

Poslovni softver

Informacioni sistemi, Poslovni
informacioni sistemi, Poslovni softver,
Primeri poslovnog softvera

Informacioni sistemi

- Informacioni sistem je integrirani skup komponenti za sakupljanje, snimanje, čuvanje, obradu i prenošenje informacija.
- Zavisnost od informacionih sistema
 - Preduzeća, javna uprava, građani
 - Izmena životnog stila

Komponente informacionih sistema

- Hardver
- Softver
- Baze podataka
- Telekomunikacije
- Ljudski resursi i procedure

Vrste informacionih sistema

- Operaciona podrška
- Podrška za unapređivanje znanja
 - Sistemi za profesionalnu podršku
 - Kancelarijski informacioni sistemi
 - Sistemi za upravljanje znanjem
- Sistemi za podršku menadžmentu

Poslovni informacijski sistemi

- Poslovni informacijski sistem je bilo koji računarski sistem, sposoban da manipulira velikim brojem podataka, koji se primenjuje u preduzeću.
- Poslovni informacijski sistemi su tehnološke platforme koje omogućavaju da preduzeća integrišu i koordinišu svoje poslovne procese.
- U jednom preduzeću se instalira i koristi jedan poslovni informacijski sistem, koji centralizuje obradu podataka, ali i obezbeđuje deljenje informacija kroz sve funkcionalne nivoe preduzeća i hijerarhije upravljanja.

Poslovni softver

- Poslovni softver predstavlja softver koji se koristi na nivou celog preduzeća.
- Standardni poslovni softver
 - Referentni modeli procesa i podataka
 - Razvrstava se prema
 - Industrijskim sektorima u kojima se primenjuje (farmaceutska, mašinska, duvanska,..)
 - Funkcijama preduzeća (prodaja, marketing, proizvodnja, ..)
- IBM, HP, SAP, Microsoft, Sun Microsystems, Adobe Systems, Oracle Corporation i drugi

Osnovne karakteristike poslovnog softvera

- Performanse
- Proširivost (skalabilnost)
- Pouzdanost (robustnost)
- Interoperabilnost

Implementacija poslovnog softvera u preduzeću

- Opšti načini implementacije
 - Razvija ga i implementira lokalno IT odeljenje
 - Nabavlja se, zajedno sa uslugom implementacije – prilagođavanja, i obuke
 - Zakupljuje se – “Softver kao servis”
- Instalacija, održavanje i unapređenje
 - Centralizacija
 - Specijalizovani server računari

Primeri poslovnih softvera

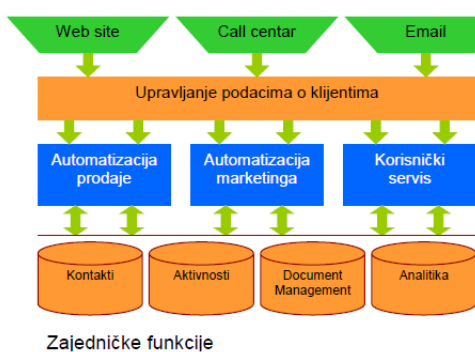
- CRM (Customer Relationship Management) sistem
 - Demonstracija mogućnosti vezanih za donošenje poslovnih zaključaka, proisteklih iz kapaciteta za obradu velikog broja podataka
- CMS (Content Management System) sistem
 - Demonstracija mogućnosti kolaboracije proisteklih iz integracije poslovnog softvera sa web tehnologijama

Customer Relationship Management (CRM) sistemi

Customer Relationship Management (CRM) sistemi

- CRM je industrijski termin koji se odnosi na upravljanje odnosom preduzeća sa svojim klijentima na organizovani način.
- CRM se koristi za izbor i upravljanje najvrednijim relacijama koje se uspostavljaju između klijenata preduzeća i njegovih proizvoda, usluga i drugih poslovnih objekata.
- Klijent je centar poslovanja oko kojeg orbitiraju sve ostale poslovne aktivnosti i resursi. U customer-centric poslovnoj filozofiji njega možemo nazvati i osnovnim sredstvom i delom vrednosti kapitala jednog preduzeća.

Komponente CRM sistema



- Glavne
 - Upravljanje podacima o klijentima (Account Management), Automatizacija prodaje (Sales Force Automation), Korisnički servis (Customer Service & Support) i Automatizacija marketinga (Marketing Automation).
- Sporedne
 - Upravljanje kontaktima (Contact Management), Upravljanje aktivnostima (Task management), Upravljanje dokumentima (Document Management) i Analitika (Analytics).

Sales Pipeline proces



- Proces počinje identifikovanjem ciljnog tržišta (klijenata) koje preduzeće želi da osvaja i završava narudžbinama odnosno isporukom proizvoda ili usluga.

Metrika Sales Pipeline procesa

- Disciplinovanje prodaje kroz Sales Pipeline stvara uslove za primenu metrike koja pomaže da se
 - poslovanje jednog preduzeća bolje razume,
 - lako uoče rizici i problemi u prodaji,
 - predvide se i poboljša proces u najslabijoj kariki sistema.
- Ova metrika može da da odgovore na pitanja, kao što su
 - “Koliko ste puta morali da ostvarite kontakte i sa kim da biste ugovorili sastanak ili prezentaciju ?
 - Koliko sastanaka ste morali da održite da biste dobili posao ?“.
- U jednoj analizi ovih podataka može se zaključiti da je npr. u proseku bilo potrebno 10 poziva da bi se zakazala poslovna prezentacija, odnosno 5 prezentacija da bi se uspešno zaključila prodaja.
- Dalje, može se podvući crta, pa zaključiti da je u toku fiskalne godine obavljeno 10.000 poziva iz kojih je proisteklo 200 ugovora sa ukupnim prihodom od 20.000 EU.

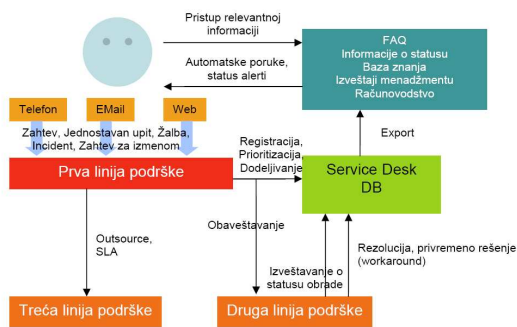
Funkcije modula za automatizaciju prodaje

- Upravljanje prodajnim mogućnostima (Lead Management),
- Upravljanje prodajnim prilikama (Opportunity Management),
- Prognoze poslovanja i analitika prodaje (Global Forecasting, Sales Analytics),
- Teritorijalna organizacija prodaje (Territory Management),
- Automatizacija tokova (Workflow automation),
- Obaveštavanje u realnom vremenu (Real time alerts, Update reminders, Big Deal Alerts),
- Katalog proizvoda i usluga (Product Catalog),
- Održavanje uputstava i standarda (Sales Literature).

Funkcije modula za automatizaciju marketinga

- Planiranje aktivnosti i budžeta za marketinške kampanje,
- Obrada digitalnih kanala kroz koje pristižu informacije koje mogu prerasti u prodajne mogućnosti i
- Analitičke aktivnosti na merenju učinka kampanja

Korisnički servis



- Prva linija fronta prema korisnicima proizvoda i usluga
- Brza i efikasna usluga i rešavanje problema povećava lojalnost klijenata i otvara vrata za nove narudžbine

Osnovne karakteristike korisničkog servisa

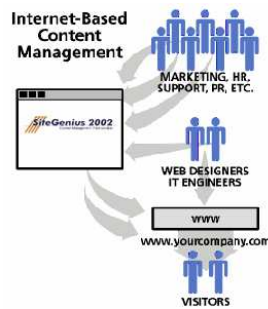
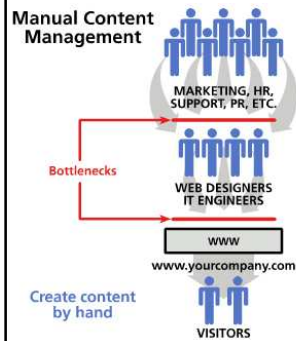
- Jedinstveno mesto kontakta (SPOC – Single Point Of Contact)
- Servis desk je prva linija fronta zaštite ugovora
- Servis desk koordinira aktivnostima na obradi zahteva
- Servis desk se stara da je klijent uvek obavešten o statusu obrade njegovog zahteva
- Servis desk koristi bazu podataka za beleženje svih zahteva klijenata

Content Management sistemi (CMS)

Sistemi za upravljanje sadržajem

- Content Management predstavlja skup procesa, tehnologija, koncepata i praktičnih rešenja za podršku razvoju, prikupljanju, održavanju i objavljivanju određenog sadržaja na web sajtu.

Ručno kreiranje sadržaja vs. primena CMS-a



- Ručno kreiranje
 - Mala inicijalna investicija
 - Predvidljivi ali značajni periodični troškovi
 - Za svaku stranu je potrebno 1-2 sata da se napravi i integriše
 - Nema strukturane informacije
 - Nema automatizacije
 - Razvojni tim je "slepo crevo" u firmi
 - Nepredviđena odsustva mogu zaustaviti proces
 - Lako dolazi do grešaka

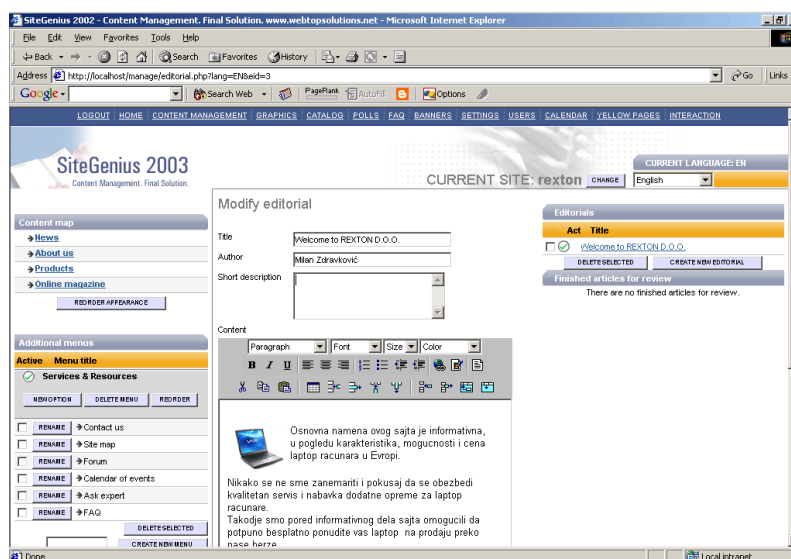
Osnovne karakteristike CMS-a

- Sadržajem web sajta može upravljati više autora, urednika i drugih lica određenih specijalnosti sa različitih lokacija.
- Procedure za upravljanje sadržajem i kontrolu njegovog kvaliteta su upravljive - mogu se kreirati i modifikovati.
- Učesnici u procesu upravljanja sadržajem ne moraju da imaju nikakvo napredno tehničko znanje.
- Ukoliko se pojavi potreba, moguće je ostvariti re-kreiranje verzija web sajta u bilo kojoj tački u prošlosti.
- Sadržaj će biti prezentovan dinamički, imajući u vidu niz pravila po kojima se vrši njegova selekcija i prilagođavanje.
- Korisnicima web sajta se nude različiti nivoi personalizacije, pri čemu će administraciji biti dostupni ovi podaci sa analitičkim i statističkim proračunima.
- Postojeći sadržaj se distribuira u različitim oblicima, zavisno od tehnologije klijenta.

Funkcije CMS-a

- Modeliranje sadržaja (Information Design),
- Kreiranje sadržaja (Authoring),
- Objavljivanje sadržaja (Publishing),
- Upravljanje procesom kreiranja sadržaja (Workflow),
- Održavanje životnog veka sadržaja (Versioning),
- Integracija sa poslovnim informacionim sistemom (Integration) i
- Prezentacija sadržaja (Presentation)

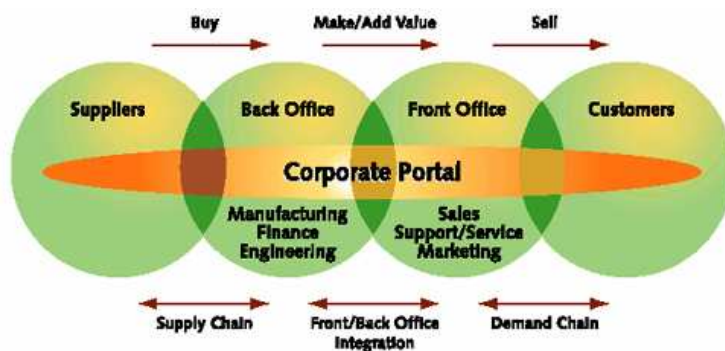
Interfejs CMS-a



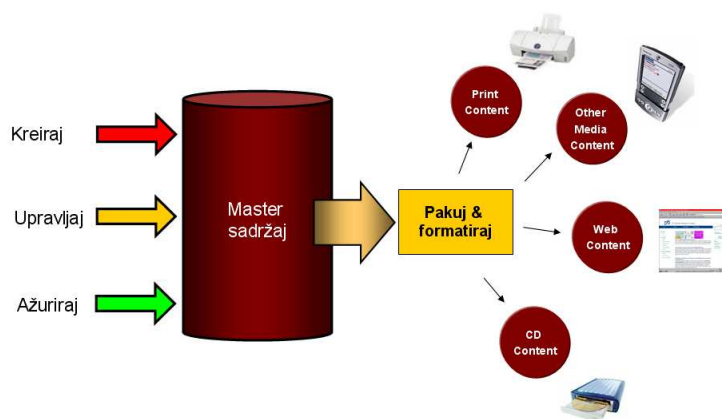
Kreiranje sadržaja kao proces



CMS i integracija sa poslovnim informacionim sistemom – Korporativni portali



Razdvajanje sadržaja od prezentacije



Hvala na pažnji !

Sve informacije o predmetu, kao i materijal za rad i pripremu evaluacije se nalaze na adresi:

www.masfak.ni.ac.rs/iio

Milan Zdravković

milan.zdravkovic@gmail.com