

## CRM (Customer Relationship Management)

Gestionează relațiile cu clienții, cu lead-urile, având posibilitatea de a urmări un istoric al fiecărui client privind oportunitățile, ofertele, comenzile, contractele, facturile, task-urile, email-urile de pe acel partener.

- În cadrul campaniilor de marketing se face analiza costurilor estimate și a celor reale prin confruntarea cu documentele de intrare, comenzi, bonuri de consum.
- În cadrul oportunităților se pot defini toate etapele de negociere cu un anumit client, de la prezentare și până la vânzare/pierderea acelui partener. Din oportunitate se poate genera în stadiul de ofertare oferta către client, iar din stadiul de negociere se generează comanda client și/sau contractul de tip abonament.
- Planificarea activităților agenților în cadrul firmei poate fi înregistrată/verificată și cuantificată cu ajutorul task-urilor. Modulul permite verificarea automată a disponibilității unui angajat la alocarea lui pe un task, în funcție de alte task-uri deschise sau nerezolvate alocate respectivului utilizator, precum și numărul de ore disponibile/zi. În momentul încheierii unui task, modulul permite generarea unui deviz de servicii.
- În cadrul firmei, agenții pot fi avertizați prin mesaje sau email-uri dacă se apropie un termen de execuție peste un anumit număr de zile și li se poate urmări activitatea și gradul de încărcare prin urmărirea task-urilor pe fiecare persoană în parte.