клиент) на номер **11** (Администратор ELMA). При этом номер телефона звонящего указан в карточке контрагента.

В нашем случае сначала сработает софтфон X-Lite – в правом нижнем углу экрана отобразится уведомление о входящем вызове с номера, совершающего звонок. Необходимо ответить на него нажатием на кнопку **Answer** (Рис. 275).

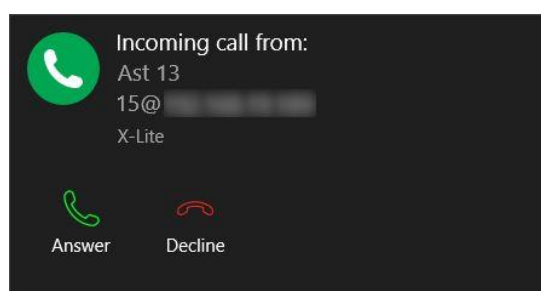


Рис. 275. Уведомление о входящем звонке

После поднятия трубки будет произведено соединение с вызываемым аппаратом. При этом в веб-приложении ELMA в новом окне браузера автоматически откроется новая страница (Рис. 276), состоящая из двух блоков: **Информация о звонке** и **Карточка объекта**.

Сохранить Отмена Выбрать клиента

Администратор

Входящий звонок: 15

▼ Информация о звонке

Тема * Входящий звонок

Описание

Комментарий

О юридическом лице Реквизиты Активность Контакты Взаимоотношения 1 Сделки 2 Задачи 0 Вложения 0 Доступ

Наименование	ООО Канцтовары-Про	Тип	Не выбрано
ОПФ	Общество с ограниченной ответственностью	Партнер	
Региональная группа	Рязанская область	День компании	
Отрасль	Розничная торговля	Сайт	
Годовой доход		Email	
Штат	230	Телефоны	15

Рис. 276. Форма создания входящего звонка в веб-приложении ELMA

При нажатии на кнопку **Сохранить** в верхнем меню система предложит выбрать дальнейшие действия для входящего звонка (Рис. 277).

Сохранение звонка

Дальнейшие действия

- Добавить звонок: Выполнить взаимоотношение и создать новый звонок
- Добавить встречу: Выполнить взаимоотношение и создать новую встречу
- Добавить письмо: Выполнить взаимоотношение и наметить написание письма
- Добавить сделку: Выполнить взаимоотношение и создать сделку
- Закреть: Закреть взаимоотношение

Рис. 277. Диалоговое окно "Сохранение звонка"

В нашем случае применена опция **Закреть взаимоотношение**. На странице появится уведомление об успешно зарегистрированном звонке (Рис. 278).

Создать задачу | Прикрепить документ | Действия | Звонок | Контакт | Позвонить | Администратор

Юридическое лицо - ООО Канцтовары-Про

Звонок успешно зарегистрирован

О юридическом лице | Реквизиты | Активность | Контакты | Взаимоотношения 3 | Сделки 2 | Задачи 0 | Вложения 0 | Доступ

Наименование	ООО Канцтовары-Про	Тип	Не выбрано
ОПФ	Общество с ограниченной ответственностью	Партнер	
Региональная группа	Рязанская область	День компании	
Отрасль	Розничная торговля	Сайт	
Годовой доход		Email	
Штат	230	Телефоны	15
Ответственный	Иванов А.	Факс	
Описание		Категории	Не выбрано
Маркетинговое воздействие	Не выбрано		
Участники работы			
Информируемые			

Рис. 278. Уведомление об успешно зарегистрированном звонке на карточке Контрагента

В случае, если в системе нет объекта с номером телефона звонящего, будет открыта форма **Входящий звонок <Номер телефона> (<создаваемый объект>)** (Рис. 279). При этом тип создаваемого объекта зависит от настроек, установленных Администратором системы ELMA в разделе **Администрирование – Система – Настройки системы – Телефония**. По умолчанию система предусматривает создание **Возможности** (Рис. 279).

Рис. 279. Форма создания входящего звонка с типом объекта "Возможность"

Также входящий вызов и номер телефона может быть присвоен уже существующему в системе ELMA объекту. Для этого в верхнем меню нужно нажать на кнопку **Выбрать клиента**. Отобразится диалоговое окно **Выбор клиента** (Рис. 280), в котором можно указать тип клиента и клиента из выпадающего списка. Для поиска необходимого клиента следует нажать на иконку , для создания нового – на иконку . Для сохранения номера телефона входящего вызова следует установить флажок **Сохранить номер телефона**.

Рис. 280. Диалоговое окно "Выбор клиента"

После заполнения всех требуемых полей необходимо нажать на кнопку верхнего меню **Сохранить**. Входящий звонок будет зарегистрирован. В системе будет создана новая **Возможность**.

6.3. Организация контакт-центра на базе ELMA

Мультиканальный контакт-центр – это инструмент автоматизации и упорядочивания обслуживания клиентов. Мультиканальность подразумевает возможность взаимодействия с клиентами по нескольким каналам связи: колл-центр, электронная почта, интернет-чат, мобильные приложения, соцсети и т.д.

За последние годы всё больший процент в структуре каналов обращений клиентов в компании занимают неголосовые. Несмотря на этот тренд, голосовые каналы коммуникации, в частности IP-телефония, до сих пор занимают самую крупную долю в этой нише.

Это связано с отсутствием нужды в сложной инфраструктуре; возможностью территориального распределения сотрудников контакт-центра и связки с CRM-системами.

Приложение ELMA CRM+ может стать базой для полноценного колл-центра. Во-первых, система ELMA не требует приобретения дополнительного оборудования. Для корректной работы необходима настройка интеграции с провайдером телефонии (Asterisk, Oktell или Infratel), запущенный ELMA Агент и софтфон. В сценариях, описанных выше, использована бесплатная программа для совершения звонков [X-Lite](#).

Во-вторых, в системе ELMA может быть реализован функционал очередей вызовов, которые позволяют распределять входящие звонки между операторами по мере их доступности: входящий вызов поступает всем свободным сотрудникам колл-центра, который может быть принят по принципу "кто первый".

В-третьих, при входящем звонке в **приложении ELMA CRM+** предусмотрено автоматическое открытие карточки клиента (см. Раздел 6.2). Визуализация повышает осведомлённость оператора о клиенте. В карточке может быть отображена исчерпывающая информация о звонящем, в частности, об услугах компании, которыми клиент уже пользуется. Это может избавить оператора от лишних вопросов, ускорит взаимодействие, а значит, повысит лояльность клиента к компании. Если в колл-центр обращается новый клиент, оператор сможет внести данные о нём в автоматически открывающуюся форму создания входящего звонка, создав любой предлагаемый тип объекта.

В-четвёртых, в **приложении ELMA CRM+** при приёме входящего звонка реализована возможность запуска бизнес-процессов. Представим себе колл-центр интернет-провайдера. Оператору поступает звонок от абонента. Озвученная проблема – компьютер не может установить интернет-соединение. В ходе общения с клиентом сотрудник колл-центра может запустить бизнес-процесс "Аварийная

заявка", в рамках которого технический специалист выедет к абоненту и проведёт диагностику оборудования.

Так, интеграция **приложения ELMA CRM+** с IP-телефонией поможет снизить расходы на связь, став альтернативой традиционной телефонии, а также полноценной платформой для создания современного контакт-центра.

Глава 7. Отслеживание маркетинговых мероприятий

В разделе **Маркетинг** собрана информация о маркетинговых активностях компании, направленных на привлечение новых клиентов и повышение объемов продаж: промо-ролики на телевидении и радио, реклама в интернете, на светодиодных экранах и баннерах, презентации, выставки, распродажи и т.д.

Возникает вопрос – как оценить, насколько маркетинговая кампания была эффективна? Логично, что по прошествии некоторого времени необходимо подсчитать, сколько денег организации принесла та или иная кампания. Однако в ручном режиме это может оказаться очень трудоёмким процессом. Подраздел **Маркетинг** позволяет вести реестр маркетинговых мероприятий для прозрачной и понятной оценки их эффективности.

В данном подразделе содержится информация о **Маркетинговых объектах** компании, а также инструменты для работы с ними. При переходе в подраздел по умолчанию отображается страница **Динамика возможностей** из **Календаря мероприятий** (Рис. 281).

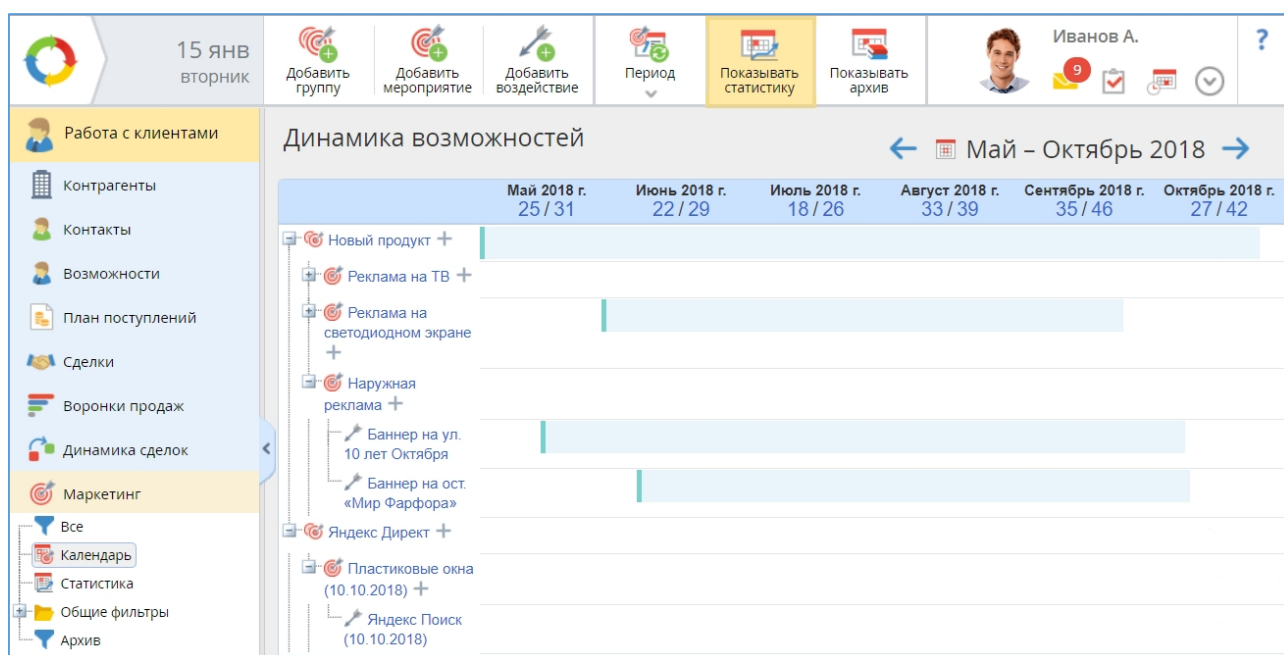


Рис. 281. Динамика возможностей

В этом разделе можно оценить соотношение новых потенциальных клиентов и их конвертацию за определённый период. На Рис. 282 видно, что, например, в июле было 26 новых потенциальных клиентов (число после дроби), 18 из них (число до дроби) были конвертированы из потенциальной возможности в клиента.

Динамика возможностей					
← Май – Октябрь 2018 →					
Май 2018 г. 25 / 31	Июнь 2018 г. 22 / 29	Июль 2018 г. 18 / 26	Август 2018 г. 33 / 39	Сентябрь 2018 г. 35 / 46	Октябрь 2018 г. 27 / 42

Рис. 282. Страница "Динамика возможностей" в режиме отображения "Месяц"

При нажатии кнопкой мыши на одну из цифр будет открыта страница **Потенциальные клиенты**, содержащая отфильтрованный список **Возможностей**, конвертированных за выбранный период или созданных в данном периоде.

Под названиями периодов и на пересечении строк с названиями маркетинговых событий располагаются аналогичные счётчики.

Ниже в этом разделе рассмотрим работу с маркетинговыми кампаниями и мероприятиями, статистическими данными, а также использование UTM-меток.

7.1. Маркетинговые объекты

Маркетинговые объекты включают в себя три основных справочника: Маркетинговое воздействие, Маркетинговое мероприятие, Группа маркетинговых мероприятий. Опишем каждый из них ниже.

Группа маркетинговых мероприятий (Рис. 283) – первый уровень в дереве маркетинговых мероприятий. Он включает в себя **Маркетинговые мероприятия**, каждое из которых, в свою очередь, содержит определённый набор **Маркетинговых воздействий**.

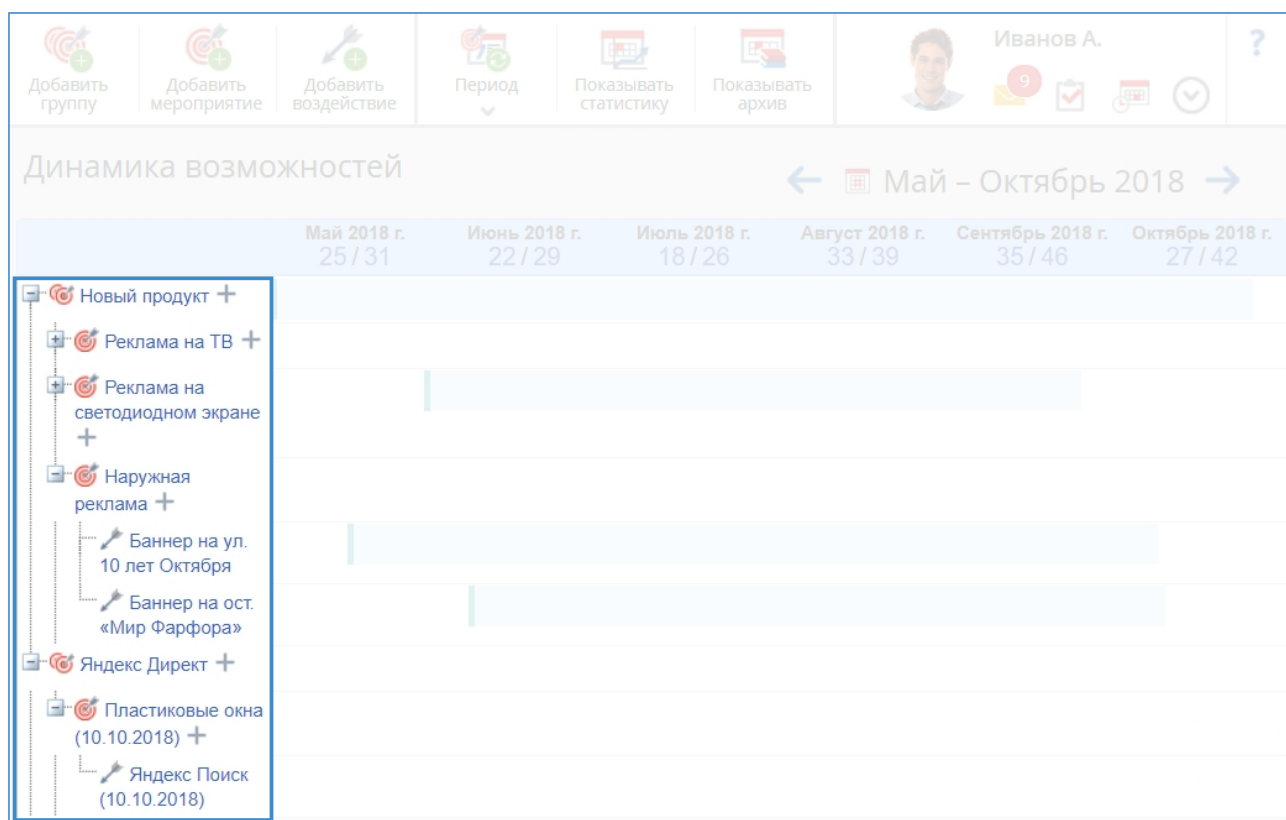


Рис. 283. Структура дерева маркетинговых мероприятий

Создаётся **Группа маркетинговых мероприятий** в подразделе **Работа с клиентами – Маркетинг – Календарь** нажатием на кнопку **Добавить группу** в верхнем меню (Рис. 284).

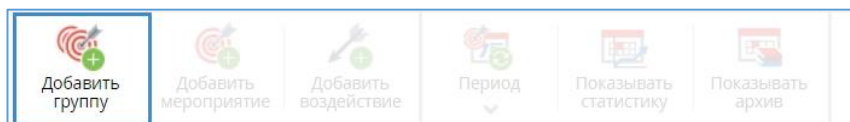


Рис. 284. Добавление Группы мероприятий

На открывшейся странице (Рис. 285) необходимо заполнить требуемые поля: **Наименование, Описание, Ответственный, Вид бюджета, Тип группы, Метки** (подробно работа с UTM-метками описана в Разделах 7.3 и 7.4).

Отметим, что бюджет группы маркетинговых мероприятий может быть введен вручную либо формироваться автоматически с учётом вложенных объектов.

Если в выпадающем списке в поле **Вид бюджета** будет выбран вариант **Бюджет вводится вручную**, то все затраты на мероприятия и группы мероприятий необходимо будет указывать вручную в появившемся поле **Бюджет** (стоимость вложенных объектов не будет учитываться).

При выборе варианта **Бюджет формируется из вложенных объектов** затраты на мероприятия и группы мероприятий будут автоматически складываться из дочерних мероприятий и воздействий.

The screenshot shows a web application interface for creating a marketing activity group. At the top, there are buttons for 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel), along with a user profile for 'Иванов А.' and a notification icon with the number 9. The main title is 'Создание - Группа маркетинговых мероприятий'. The form contains the following fields:

- Наименование ***: Text input with 'Новый продукт'.
- Описание**: Large text area.
- Ответственный ***: Dropdown menu showing 'Иванов Александр (Менеджер)'.
- Вид бюджета**: Dropdown menu showing 'Бюджет формируется автоматически из в...'.
- Тип группы**: Dropdown menu with a search icon.
- Метки (соответствует utm_source)**: Field with a green plus icon.

Рис. 285. Создание Группы маркетинговых мероприятий

На основе значения бюджета группы маркетинговых мероприятий система сама будет высчитывать ROI (от англ. "return on investment" – коэффициент возврата инвестиций). Так, на карточке группы маркетинговых мероприятий (Рис. 286) пользователь сможет видеть, насколько дорого обошлось привлечение одного потенциального клиента, а значит оценить эффективность рекламной кампании.

Новый продукт

О группе маркетинговых мероприятий: Контрагенты 3, Возможности 2, Сделки 1, Статистика

Наименование	Новый продукт
Описание	Рекламная кампания по светящимся воздушным шарам.
Ответственный	Соколова Е.
Тип группы	Базовый тип
Метки	Не выбрано
Статус	Активный
Вид бюджета	Бюджет формируется автоматически из вложенных объектов

Бюджет 10 000,00

Возможности

Все	2	5 000,00
Новые	0	0,00
В работе	0	0,00
Квалифицированные	1	10 000,00
Неквалифицированные	1	10 000,00
Дубль	0	0,00

Сделки

Всего	1
Успех	1
Неуспех	0

Рис. 286. Карточка группы маркетинговых мероприятий. Автоматическое формирование бюджета

Маркетинговые мероприятия (Рис. 287) – это набор маркетинговых воздействий, направленных на привлечение новых клиентов и продвижение новых продуктов компании, являются частью **Групп маркетинговых мероприятий**. Страница **Маркетинговые мероприятия** находится в разделе **Работа с клиентами – Маркетинг – Общие фильтры – Мероприятия**.

Маркетинговые мероприятия

Что искать?

Тип объектов: Статус:

Расширенный поиск

Кол-во: 15 Найдено записей: 3 Страницы: 1

Тип	Наименование	Ответственный	Дата создания	Все возможности	Созданные сделки
	Наружная реклама	Екатерина С.	24.10.2018 16:22	0	0
	Реклама на светодиодном экране	Екатерина С.	24.10.2018 16:09	0	0
	Реклама на ТВ	Екатерина С.	24.10.2018 15:23	0	0

Рис. 287. Общий вид подраздела "Маркетинговые мероприятия"

Создаётся **Маркетинговое мероприятие** нажатием на кнопку **Добавить мероприятие** в верхнем меню. После этого будет открыто окно, аналогичное окну создания группы маркетинговых мероприятий (Рис. 285). Отметим, в окне создания маркетингового мероприятия появляются обязательные для заполнения поля **Дата начала** и **Дата окончания** – это необходимо для обозначения срока действия рекламной кампании, скидок, акции и т.д. (Рис. 288).

Создание - Маркетинговое мероприятие

Наименование *

Описание

Группа мероприятий

Ответственный *

Вид бюджета

Дата начала *

Дата окончания *

Тип мероприятия

Метки (соответствует utm_medium)

Рис. 288. Создание Маркетингового мероприятия

Маркетинговые воздействия (Рис. 289) – это объекты разового воздействия на целевую аудиторию. Они являются частью **Группы маркетинговых мероприятий** и **Маркетинговых мероприятий**.

Сохранить Отмена Екатерина С. ?

Создание - Маркетинговое воздействие

Наименование * Баннер на ост. «Мир Фарфора»

Описание Баннер уличный, 4*12 м.

Маркетинговое мероприятие * Наружная реклама

Ответственный * Екатерина Соколова (Сотрудни)

Дата начала * 22.10.2018 16:52

Дата окончания * 11.11.2018 16:52

Тип воздействия

Метки (соответствует utm_campaign) +

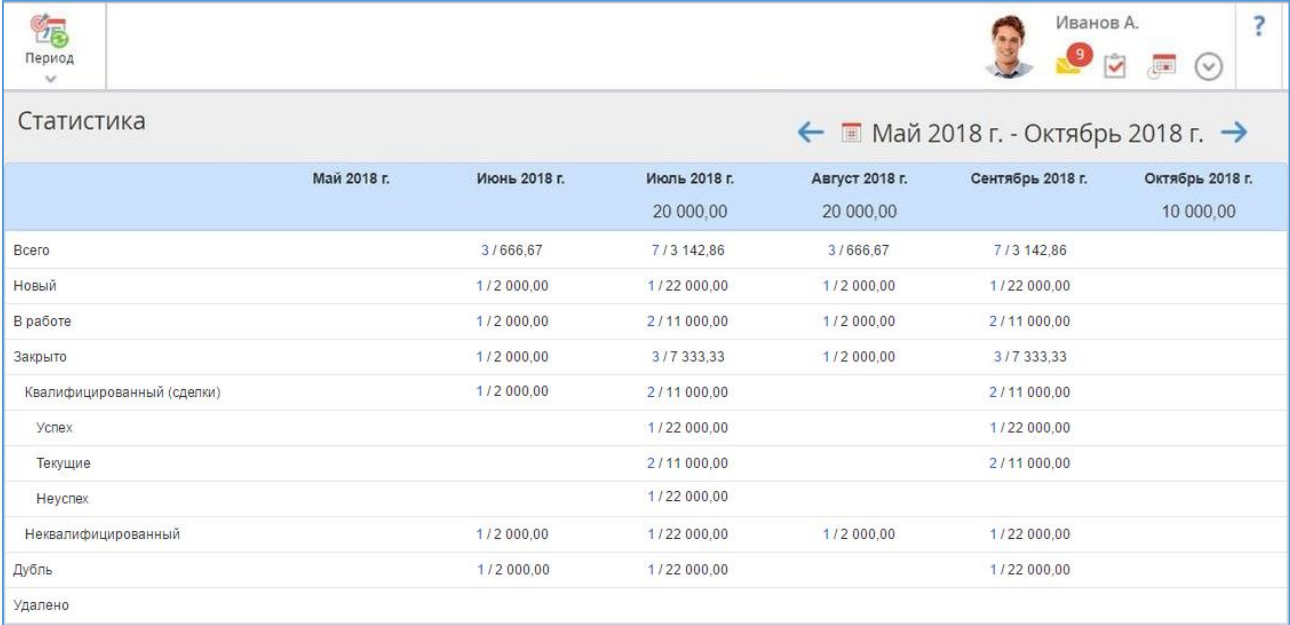
Рис. 289. Создание Маркетингового воздействия

После занесения в систему **Маркетинговых объектов** пользователь при создании **Возможности** может указать, благодаря какой именно группе мероприятий, мероприятию или воздействию – наружная реклама, реклама на ТВ, выставка, стенд, конференция и т. д. – потенциальный клиент обратился в компанию.

Отметим, что при конвертации потенциального клиента в контрагента, указанная маркетинговая активность будет наследоваться контрагентом.

7.2. Статистика

Важно указывать, на какое маркетинговое воздействие "откликнулся" потенциальный клиент – в дальнейшем это находит отражение в подразделе **Статистика** (Рис. 290). Перейти в него можно из меню **Работа с клиентами – Маркетинг – Статистика**.



Статистика	Май 2018 г.	Июнь 2018 г.	Июль 2018 г.	Август 2018 г.	Сентябрь 2018 г.	Октябрь 2018 г.
			20 000,00	20 000,00		10 000,00
Всего		3 / 666,67	7 / 3 142,86	3 / 666,67	7 / 3 142,86	
Новый		1 / 2 000,00	1 / 22 000,00	1 / 2 000,00	1 / 22 000,00	
В работе		1 / 2 000,00	2 / 11 000,00	1 / 2 000,00	2 / 11 000,00	
Закрыто		1 / 2 000,00	3 / 7 333,33	1 / 2 000,00	3 / 7 333,33	
Квалифицированный (сделки)		1 / 2 000,00	2 / 11 000,00		2 / 11 000,00	
Успех			1 / 22 000,00		1 / 22 000,00	
Текущие			2 / 11 000,00		2 / 11 000,00	
Неуспех			1 / 22 000,00			
Неквалифицированный		1 / 2 000,00	1 / 22 000,00	1 / 2 000,00	1 / 22 000,00	
Дубль		1 / 2 000,00	1 / 22 000,00		1 / 22 000,00	
Удалено						

Рис. 290. Подраздел "Статистика"

Этот подраздел позволяет оценивать стоимость **Возможностей** и **Сделок** в разрезе различных периодов времени. Однако оценка стоимости доступна только при условии, что пользователи заводят платежи по объектам маркетинга, привязывая к ним **Потенциальных клиентов** или **Сделки**.

В верхнем меню, как и на странице **Динамика возможностей** (Рис. 282), содержится кнопка **Период** (Рис. 291), устанавливающая режим отображения статистики за месяц, неделю или день.

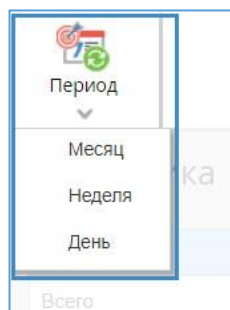


Рис. 291. Кнопка "Период"

В области отображения страницы находится таблица данных (Рис. 290). Строки таблицы – статусы возможности, а столбцы – периоды отображения. На пересечении строки и столбца отображаются числа через "/".

Первое число – отображение числа **Возможностей**, имеющих статус, указанный в названии строки в данный период отображения. При нажатии на цифру будет открыта страница со списком данных **Возможностей**.

Второе число – стоимость одной **Возможности** за выбранный период, выраженная в валюте, указанной в настройках системы. Стоимость рассчитывается по формуле: бюджет маркетингового объекта в текущем периоде делится на количество созданных возможностей за данный период. Например, если бюджет **Маркетингового объекта** за месяц составил 1 000 рублей и за это время было создано 10 новых возможностей, то стоимость одной возможности – 100 рублей.

Кроме того, статистика стоимости возможностей и сделок доступна для просмотра в карточке объекта маркетинга (Рис. 286).

Так можно проанализировать, какие **Возможности** были конвертированы в **Сделки**, какие сделки закрылись с успехом или неуспехом, а также понять, какой из маркетинговых объектов наиболее или наименее эффективен, в какой из них стоит вкладывать средства компании, а от какого отказаться.

7.3. Работа с UTM-метками

В системе ELMA реализована возможность работы с **UTM-метками**. Они представляют собой теги, добавляемые в URL-адрес сайта или страницы, для трекинга источников трафика. В маркетинге метки необходимы для отслеживания результатов рекламных кампаний, продаж и любого контента на сайте.

Предположим, ваша организация размещает интернет-рекламу в Yandex или Google с использованием механизма **UTM-меток**. Ссылка с рекламой ведёт на определённую страницу сайта организации, где потенциальный клиент оставляет свои данные. Рекламные кампании маркируются одними и теми же метками, по которым **приложение ELMA CRM+** начинает "узнавать" рекламную компанию: благодаря им видно, какое именно маркетинговое воздействие (форма на сайте, лендинг и т.д.) передало данные о потенциальном клиенте в систему. В системе ELMA это находит отражение в карточках возможностей (Рис. 301) и контрагентов (данные о маркетинговых воздействиях наследуются при конвертации), а также в карточках групп маркетинговых мероприятий (Рис. 296). Метки также могут передавать маркетологам дополнительную информацию о параметрах перехода посетителя с рекламной площадки в систему веб-аналитики.

Благодаря этому инструменту можно определить, какие участки рекламной кампании приносят наименьшее количество прибыли, быстро отреагировать на изменения на сайте, перераспределить рекламный бюджет.

Каждая **UTM-метка** должна содержать параметр и его значение, которые нужно отследить. У них есть универсальные названия, которые позволяют системам аналитики корректно их считывать. Есть три обязательных метки, на примере ниже они выделены красным цветом:

`www://example.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=okna_poisk`

utm_source – название рекламной площадки. Эта метка нужна для указания названия источника трафика (Google, Yandex, VK, Facebook и т.д.).

utm_medium – обозначает тип рекламы. Этот параметр заполняется по общепринятым шаблонам. Например: cpc (с англ. "cost per click" – цена за клик) – это контекстная реклама, display – баннерная реклама с оплатой за показы и т.д.

utm_campaign – название рекламной кампании, необходимое для наличия возможности отличать рекламные кампании в системе веб-аналитики. Это значение задаётся произвольно на латинице. Например: okna_poisk.

В приложении **ELMA CRM+** метки формируются вручную при создании или редактировании **Маркетингового объекта** (Рис. 292).

Маркетинговое воздействие "Баннер на ул. 10 лет Октября"

Наименование * Баннер на ул. 10 лет Октября

Описание

Маркетинговое мероприятие * Наружная реклама

Ответственный * Екатерина Соколова (Сотрудни) [X] [User Icon] [v]

Дата начала * 14.05.2018 [Calendar Icon] 16:22 [v]

Дата окончания * 07.10.2018 [Calendar Icon] 16:22 [v]

Тип воздействия [v] [Add Icon] [Search Icon] [v]

Метки (соответствует utm_campaign) [okna_poisk X] [Add Icon]

Рис. 292. Установка метки при создании Маркетингового воздействия

В дальнейшем при размещении интернет-рекламы эти метки, как было описано выше, нужно встроить в URL-адрес. Процесс работы с UTM-метками подробнее описан в Разделе 7.4.

7.4. Сценарий использования

В этом сценарии рассмотрим, как подраздел **Маркетинг** работает на практике, а именно запустим рекламную кампанию по продаже пластиковых окон с премиум-монтажом. Акция рассчитана на весь осенний период. Установим определённый бюджет, создадим UTM-метки, встроим их в форму сайта и отследим появление новых потенциальных клиентов. То, как **Возможности** в дальнейшем попадут в систему ELMA и пройдут жизненный цикл от потенциального клиента до **Контрагента** или **Сделки**, мы подробнее рассмотрим в Глава 9. Ниже в данном подразделе описана работа с метками и процедура сбора потенциальных клиентов.

По принципу, описанному в Разделе 7.1 данного руководства, создадим **Группу маркетинговых мероприятий**. Рекламная кампания запускается с помощью сервиса Яндекс.Директ. Назовём группу мероприятий в соответствии с площадкой, где будет размещена реклама. Установим **Ответственного за Группу мероприятий**, **Бюджет**, **Тип группы** (Базовый тип), а также **Метку**, соответствующую формату `utm_source=yadirect` – именно так в последствии она будет выглядеть в адресной строке сайта с формой заполнения (Рис. 293).

The screenshot shows a web application interface for creating a marketing activity group. At the top, there are buttons for 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel), and a user profile for 'Екатерина С.' with notification icons. The main title is 'Группа маркетинговых мероприятий "Яндекс Директ"'. The form includes the following fields:

- Наименование ***: Яндекс Директ
- Описание**: (empty text area)
- Ответственный ***: Екатерина Соколова (Сотрудни) [icon] [dropdown]
- Вид бюджета**: Бюджет вводится вручную [dropdown]
- Бюджет**: 20 000,00
- Тип группы**: Базовый тип [icon] [icon] [icon] [dropdown]
- Метки (соответствует utm_source)**: yadirect [icon] [icon]

Рис. 293. Создание Группы маркетинговых мероприятий

По аналогии создадим дочерние объекты группы – **Маркетинговое мероприятие** (Рис. 294) и **Маркетинговое воздействие** (Рис. 295). На форме создания **Маркетингового мероприятия** группа выставится автоматически. Выставлять вручную **Бюджет** не нужно – система предложит сформировать его автоматически из

вложенных объектов. Также введём метки со значениями **utm_medium=38341967** и **utm_campaign=okna_poisk**.

Сохранить Отмена

Екатерина С.

Маркетинговое мероприятие "Пластиковые окна (10.10.2018)"

Наименование * Пластиковые окна (10.10.2018)

Описание

Группа мероприятий Яндекс Директ

Ответственный * Екатерина Соколова (Сотрудни)

Вид бюджета Бюджет формируется автоматически из в...

Дата начала * 30.10.2018 13:20

Дата окончания * 30.11.2018 13:20

Тип мероприятия Базовый тип

Метки (соответствует utm_medium) utm_source: yadirect 38341967

Рис. 294. Создание Маркетингового мероприятия

Сохранить Отмена

Екатерина С.

Маркетинговое воздействие "Яндекс Поиск (10.10.2018)"

Наименование * Яндекс Поиск (10.10.2018)

Описание

Маркетинговое мероприятие * Пластиковые окна (10.10.2018)

Ответственный * Екатерина Соколова (Сотрудни)

Дата начала * 30.10.2018 13:31

Дата окончания * 30.11.2018 13:31

Тип воздействия Базовый тип

Метки (соответствует utm_campaign) utm_source: yadirect utm_medium: 38341967 okna_poisk

Рис. 295. Создание Маркетингового воздействия

После заполнения страница **Группы мероприятий** выглядит следующим образом (Рис. 296):

Яндекс Директ

О группе маркетинговых мероприятий | Контрагенты 0 | Возможности 0 | Сделки 0 | Статистика

Наименование	Яндекс Директ
Описание	
Ответственный	Екатерина С.
Тип группы	Базовый тип
Метки	yadirect
Статус	Активный
Вид бюджета	Бюджет вводится вручную

Бюджет 20 000,00

Возможности

Все	0	0,00
Новые	0	0,00
В работе	0	0,00
Квалифицированные	0	0,00
Неквалифицированные	0	0,00
Дубль	0	0,00

Сделки

Всего	0	0,00
Успех	0	0,00
Неуспех	0	0,00

Кол-во: 15 | Найдено записей: 1 | Страницы: 1

Тип	Наименование	Ответственный	Создано	Возможности	Сделки
📄	Пластиковые окна (10.10.2018)	Екатерина С.	30.10.2018 13:30	0	0
🔍	Яндекс Поиск (10.10.2018)	Екатерина С.	30.10.2018 13:40	0	0

Рис. 296. Страница Группы маркетинговых мероприятий

Теперь перейдём в сервис Яндекс.Директ для создания объявления с UTM-метками. Заполним необходимые поля так, как это сделано на Рис. 297. В адресную строку, выделенную синей рамкой, поместим ссылку. В нашем примере это тестовый URL-адрес:

test.ru/?utm_source=yadirect&utm_medium=38341967&utm_campaign=okna_poisk.

Справа на странице можно увидеть превью создаваемого объявления.

Создание группы объявлений

в кампанию Пластиковые окна (№ 38341967)

Название группы *

В группе вы можете создать одно или несколько объявлений с общим набором ключевых фраз и едиными условиями показа.

Объявление

☐ Мобильное объявление ?

Очистить объявление

Тип объявления

Текстово-графическое Графическое Видео ⁸

Заголовок 1 * ?

Заголовок 2 ?

Текст объявления *

Ссылка на сайт *

Рис. 297. Форма создания группы объявлений в Яндекс.Директе

Созданная группа объявлений будет отображаться пользователям в результатах поиска Яндекса таким образом (Рис. 298):

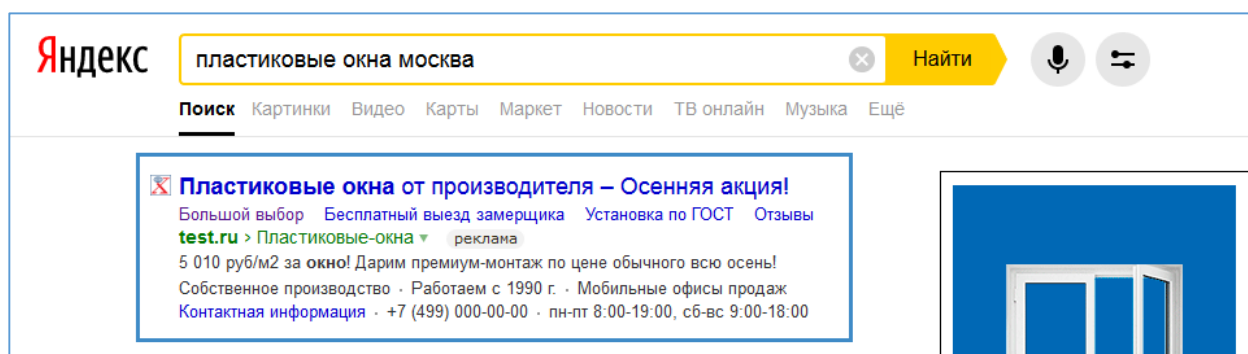


Рис. 298. Отображение созданного объявления в результатах поиска

По нажатию на объявление потенциальный клиент переходит на сайт компании и вносит свои данные на форму для заполнения (Рис. 299). Обратим внимание на использование UTM-меток в адресной строке – на иллюстрации они выделены синим цветом.

Рис. 299. Форма заполнения на сайте компании

Информация, введённая потенциальным клиентом на форме, поступает в систему управления контентом сайта 1С-Битрикс. Данные распределяется по колонкам (Рис. 300), соответствующим установленным ранее UTM-меткам.

Ваше имя	Телефон	Город	utm_source	utm_medium	utm_term	utm_content	utm_campaign	referer_url	referer_domain	referer_key
Александр	8 800 000000	Москва	yadirect	38341967			okna_poisk			

Рис. 300. Отображение данных, введённых на форме сайта, в 1С-Битрикс

Затем данные с платформы 1С-Битрикс интегрируются с системой ELMA, и новые **Возможности** попадают в систему. В рабочей конфигурации системы ELMA веб-формы, заполненные потенциальными клиентами за определённый временной отрезок, выгружаются в формате .xls. Подробнее это будет описано в Глава 9 данного руководства.

Загруженные в систему **Возможности** будут выглядеть как на Рис. 301. В карточке потенциального клиента в системе ELMA отобразится, из какого источника пришёл клиент и благодаря какому **Маркетинговому воздействию** это произошло.

Запустить процесс

Создать задачу

Прикрепить документ

Действия

Звонок

Контакт

Позвонить

Екатерина С.

1

1

Потенциальный клиент - Александр

О потенциальном клиенте

Контакты

Взаимоотношения 0

Задачи 0

Документы 0

Доступ

Источник

Веб-сайт (Скачивание)

Сайт

Статус

Новый

Email

Наименование

Александр

Телефон

8 800 000000

ОПФ

Не выбрано

Адрес

Региональная группа

Не выбрано

Ответственный

Екатерина С.

Отрасль

Не выбрано

Категории

Не выбрано

Тип

Форма на сайте

Дата создания

30.10.2018 0:53

О потенциальном клиенте

Заполнили форму

Дата взятия в работу

Маркетинговое воздействие

Яндекс Директ

Пластиковые окна (10.10.2018)

Яндекс Поиск (10.10.2018)

Участники работы

Численность компании

Информируемые

Кол-во лицензий

Количество лицензий, которое собирается приобретать потенциальный клиент

Тип возможности

Входящая возможность

Передан партнеру

Нет

Рис. 301. Карточка потенциального клиента, оставившего свои данные на форме сайта

Глава 8. Роли и интерфейсы

Для организации эффективной работы каждого сотрудника система ELMA позволяет настраивать индивидуальные пользовательские интерфейсы. Так сотрудники компании смогут иметь быстрый доступ к различным функциям, документам, бизнес-процессам системы. Общий принцип их настройки описан в Разделе 3.5 данного руководства, а также в разделе **Интерфейсы** [Краткого руководства по Внутреннему порталу ELMA](#). Больше о настройке портлетов можно узнать в [справке по системе ELMA](#).

Ниже приведём интерфейсы для трёх основных ролей, задействованных в модуле CRM: [менеджера по продажам](#), [маркетолога](#) и [коммерческого директора](#). Отметим, что в реальной конфигурации страницы могут иметь другое наполнение; портлеты, фильтры, кнопки могут называться иначе.

Начнём настройку интерфейса с левого меню – для ролей, указанных выше, оно будет одинаковым. По умолчанию в левом меню есть элементы, которые в работе с CRM не понадобятся. Оставим в левом меню следующие разделы: **Лента сообщений**, **Работа с клиентами**, **Задачи**, **Календарь**, **Документы**.

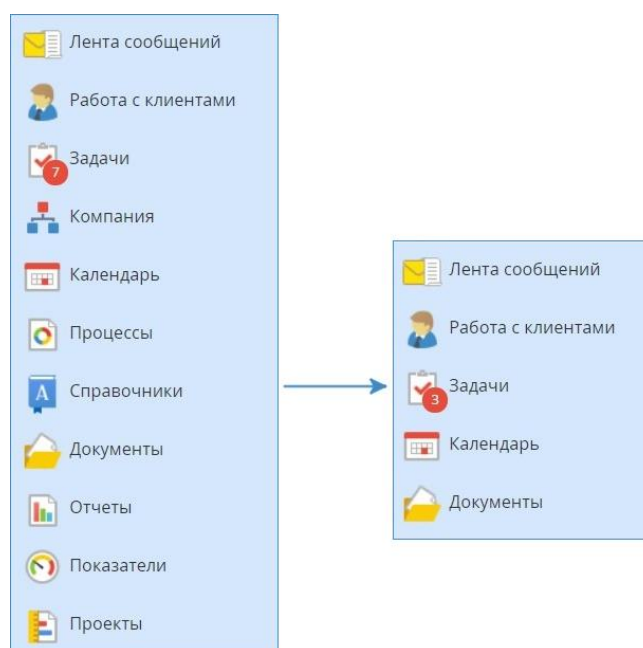


Рис. 302. Набор разделов левого меню по умолчанию → Настроенный набор разделов

8.1. Менеджер по продажам

В числе задач менеджера по продажам – продажа товаров и услуг, расширение круга **Контрагентов** и **Сделок**, а также поддержание уровня их лояльности. Помимо прочего, большую часть рабочего времени специалист отдела продаж проводит на переговорах с клиентами.

Для удобства выполнения этих задач настроим соответствующий интерфейс – "Интерфейс менеджера по продажам". Общий вид главных страниц в этой конфигурации приведён на Рис. 303 и Рис. 304.

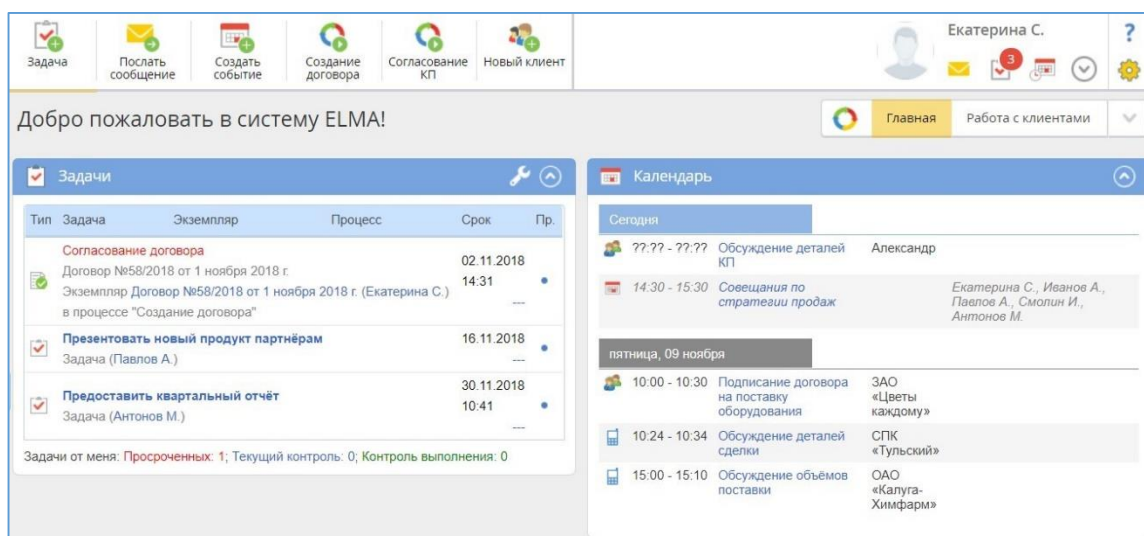


Рис. 303. Общий вид наполнения главной страницы "Главная"

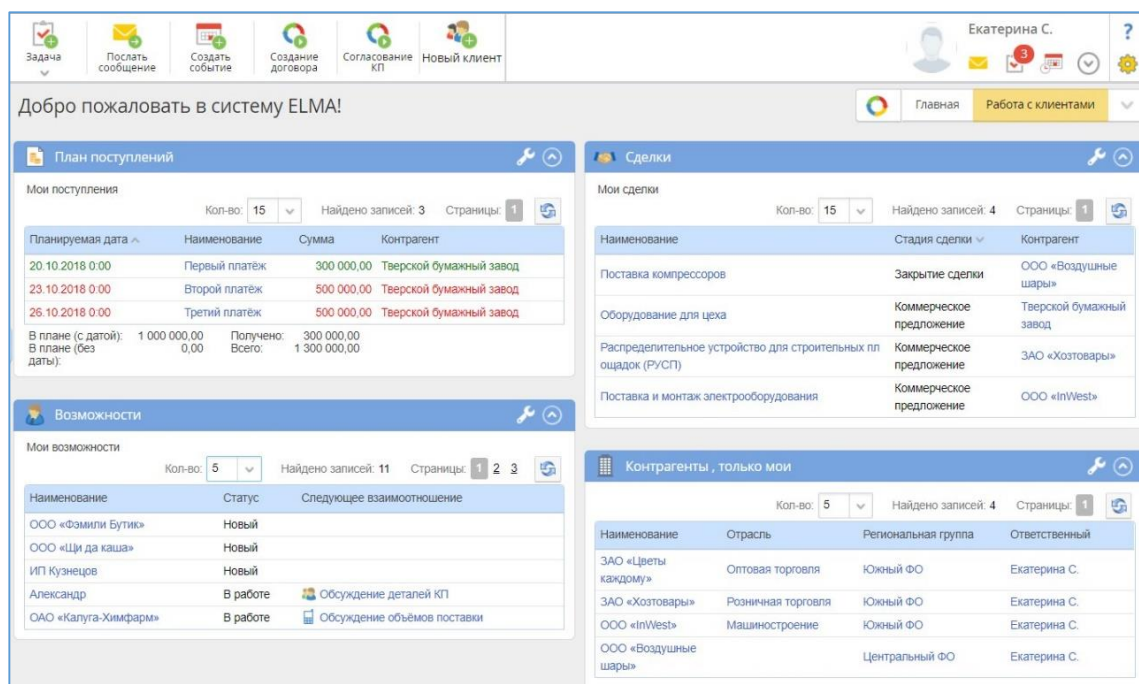


Рис. 304. Общий вид наполнения главной страницы "Работа с клиентами"

Для разбивки информации на общую и специализированную мы настроили ленту главных страниц, создав дополнительно страницу "Работа с клиентами".

На первой по умолчанию размещены портлеты с задачами, поставленными пользователю, и календарём, отображающим данные о ближайших взаимоотношениях – звонках, встречах и т.д.

На вторую вынесены следующие портлеты: **План поступлений**, **Сделки**, **Возможности** и портлет **Данные по фильтру** с фильтром **Контрагенты**. В портлетах установим фильтр "Только мои" – это целесообразно сделать для ускорения обработки информации: так менеджер видит только данные из его зоны ответственности, а значит, не тратит время на поиск нужных данных.

Обратим внимание на настройку верхнего меню текущего интерфейса (Рис. 305).

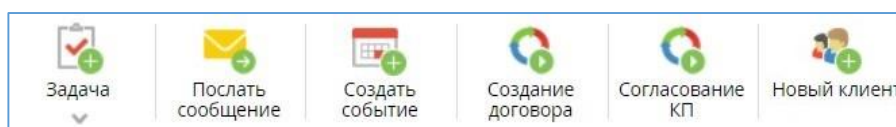


Рис. 305. Набор кнопок в верхнем меню интерфейса менеджера по продажам

В него включён расширенный набор кнопок, предоставляющий быстрый доступ к различным функциям системы. В частности, из верхнего меню можно перейти к созданию задачи, нового события в календаре, отправке сообщения, запуску часто используемых менеджером бизнес-процессов (в нашем случае – процессы создания договора и согласования коммерческого предложения), созданию нового контрагента.

Настроенные таким образом главные страницы для Менеджера по продажам позволяют ему быстро ориентироваться в разделах системы, оперативно находить необходимую информацию и осуществлять требуемые активности, не прибегая к длительным манипуляциям.

8.2. Маркетолог

Маркетолог занимается мониторингом ситуации на рынке и прогнозирует его развитие; составляет рекомендации по повышению узнаваемости продукта и ценообразованию; координирует маркетинговые кампании, в ходе которых главная цель – за меньшие деньги привлечь больше потенциальных клиентов.

Для удобства работы и быстрого доступа к необходимым в работе разделам настроим соответствующий интерфейс – "Интерфейс маркетолога". Общий вид главной страницы в этой конфигурации приведён на Рис. 306.

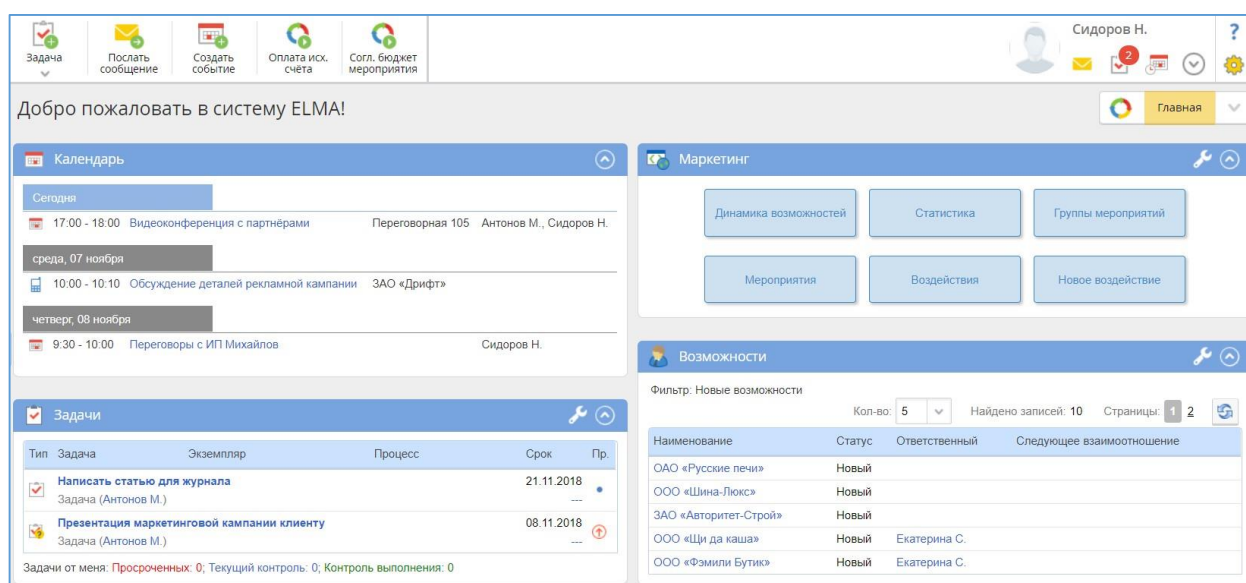


Рис. 306. Общий вид наполнения главной страницы в интерфейсе маркетолога

В интерфейсе маркетолога находятся стандартные портлеты **Календарь** и **Задачи**.

Кроме того, добавлен портлет **Маркетинг**. Специального портлета для этого подраздела нет, однако можно создать HTML-портлет с кнопками, позволяющие в один клик переместиться в определенный раздел системы, либо выполнять конкретное действие. В нашем примере созданы следующие кнопки: **Динамика возможностей**, **Статистика**, **Группы мероприятий**, **Мероприятия**, **Воздействия**, **Новое воздействие**. Подробнее работа с HTML-редактором при настройке портлетов описана в [справке по системе ELMA](#).

Также при настройке решения можно воспользоваться портлетом **Данные по фильтру**, вынеся в фильтр, к примеру, **Группы мероприятий** так, как это сделано на Рис. 307. Это позволяет маркетологу бегло оценить эффективность того или иного маркетингового мероприятия.

Наименование	Ответственный	Дата создания	Все возможности	Созданные сделки	Дата отправки в архив
Новый продукт	Екатерина С.	24.10.2018 15:11	1	1	
Яндекс Директ	Екатерина С.	30.10.2018 13:18	1	0	

Рис. 307. Портлет "Группы мероприятий"

Для оценки эффективности маркетинговых мероприятий, потраченного на них бюджета маркетологу важно видеть портлет **Возможности** (с установленным фильтром "Новые возможности"). В некоторых компаниях именно маркетолог, а не менеджер по продажам, оценивает потенциал возможностей и занимается их модерацией. К примеру, на практике в список новых потенциальных клиентов могут попасть случайные контакты с несуществующим телефонным номером и выдуманым именем. Такие возможности сразу удаляются маркетологом из-за непригодности для дальнейшей работы.

Верхнее меню текущего интерфейса настроено следующим образом (Рис. 308):

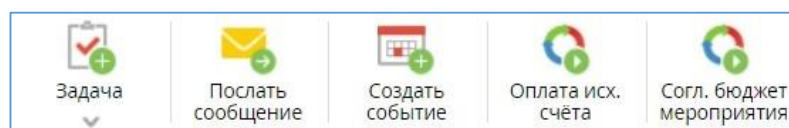


Рис. 308. Набор кнопок в верхнем меню интерфейса маркетолога

Из верхнего меню можно перейти к созданию задачи, отправке сообщения, добавлению нового события в календарь, запуску часто используемых маркетологом бизнес-процессов (в нашем случае – процесс оплаты исходящего счёта и согласования бюджета маркетингового мероприятия).

В зависимости от сферы деятельности компании и должностных обязанностей сотрудника отдела маркетинга набор портлетов и кнопок может различаться.

8.3. Коммерческий директор

В круг обязанностей коммерческого директора входит разработка коммерческой стратегии предприятия, отслеживание динамики сделок и поступлений по ним, оперативный контроль менеджеров по продажам, а также координация маркетинговой активности и подключение к работе с основными клиентами.

Для удобства выполнения этих задач настроим соответствующий интерфейс – "Интерфейс коммерческого директора". Отображаемая информация так же, как в интерфейсе менеджера по продажам, поделена на общую и специализированную. Для этого дополнительно к главной странице создана страница "Продажи и маркетинг".

Общий вид главных страниц в этой конфигурации приведён на Рис. 309 Рис. 1 и Рис. 310.

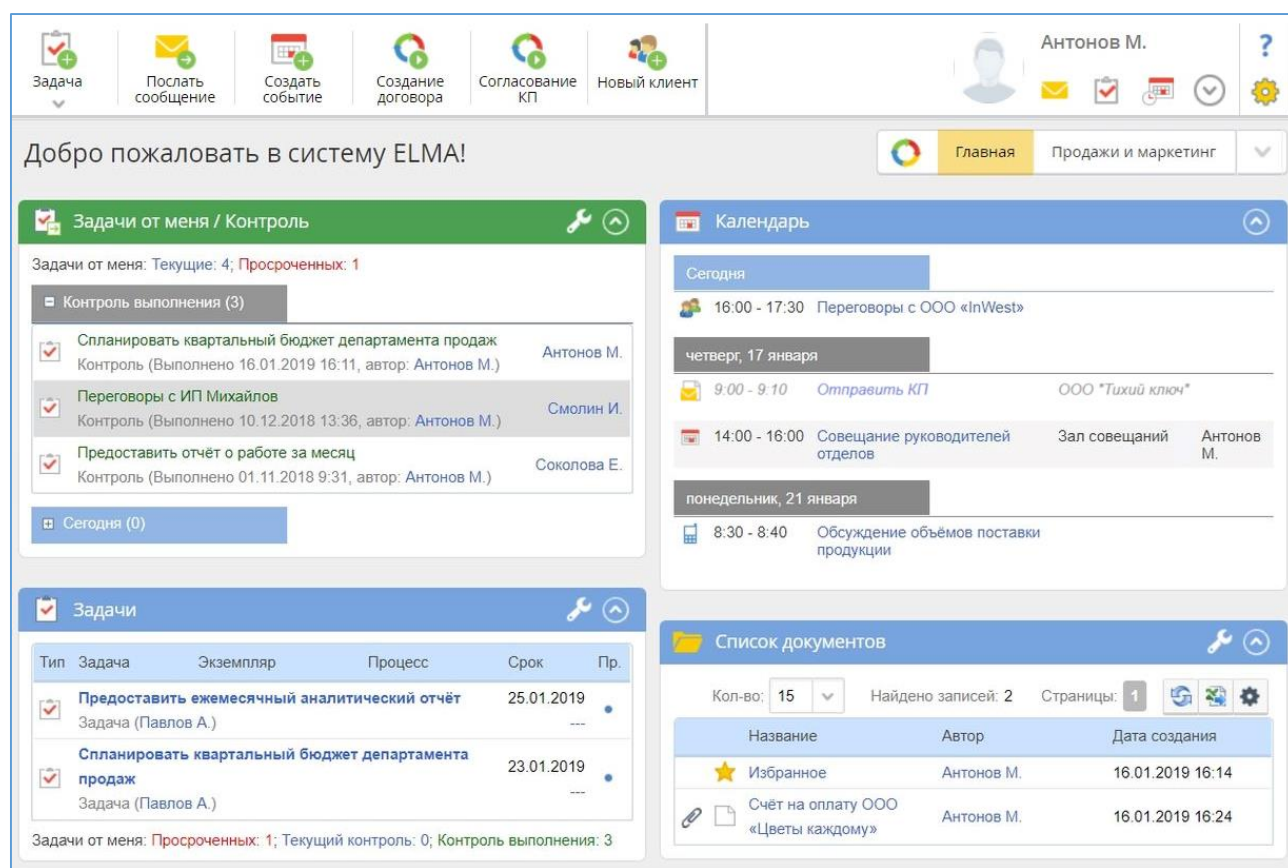


Рис. 309. Общий вид наполнения главной страницы "Главная" в интерфейсе коммерческого директора

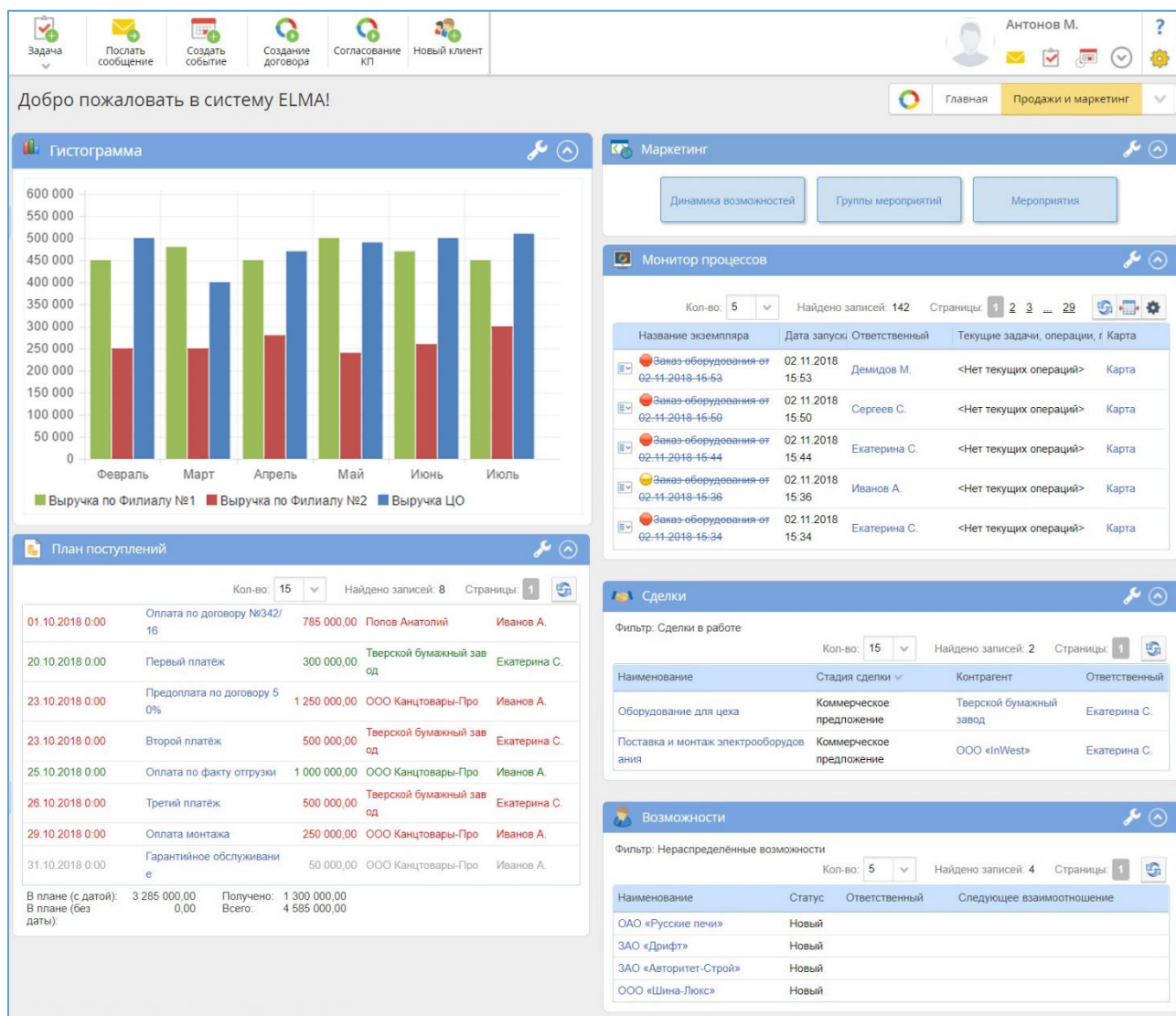


Рис. 310. Общий вид главной страницы "Продажи и маркетинг" в интерфейсе коммерческого директора

На первую вынесены портлеты **Задачи**, **Задачи от меня/На контроле** и **Календарь**. В нём отображаются события, запланированные пользователем в своём календаре. Помимо этого, коммерческий директор, находясь в оргструктуре выше других, может видеть события в календарях своих сотрудников – менеджеров по продажам. Кроме того, пользователи могут быть добавлены в информируемые по событию, при этом такие события будут выделены курсивом (Рис. 309).

На второй странице размещены следующие портлеты:

- **Гистограмма.** Этот портлет необходим для отображения тех или иных метрик/показателей. В нём отображается динамика изменения значений показателей за выбранные периоды. В персональных настройках портлета осуществляется выбор показателей, количество периодов для отображения, а также настройка отображения данных на гистограмме.

Важно отметить: чтобы выбрать метрики/показатели для отображения в портлете, необходимо настроить модель показателей в Дизайнере ELMA.

- **План поступлений.** Данный портлет коммерческий директор должен иметь в быстром доступе для отслеживания оплаты по всем сделкам. Фильтр в нашем случае не применён.
- **Сделки.** В нашем примере портлет создан с ранее заданным фильтром "В работе". Так можно просматривать текущие сделки.
- **Возможности.** В портлет вынесены **Возможности** с фильтром "Нераспределённые возможности". Коммерческий директор, видя эту информацию, сам назначит **Ответственных** – менеджеров по продажам, – которые в дальнейшем будут работать с появившимися потенциальными клиентами.
- **Монитор процессов.** Он необходим для отслеживания запущенных экземпляров процессов, отображения их показателей, ответственных, текущих задач по ним.

Кроме того, коммерческому директору необходимо иметь доступ к подразделу **Маркетинг**. В нашем примере создан HTML-портлет, в который вынесены основные страницы подраздела: **Динамика возможностей, Группа маркетинговых мероприятий и Маркетинговые мероприятия**. Подробно настройка HTML-портлетов описана в [справке по системе ELMA](#).

Набор кнопок верхнего меню в текущем интерфейсе настроен так же, как в интерфейсе для менеджера по продажам, так как коммерческий директор тоже может инициировать некоторые бизнес-процессы при работе с ключевыми клиентами.

В данной главе мы рассмотрели в качестве примера три настроенных интерфейса. В реальной компании могут быть иные должности и более сложная структура коммерческого департамента. Важно понимать, что для удобства работы каждого специалиста необходимо предусмотреть грамотно настроенное рабочее место в системе.

Глава 9. Место ELMA CRM+ в IT-инфраструктуре

Платформа ELMA BPM может работать в интеграции с другими приложениями. Взаимодействие может быть построено через веб-сервисы, через API или иными способами. Особое место в области интеграции с системой ELMA занимает система 1С. Для интеграции двух платформ используется отдельно лицензируемый дополнительный модуль "Интеграция с 1С", который позволяет:

- работать со справочниками и документами системы 1С;
- запускать функции системы 1С;
- обращаться к объектной модели системы 1С.

Также благодаря возможностям системы ELMA можно осуществлять запуск бизнес-процессов и осуществлять отсылку сообщений из системы 1С в ELMA.

Во многих компаниях в качестве системы бухгалтерского учёта используется 1С. Функционал **приложения ELMA CRM+** позволяет планировать и контролировать финансовые отношения с контрагентами в части поступления денег по сделкам. В Глава 5 мы рассмотрели актуализацию данных о поступлениях, которая выполняется вручную. При наличии модуля интеграции с 1С актуализация может происходить автоматически.

Рассмотрим два бизнес-процесса: "Выставление счёта" и "Внесение данных о новом поступлении".

Бизнес-процесс "Выставление счёта" инициируется менеджером по продажам вручную. В рамках процесса он указывает контрагента, сделку, сумму, дату и основание платежа. После этого система ELMA передаёт данные в 1С. Там формируется счёт, печатная форма которого возвращается менеджеру в ELMA. Пример формирования документов в 1С можно найти в [статье Базы знаний ELMA](#). Также автоматически в системе ELMA может быть создано поступление (со статусом "В плане") по сделке, которую указал менеджер ранее.

Бизнес-процесс "Внесение данных о поступлении" запускается автоматически по событию в системе 1С при поступлении оплаты от покупателя. Процесс получает от системы информацию о контрагенте, сумме, дате и основании платежа и передаёт эту информацию ответственному за этого контрагента менеджеру по продажам. Менеджер в процессной задаче указывает сделку и запланированное по ней поступление. Поле этого система ELMA автоматически меняет статус поступления на "Получено". На этом процесс может завершиться, либо могут запускаться подпроцессы оказания услуг/отгрузки товара.

В зависимости от особенностей деятельности той или иной компании бизнес-процессы могут иметь более сложную логику. Для реализации перечисленных выше решений со стороны системы 1С необходимо настроить внешнюю обработку, которая позволяет запустить бизнес-процесс через веб-сервис **WorkFlowRun**. Подробнее настройка внешней обработки описана в [статье Базы знаний ELMA](#).

Данные процессы позволяют актуализировать информацию о входящих финансовых потоках максимально оперативно и снижают нагрузку на руководителей компаний – им не приходится постоянно узнавать у своих сотрудников о конкретных поступлениях по конкретным сделкам.

9.1. Загрузка потенциальных клиентов

Для компаний, имеющих источники потенциальных клиентов в интернете (формы обратной связи на сайтах, лендинг-страницы и т.д.), в системе ELMA предусмотрена возможность автоматической загрузки потенциальных клиентов. Предусмотрено два способа:

- импорт возможностей из Excel;
- бизнес-процесс сбора возможностей из внешних систем.

Перед началом импорта необходимо убедиться в наличии у пользователя прав на эту операцию. Права выдаются группам пользователей Администратором ELMA в разделе **Администрирование – Доступ приложений – Работа с клиентами – Импорт контрагентов, контактов, возможностей**. При наличии у пользователя прав в разделе **Работа с клиентами – Возможности** появляется кнопка **Импорт из Excel** (Рис. 311).

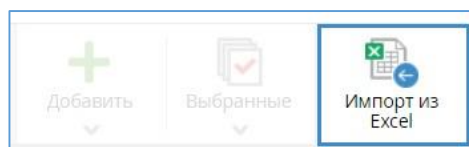


Рис. 311. Кнопка "Импорт из Excel"

При нажатии на неё запускается процедура импорта, состоящая из двух шагов: **Выбор файла** (Рис. 314) и **Импорт** (Рис. 315). На первом шаге импорта в нижней части формы можно скачать (Рис. 312) унифицированные шаблоны для заполнения данными о потенциальных клиентах. Именно такой шаблон система ELMA в дальнейшем "распознает" при импорте.

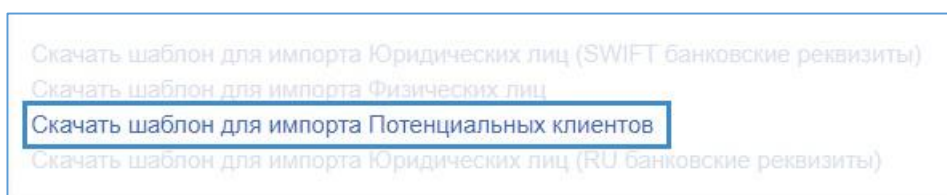
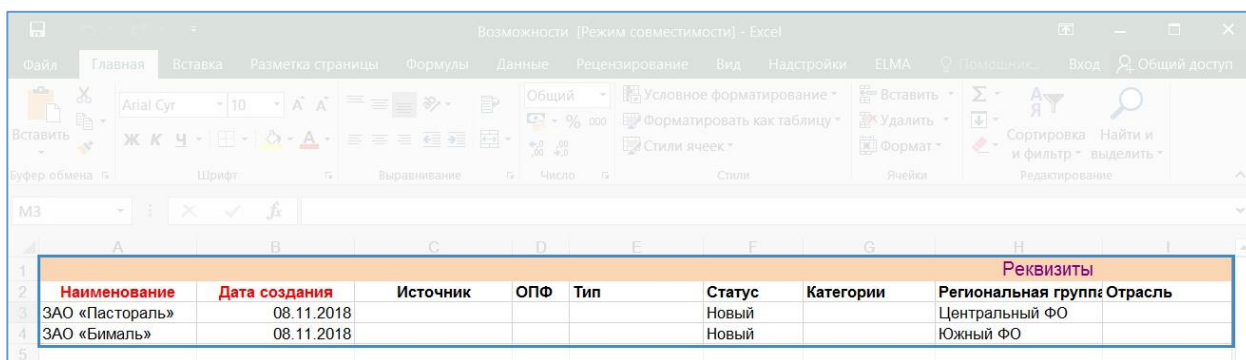


Рис. 312. Список шаблонов для импорта

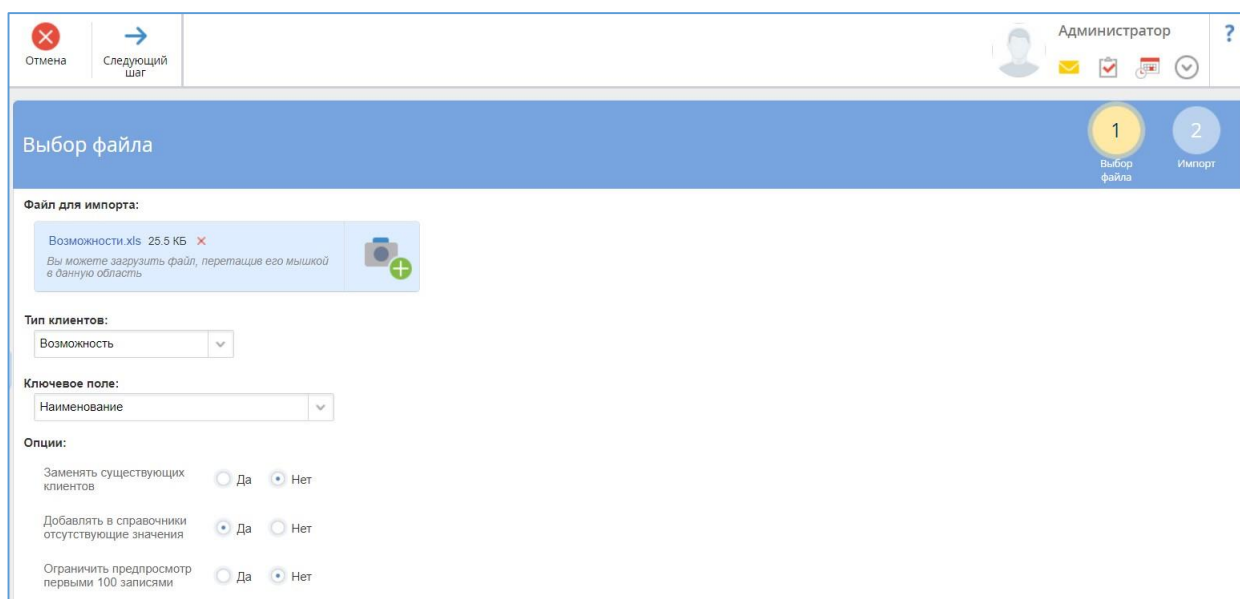
В нашем примере заполним поля **Наименование**, **Дата создания**, **Статус** и **Региональная группа** (Рис. 313). Обратите внимание, поля **Наименование** и **Дата создания** обязательны для заполнения.



Реквизиты								
Наименование	Дата создания	Источник	ОПФ	Тип	Статус	Категории	Региональная группа	Отрасль
ЗАО «Пастораль»	08.11.2018				Новый		Центральный ФО	
ЗАО «Бималь»	08.11.2018				Новый		Южный ФО	

Рис. 313. Пример заполнения шаблона в Excel

В открытой в веб-приложении форме шага **Выбор файла** (Рис. 314) заполним необходимые поля.



Выбор файла

Файл для импорта:

Возможности.xls 25.5 КБ

Вы можете загрузить файл, перетаскивая его мышкой в данную область

Тип клиентов:

Возможность

Ключевое поле:

Наименование

Опции:

Заменять существующих клиентов ☐ Да ☒ Нет

Добавлять в справочники отсутствующие значения ☒ Да ☐ Нет

Ограничить предпросмотр первыми 100 записями ☐ Да ☒ Нет

Рис. 314. Общий вид полей и опций на шаге "Выбор файла"

Поле **Файл для импорта** обязательно для заполнения. В него прикрепим заполненный Excel-шаблон.

В поле **Тип клиентов** из выпадающего списка нужно выбрать один из типов импортируемых контрагентов: **Юридическое лицо**, **Физическое лицо**, **Возможность**. Со всеми тремя типами методика импорта будет одинакова. Напомним, в нашем примере импортируется тип **Возможность**.

Ключевое поле – поле, однозначно определяющее уникальность строки в таблице. Данные в импортируемом файле Excel и в системе ELMA сравниваются по выбранному полю. Это значит, что в системе осуществляется поиск совпадений значений данного поля. Например, в качестве ключевого поля используется E-mail потенциального клиента. В таком случае импортируемые **Возможности** с

одинаковыми E-mail, но разными названиями, будут считаться одной и той же **Возможностью**.

Ещё ниже на форме можно настроить три опции:

- **Заменять существующих клиентов** – в положении переключателя **Да** при совпадении значений существующие в системе контрагенты будут заменены на импортированных контрагентов;
- **Добавлять в справочники отсутствующие значения** – в положении переключателя **Да** при нахождении в файле импорта значений полей, отсутствующих в справочниках системы ELMA, позволит автоматически добавлять данные значения в справочники;
- **Ограничить предпросмотр первыми 100 записями** – в положении переключателя **Да** количество записей, отображаемых при предпросмотре импортируемых данных на втором шаге формы – странице **Импорт**, – будет ограничено (100 штук).

По завершении заполнения полей на панели инструментов необходимо нажать на кнопку **Следующий шаг**. При успешном импорте будет отображена страница **Импорт**, содержащая все данные, импортированные из файла Excel (Рис. 315).

Статус	№	Наименование	Дата создания	Источник	ОПФ	Тип	Статус	Категории	Региональная группа	Отрасль
+	1	ЗАО «Пастораль»	08.11.2018 0:00	Не выбрано	Не выбрано	Не выбрано	Новый	Не выбрано	Центральный ФО	Не выбрано
+	2	ЗАО «Бималь»	08.11.2018 0:00	Не выбрано	Не выбрано	Не выбрано	Новый	Не выбрано	Южный ФО	Не выбрано

Рис. 315. Отображение результата успешного импорта

Если шаблон файла для импорта был заполнен некорректно или в нём не были заполнены обязательные поля, то будет отображена страница **Импорт** с соответствующим сообщением об ошибке в блоке **Журнал импорта** (Рис. 316).

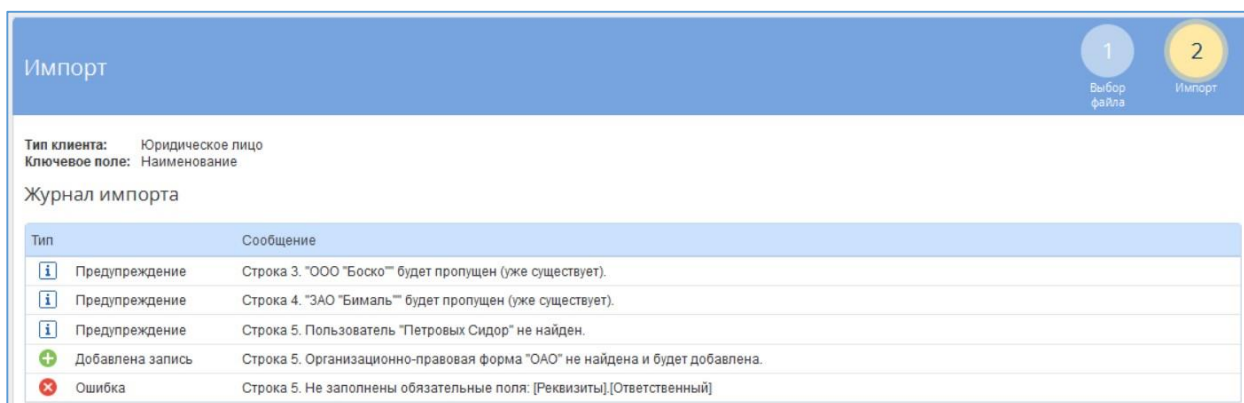


Рис. 316. Отображение результата неуспешного импорта

Для повторного импорта нужно вернуться на страницу **Выбор файла** (Рис. 314), внести требуемые исправления в шаблон и выполнить последовательность действий, описанную выше.

При успешном импорте (Рис. 315) на панели инструментов необходимо нажать на кнопку **Сохранить**. Осуществится переход в подраздел **Возможности**, где в списке потенциальных клиентов отобразятся импортированные объекты типа **Возможность** (Рис. 317).

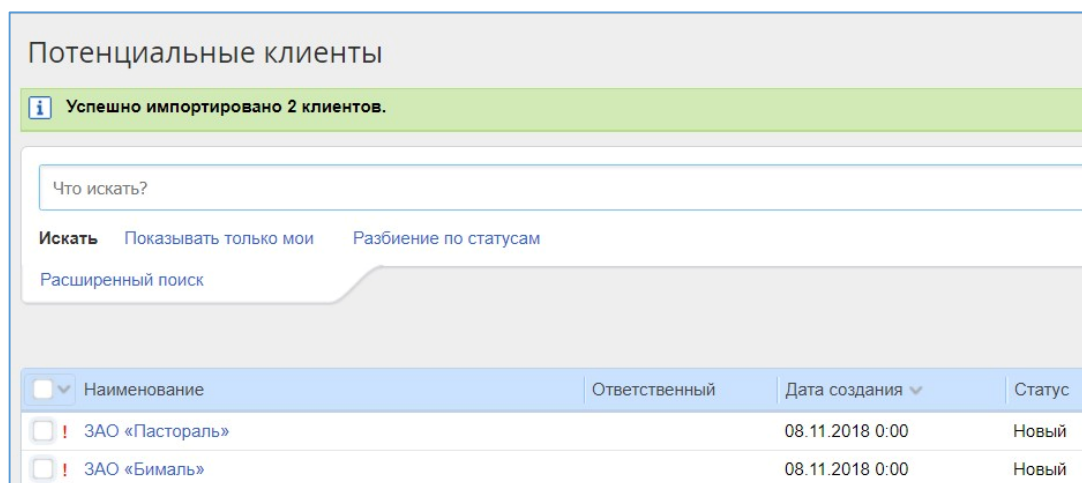


Рис. 317. Импортированные Возможности

Кроме того, в системе может быть реализован бизнес-процесс "Загрузка потенциальных клиентов". Запускаться он может как вручную, так и автоматически, например, по таймеру. В рамках бизнес-процесса может происходить обращение к системе хранения потенциальных клиентов (CMS-система, электронная почта, и т.д.), их выгрузка с заданной периодичностью и загрузка в систему ELMA. Отметим, что универсального решения нет – всё зависит от используемой системы сбора потенциальных клиентов.

9.2. Использование ELMA CRM+ в других приложениях системы

Объекты, с которыми пользователи работают в **ELMA CRM+**, используются не только в данном приложении, но и в других разделах системы ELMA, и касаются не только продаж.

Продemonстрируем это на сквозном примере – объекте типа **Контрагент**. Стоит отметить, данный тип объекта включён в базовую поставку **Платформы ELMA BPM**, однако возможности работы с ним и разделом **Работа с клиентами** в целом при подключении **приложения ELMA CRM+** значительно расширяются.

У компании и контрагента выстраиваются двусторонние договорные отношения. Все документы, договоры, письма, отправляемые и принимаемые компанией, официальные и требуют регистрации. Это находит отражение в **приложении ELMA ЕСМ+**: в карточке документа отображается полная информация о текущем документе, в частности, может быть выведена информация о контрагенте (Рис. 318). В карточке контрагента, в свою очередь, могут отображаться заключённые с ним договоры. В зависимости от типа документа и текущей конфигурации набор атрибутов карточек различных документов и их вид могут различаться. Узнать больше о **приложении ELMA ЕСМ+** можно в [Кратком руководстве по приложению ELMA ЕСМ+](#) или в [справке по системе ELMA](#).

★ Документ "Договор № 555 от 1.10.18 "

Общая информация | Версии 1 | Связи 0/1 | Доступ | Задачи 2 | История | Согласование 1 | Этапы договора 1

➤ Атрибуты РКК "2018 / Отдел продаж / Входящие (продажи)"

▼ Атрибуты документа

Контрагент	ООО Канцтовары-Про
Номер	555
Дата договора	01.10.2018
Предмет договора	Установка и монтаж оборудования
Договор закрыт	Нет

Рис. 318. Пример карточки документа с полем "Контрагент"

Контрагент в роли клиента или заказчика может присутствовать в **приложении ELMA Проекты+**, предназначенном для контроля выполнения проектов, управления ресурсами и организации взаимодействия между участниками проектов. Заказчиком может быть физическое или юридическое лицо, заинтересованное в достижении целей проекта. Иными словами, заказчик – будущий владелец результатов проекта. Он определяет основные требования к результатам проекта и финансирует его.

На Рис. 319 представлена примерная страница создания проекта. В другой конфигурации набор полей и их вид может отличаться. Узнать больше о возможностях приложения **ELMA Проекты+** можно в [Кратком руководстве по приложению ELMA Проекты+](#) или в [справке по системе ELMA](#).

Рис. 319. Пример страницы создания проекта

Кроме того, объект типа **Контрагент** в роли клиента находит отражение в **приложении ELMA KPI**. Представим себе компанию по продаже автомобилей с дилерской сетью. В каждом из дилерских центров заведены плановые показатели для менеджеров – продать 15 автомобилей в месяц (маржинальность при этом не учитывается). Так, при выполнении плана менеджер приводит в компанию как минимум 15 новых клиентов, которые могут не только купить новый автомобиль, но и воспользоваться гарантийным обслуживанием, дополнительными услугами дилерского сервиса, принеся компании прибыль. Больше информации о приложении **ELMA KPI** можно найти в [Кратком руководстве по приложению ELMA KPI](#) и в [справке по системе](#).

Нельзя оставить без внимания **Платформу ELMA BPM**, на базе которой функционируют все остальные приложения ELMA. Узнать о ней больше можно в [Кратком руководстве по приложению ELMA BPM](#), [Кратком руководстве по внутреннему portalу ELMA](#) и в [справке по системе](#). Бизнес-процессы запускаются не только в ходе продажи, но и в период до и после неё. Это может быть пресейл (от англ. "presale" – предпродажа), в ходе которого сопоставляются требования контрагента к сделке с возможностями поставщика товара или услуги. Это может быть и ряд постпродажных мероприятий: рассылка с уведомлением о появлении нового товара/услуги, телефонный звонок с просьбой оценить сервис компании, запуск программы лояльности; в развитие примера с автодилером – программа Trade-In,

приглашение на тест-драйв, продажа автоаксессуаров для постоянных клиентов с большой скидкой. Все эти действия могут быть реализованы в виде бизнес-процессов.

Более того, работа с клиентом – это работа не только отделов продаж и маркетинга, это взаимодействие всех департаментов компании в целом. Уровень лояльности клиента прямо пропорционален уровню зрелости бизнес-процессов в компании.

Резюмируя, **приложение ELMA CRM+** является неотъемлемой частью полноценной системы управления предприятием, так как деятельность любой коммерческой компании в первую очередь ориентирована на клиента.

Глава 10. Полезные ресурсы

Помимо текущего руководства, посвящённого **приложению ELMA CRM+**, существуют аналогичные издания, в которых описываются основные возможности приложений системы ELMA:

- [Краткое руководство по Платформе ELMA BPM](#);
- [Краткое руководство по использованию внутреннего портала ELMA](#);
- [Краткое руководство по приложению ELMA ECM+](#);
- [Краткое руководство по приложению ELMA Проекты+](#);
- [Краткое руководство по приложению ELMA KPI](#).

Данные руководства знакомят читателя с ключевыми особенностями системы, подробное и исчерпывающее описание функционала системы ELMA содержится в справке, которая входит в поставку системы, а также всегда доступна в сети Интернет: <http://www.elma-bpm.ru/kb/help>.

Справочные материалы по каждому приложению разбиты на три категории: для пользователя, для внедрения и для администратора, что позволяет быстро найти нужную информацию.

Общее описание приложений и условия их приобретения доступны на **сайте ELMA**: <http://www.elma-bpm.ru>. Также на данном сайте всегда можно обратиться в компанию ELMA с помощью кнопки **Задать вопрос** или посредством онлайн-чата.

Ключевые возможности приложений и основные способы их использования продемонстрированы в **online демо-версии** <http://www.elma-bpm.ru/download>. Если же вы хотите подробнее изучить какое-либо из приложений, по этой же ссылке доступно скачивание демо-версии с такими же настройками, как и в online-версии.

Система ELMA постоянно развивается, и на базе Платформы и приложений разрабатываются компоненты, предназначенные для решения различных более узких и конкретных задач. Со списком и условиями приобретения таких готовых решений Вы можете ознакомиться в **ELMA Store**: <https://store.elma-bpm.ru>.

При разработке собственных решений полезными окажутся материалы **Базы знаний ELMA**: <http://www.elma-bpm.ru/kb>.

Если же при работе в системе возникли вопросы технического характера, можно обратиться на сайт технической поддержки ELMA: <http://support.elma-bpm.ru>.

Для получения консультаций по системе ELMA или по сотрудничеству с компанией ELMA позвоните нам:

- Ижевск: +7 (3412) 93-66-93
- Москва: +7 (499) 921-02-87

- Казань: +7 (843) 567-17-69
- Киев: +38 (067) 788-47-12
- Алматы: +7 (727) 313-15-04