**PRILOG 5C** DOKUMENTACIJE ZA NADMETANJE

TEHNIČKE SPECIFIKACIJE

PREDMET NABAVE: CRM poslovni sustav

*NAPOMENA: Ponuditelj nudi predmet nabave putem ove tablice Tehničkih specifikacija koja će činiti dio ponude i kasnijeg Ugovora. Ponuditelj je dužan ponuditi svaku stavku kako je tražena u stupcu Tražene specifikacije. Ponuđeni predmet nabave je pravilan i prihvatljiv samo ako ispunjava sve zahtijevane uvjete i svojstva. Nije prihvatljivo precrtavanje ili korigiranje stavke navedene u stupcu Tražene specifikacije.*

*Ponuditelj obavezno popunjava stupac «Ponuđene specifikacije» definirajući detaljno tehničke specifikacije ponuđog rješenja (napomena: ponuditelj popunjava tehničke specifikacije upisujući točne karakteristike ponuđene usluge, izbjegavajući pri tome popunjavanje stupca samo riječima kao što su npr. „zadovoljava“ , „DA“, „jednakovrijedno traženom“ ili „odgovara traženom“). Ponude ponuditelja koji ne popune tehničke specifikacije sa točnim karakteristikama ponuđene usluge mogu biti odbačene.*

*Stupac „Napomene“ ponuditelj može popuniti ukoliko smatra potrebnim. Zahtjevi definirani Tehničkim specifikacijama predstavljaju minimalne tehničke karakteristike koje ponuđena usluga mora zadovoljavati.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Redni broj** | **Tražene** **specifikacije i funkcionalnosti** | **Ponuđene specifikacije** | **Bilješke, primjedbe, upute na popratnu dokumentaciju** |
| **CRM softverski sustav** | | | |
| 1. **PLATFORMA (OPĆE FUNKCIONALNOSTI)** | | | |
| 1.1. | * platforme omogućuje Naručitelju vlastito kodiranje   Prodajna organizacija Naručitelja mora djelovati brže i efikasnije. |  |  |
| 1. **FUNKCIONALNOSTI POJEDINIH MODULA SUSTAVA** | | | |
| * 1. **Modul pregled računa korisnika** | | | |
| 2.1. | * kompletni pregled kupca; * mogućnost prilagodbe korisničkih atributa specifičnim potrebama tvrtke; * definiranje pravila unosa podataka (obavezna, neobavezna polja) * segmentacije kupaca na temelju različitih vrsta, prioriteta, važnosti i slično; * mogućnost zadržavanja, praćenja i definiranja različitih kupaca u cijelom prodajnom procesu; * uvoz podataka o kupcima iz postojećih baza podataka (postojećih CRM-a, tabličnih datoteka, ERP sustava); * Hijerarhija računa omogućuje odnos roditelj/dijete unutar računa koji su potrebni za rukovanje većim tvrtkama i grupama. |  |  |
| * 1. **Modul upravljanje kontaktima** | | | |
| 2.2. | * Prodajni tim može kreirati i upravljati novim kontaktima zajedno sa svim relevantnim podacima; * Mogućnost prebacivanja kontakata u CRM iz:   + Postojećeg CRM sustava   + Postojećih tabličnih baza   + Vanjskih sigurnosnih sustava   + Ručno putem mobilne ili prodajne aplikacije |  |  |
| * 1. **Modul prodajne prilike** | | | |
| 2.3. | * Prodajne prilike pridružene kampanji kako bi pratili izvor i izračunali povrat ulaganja; * Ručni unos prodajnih predstavnika * Početni uvoz iz tabličnih baza podataka * Integracija s web obrascima (web-to-lead); * Prodajne prilike sadrže minimalno sljedeće opće atribute:   + Ime i prezime   + Podaci o tvrtki i opći podaci o tvrtki   + Informacije potrebne za uspješnu segmentaciju (prihod, broj zaposlenih, prodajni potencijal itd.)   + Povijest kampanje   + Prošle i buduće aktivnosti i interakcije s prodajnim prilikama * Mogućnost naknadne prilagodbe i određivanja točnih specifikacija atributa na temelju poslovnih potreba; * Mogućnost kvalifikacije vodećih korisnika i prilagodba potrebama tvrtke, zajedno s pravilima automatizacije za automatsko dodjeljivanje potencijalnih prodajnih prilika |  |  |
| * 1. **Modul upravljanje opcijama** | | | |
| 2.4. | * Upravljanje cjelokupnim ciklusom prodaje za različite proizvode i prodajne modele kroz različite faze prodaje * Rangiranje posla kako bi se utvrdila ukupna vrijednost posla za organizaciju * Analiza prodaje i pipeline-a na temelju prodajnih aktivnost, vrijednosti itd. * Nakon što se prodajna prilika pretvori u mogućnost, sustav omogućuje:   + upravljanje opcijama kroz različite faze prilika;   + uspostava raznih pravila i smjernice za bolju prodaju;   + prikaz ključnih polja i ulaza za svaku fazu kako bi se prodajnim predstavnicima pribavile relevantne informacije od korisnika, uključujući:   1. Iznos prilike, datum zatvaranja i vjerojatnost   2. Ključni kontakti kupca (odgovorna osoba)   3. Ključni zaposlenici od strane korisnika   4. Informacije o natjecanju   5. Partnerske/Agentske informacije   6. Prilika Post Mortem, kada se izgube ponude   7. Ostale relevantne informacije   + potpuni pregled za menadžment prodajnog toka na temelju različitih grupa proizvoda, segmenata i prodajnih timova. |  |  |
| * 1. **Modul upravljanje kampanjom** | | | |
| 2.5. | * Marketinške kampanje omoguću praćenje i upravljanje marketinškim aktivnostima, kao što su segmentiranje i ciljanje određenih prodajnih prilika i kontakata, stvaranje naknadnih kampanja nakon događaja ili sajmova; * Sve nove mogućnosti, kao rezultat marketinških kampanja, označene su i povezane s izvornom marketinškom kampanjom za jednostavan izračun ROI-a po završetku kampanje. |  |  |
| * 1. **Modul upravljanje aktivnostima** | | | |
| 2.6. | * Upravljanje zadacima i događajima (aktivnostima) radi osnaživanja timova da na učinkovit i transparentan način organiziraju dnevne rasporede i međusobno povezane s klijentima prije i poslije prijenosa interakcija. * Aktivnosti su povezane sa svim modulima u CRM-u; računi, kontakti, mogućnosti itd. * Praćenje broja telefonskih poziva prodajnog predstavnika u određenom razdoblju, * Praćenje broja e-poruka prodajnog predstavnika u određenom razdoblju, * Praćenje ukupne stope usvajanja CRM-a od strane prodajnog predstavnika; * Preko Izvješća i nadzornih ploča praćenje korisnika s kojima nije ostvaren kontakt u određenom razdoblju. |  |  |
| * 1. **Modul za suradnju** | | | |
| 2.7. | * mogućnost praćenja zapisa, izvješća i datoteka za korisnike; * mogućnost da sustav daje korisne prijedloge temeljene na ponašanju korisnika; * mogućnost stvaranja više zajednica. |  |  |
| * 1. **CRM mobilna aplikacija** | | | |
| 2.8. | * Usluga konfiguracije mobilne aplikacije CRM-a potrebama tvrtke, * Podržane su dvije najrasprostranjenije mobilne platforme za tablete i mobilne telefone u Hrvatskoj |  |  |
| * 1. **Modul prodajna analitika i nadzorne ploče** | | | |
| 2.9. | * Prodajna analitika (izvještaji, nadzorna ploča) na temelju podataka dostupnih u CRM-u; * mogućnost pripreme prilagođenih izvješća i nadzorne ploče na temelju trenutnih poslovnih potreba. |  |  |
| * 1. **Trening za korisnike i administratore** | | | |
| 2.10. | * obuka za korisnike i administratore CRM-a uključujući:   + 1 x Radionica za krajnje korisnike u trajanju od četiri (4) sata u poslovnom prostoru korisnika.   + 1x Radionica na licu mjesta za administratore CRM-a u trajanju od četiri (4) sata u poslovnom prostoru korisnika. |  |  |

U \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_/\_\_\_/2020.

M.P.

ZA PONUDITELJA:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje gospodarskog subjekta)