**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)