

«ЛУГАНСККАНЦОПТ» ВЫБРАЛ «УНИВЕРСАЛ»

Наверное, любая компания, выходя на новый виток своего развития, ищет ресурсы, позволяющие ей сделать бизнес более эффективным, найти резервы для его дальнейшего развития.

Пути решения этих задач могут лежать в различных плоскостях: организационной, технологической, аналитической, учетной, управленческой, имиджевой. Однако всегда на стыке этих плоскостей оказывается информационная система предприятия.

Думаю, не у нас одних процесс автоматизации предприятия носил итерационный характер. Каждая итерация — момент болезненный, но с каждым таким шагом компания переходит в следующую стадию своего развития. В конце 2005 года мы «созрели» для внедрения комплексной информационной системы. Были сформулированы требования к ней, базирующиеся на опыте эксплуатации системы предшественницы и нашем видении развития бизнеса.

У нас был опыт эксплуатации системы X. Великолепно решая учетные функции, она сдерживала наши планы по развитию бизнеса по прочим перечисленным аспектам. Поиски системы, обеспечивающей комплексный подход к задаче, увенчались выбором продукта «Универсал» компании «СофтПро». Нас привлекли опыт компании в нашей сфере деятельности, открытость и адаптивность продукта. При этом мы ставили перед поставщиком решения условие — не терять положительные наработки продукта предшественника. Добавлю, что реалистичный подход «СофтПро» к формированию цен на продукт и услуги также сыграл не последнюю роль.

Что мы получили сразу

Динамику реализации проекта можно охарактеризовать двумя словами: «быстро» и «уверенно». Начав его в начале 2006 года с формализации технического задания, мы уже через три месяца имели полностью функционирующую схему, полностью повторяющую учетные функции предыдущей системы, но лишенную ее технологических ограничений, связанных в первую очередь с объемами данных. Этап запуска учетных контуров «Универсала» в промышленную эксплуатацию прошел без остановки наших непрерывных бизнес-процессов обслуживания клиентов. А значит мы не понесли потенциально возможные в этот момент убытки. Здесь нужно упомянуть специфику нашей деятельности, которую нужно было обязательно учесть поставщикам решения: большой ассортимент товаров (более 10 тыс. позиций), достаточно сложная система его потребительских характеристик, потребность вести товарный учет в нескольких единицах измерения, необходимость автоматически отслеживать договорные обязательства с клиентом (ценообразование, условия отгрузки и доставки). Из организационных аспектов отмечу четкую увязку ответственности наших исполнителей за эти процессы отгрузки, доставки, оплаты.

В прошлом остались проблемы скорости и надежности и следующее из них «обрезание» базы данных предыдущих периодов. Еще в процессе выбора системы компания «СофтПро» продемонстрировала нам скоростные возможности Advantage Database Server 8 (Sybase iAnywhere). Практика использования этой СУБД на протяжении года не дала нам повода усомниться в ее скоростных характеристиках. Это при том, что в системе одновременно работают десятки пользователей, вводящих и обрабатывающих несколько тысяч позиций каждый день. Сразу после запуска системы мы получили интересные возможности проводить статистический анализ и выборки данных «на лету» прямо из таблиц первичных документов.

Итак, учетная система очень быстро запущена в промышленную эксплуатацию, причем с гораздо большим объемом сервисных возможностей. А дальше встал вопрос о решении новых задач в рамках этой системы. На этом

этапе мы выделили следующие направления: более четкая организация бизнес-процессов, направленных на работу с клиентами, а также совершенствование управленческого учета, в первую очередь за счет его построения на «живых» оперативных данных.

Строим CRM

Нам хотелось не просто организовать процесс учета и планирования взаимодействий с клиентами, но и научиться анализировать эти события, действительно управлять связями с клиентами. «Универсал» помог организовать процесс регистрации и планирования контактов с клиентами с четкой привязкой к ответственным исполнителям и контролем выполнения. Нами была разработана методика оценки этих взаимодействий, в основе которой лежат объективные показатели (объемы операций с контрагентом и их ассортимент) и эмпирические показатели, оценивающие уровень сервиса, предоставляемого клиенту, его лояльность. Анализ этих данных позволяет выявлять «тонкие» места взаимодействий, избегать потери клиента, увеличивать объемы реализации. «Универсал» позволил решить эти задачи «в одно касание». Основа уже была, а наши индивидуальные требования были достаточно быстро (1-2 месяца) реализованы.

А теперь анализ, планирование, управление...

Среди задач управления компанией эти, наверное, самые высокоприоритетные, ведь речь идет об управлении живыми денежными и товарными потоками. С одной стороны, они требуют большого запаса устойчивости (ошибки управления могут обернуться существенными потерями), с другой — стратегия компании должна быть достаточно динамичной и направленной на ее стабильное развитие.

Любое управление строится на основании анализа данных предыдущих периодов. Благо дело после смены системы мы не потеряли данные за предыдущие года, что позволило использовать их для статистического анализа. Например, одним из ключевых алгоритмов является формирование плана продаж. Мы совместно со специалистами «СофтПро», автоматизировали анализ информации продаж предыдущих периодов с учетом систематических факторов и сезонных составляющих. И все это — в аналитике по каждой товарной позиции. Алгоритм имеет наши «ноу-хау», позволяющие отсеивать случайные всплески, учитывать динамику ассортимента (прогнозировать продажу новых товаров, когда истории по ним еще нет, а прогнозы строить уже нужно).

Следующим логическим шагом за планом продаж является план закупок, составляемый на его основе. Здесь вступают в действие алгоритмы оптимизации складских остатков, позволяющие избежать затаривания склада и замораживания средств и обеспечить наличие товара для реализации плана продаж.

Кроме этого, в «Универсале» мы реализовали алгоритмы прогноза прихода и расхода денежных средств. Алгоритм прогноза прихода работает на основании информации об отгрузке товаров без предоплаты и задолженностей по ней (с контролем договорных обязательств), а также учитывает статистику предоплат предыдущих периодов. Прогноз расходов строится похожим образом, только на основании документов прихода товаров и договоров с поставщиками. Наложение этих двух планов дает нам показатели прибыльности предприятия. Варьируя цифры плана продаж, мы получили возможность моделировать финансовую ситуацию будущих периодов. Если бы мы строили систему на базе отдельных учетных и аналитических программных продуктов, решение подобных задач было бы невозможно.

«Универсал» дал нам возможность решать эти задачи в комплексе, взаимосвязанно друг с другом. А еще мы знаем, что поставщик готов отобразить любые новые реалии и идеи нашего бизнеса в своем продукте.



Чаленко Родион Яковлевич,
директор ООО «Луганскканцопт»

1 Торговля оптовая (дистрибуция)

2 Комплексная автоматизация деятельности оптовой торговой компании.

3 ООО «Луганскканцопт» — оптовый поставщик широкого ассортимента канцелярских товаров и игрушек в Восточной Украине.

4 Несоответствие используемого ранее ПО объемам информации и задачам.

5 Оперативный и бухгалтерский учет, планирование продаж, управление закупками, CRM, финансовое планирование.

6 Очень сжатые сроки внедрения (запуск контуров бухгалтерского и оперативного учета в промышленную эксплуатацию через 3 месяца, контуров CRM и финансового планирования через 6-9 месяцев).

7 Программный комплекс «Универсал» 5+. Комплексная система автоматизации учетных, аналитических, управленческих задач предприятия, а также его документооборота.

8

Основные этапы проекта:

- этап 1: Разработка технического проекта, построение информационной модели данных, разработка пользовательских интерфейсов, проектирование бизнес-правил и т.д. Импорт данных из заменяемых учетных систем. Срок – 3 месяца;
- этап 2: ввод в эксплуатацию контуров оперативного и бухгалтерского учета. Срок — 3 месяца.
- этап 3: ввод в эксплуатацию контуров анализа и управления. Организация управления продажами (построение планов продаж, закупок), контур CRM, финансовое планирование. Срок – 3 месяца.

В ходе проекта внедрены:

- контур оперативного учета — учет договоров, учет заказов, продаж, поставок, складской учет;
- контур бухгалтерского учета — в соответствии с НСБУ;
- CRM — ведение базы клиентов как в разрезе его розничных точек, так и в разрезе корпораций, к которым они принадлежат; ведение базы контактных лиц; внедрение методики количественных оценок взаимодействий с клиентами; анализ уязвимых мест;
- контур управления запасами — план продаж, управление закупками, ценообразование;
- финансовое планирование — прогноз прихода и расхода денег, моделирование финансовой ситуации.

Автоматизированных рабочих мест — 35 (планируется развитие).

9 Повышение управляемости компании, информационное обеспечение темпов ее развития.

10 ООО «Фирма «СофтПро», г. Киев, ул. Фрунзе, 19/21. Тел.: +38 (044) 417-51-65. г. Харьков, пер. Байкальский, 2. Тел.: +38 (057) 732-68-88. info@wgsoftpro.com, www.wgsoftpro.com

1 Торговля оптовая (дистрибуция)

2 Автоматизация информационно-технической службы поддержки клиентов и процесса управления потенциальными проектами компании «Шнейдер Электрик Украина» на территории Украины.

3 «Шнейдер Электрик Украина» входит в состав группы компаний Schneider Electric — мирового лидера в области распределения электроэнергии и автоматизации промышленных процессов. По масштабу относится к средним компаниям, работает более 100 человек.

4 Основными причинами автоматизации являлись необходимость четкого управления взаимоотношениями с клиентами и партнерами, прозрачное управление потенциальными проектами и их контроль на любой стадии.

5 Ключевыми бизнес-процессами, автоматизированными в проекте, были: управление контактами с клиентами, партнерами и подрядчиками, регистрация и обработка запросов от клиентов, ведение потенциальных проектов от момента регистрации в тендере как участника до заключения контракта и выставления счетов.

6 Проект считается лучшим по уникальности предоставляемого решения, где управление взаимоотношениями с клиентами и потенциальными проектами является неотъемлемой составляющей комплексной системы автоматизации, количество рабочих мест — более 60.

7 Проект автоматизации был выполнен на базе ERP-системы Masopony.

8

Проект был выполнен в течение двух месяцев с момента постановки задачи на автоматизацию задач по управлению запросами клиентов и потенциальными проектами. Функциональность подпроцесса по управлению запросами клиентов включает следующие возможности: регистрация рекламаций и запросов; внутренняя коммуникация сотрудников посредством электронной почты для обработки поступивших запросов от клиентов; изменение и отслеживание статуса процесса; автоматические оповещения о просроченных рекламациях/запросах; сквозной анализ данных по бизнес-процессу. Функциональность подпроцесса по управлению потенциальными проектами включает следующие возможности: регистрация проектов и тендеров с указанием расширенной информации об участниках и сотрудниках, ответственных за выполнение задач; планирование и регистрация проектных событий по контактным компаниям и лицам; регистрация новых контактных компаний; управление визитами к клиентам; отслеживание статуса каждого проекта, регистрация рабочих проектов с возможностью выставления счетов; привязка проектной документации; автоматические напоминания по электронной почте о невыполненных плановых событиях, просроченной дате закрытия проекта при отсутствии факта закрытия; расширенный контроль доступа, при котором участвующие в проекте сотрудники видят в системе только свои проекты; контроль проектов со стороны региональных руководителей; анализ данных по проектам в срезе менеджеров проектов, регионов, клиентов и т.д. Бизнес-процесс был внедрен посредством настройки модулей «Управление контактами (CRM)» и «Управление проектами» ERP-системы Masopony.

9 Ожидаемыми эффектами от автоматизации процессов управления клиентскими запросами и проектами являются: увеличение прозрачности ведения бизнеса за счет структурированного ведения потенциальных проектов и контроля за их выполнением; повышение лояльности клиентов и партнеров за счет своевременного реагирования на их запросы службой информационно-технической поддержки и отслеживания истории взаимоотношений; упрочнение лидирующих позиций компании на рынке дистрибуции электротехнического оборудования и предоставления услуг по автоматизации промышленных процессов за счет принятия правильных управленческих решений в ходе ведения потенциальных проектов.

10 Компания «ФТС Украина». 04080, г. Киев, ул. Викентия Хвойки, 18/14, корпус 7. Тел./факс: +38 (044) 461-94-70. info.ua@fts-eu.com, www.fts-eu.com