

## 2 Структура ТюмНУЦ ВТИ



Рисунок 3 — Структура ТюмНУЦ ВТИ

## 3 Процессы

В данном разделе содержится описание основных бизнес-процессов ТюмНУЦ ВТИ. Особенности отражения процессов обусловлены приоритетами Заказчика по автоматизации процессов структурных подразделений, обеспечивающих деятельность ТюмНУЦ ВТИ. Для построения карт процессов использовалась нотация ARIS. Расшифровка используемых графических элементов приведена в Приложении Б.

### 3.1 Процесс привлечения клиентов (отель)

## **Текущий процесс**

**Владелец процесса:** Начальник отдела продаж

### **Сущность процесса:**

Процесс привлечения клиентов включает в себя 3 направления: привлечение новых клиентов, работа по существующей базе клиентов, работа с агентами.

Лиды заносятся в Excel-файл, в котором в дальнейшем обновляется вся информация. Существующие клиенты выбираются из 1С по признаку отсутствия действующего договора, после чего осуществляется обзвон с предложением услуг. В случае успешной продажи информация о клиенте и покупке от отдела продаж передаётся в службу приёма и размещения при помощи email.

Работа с агентами включает в себя работу как с существующими партнёрами, от которых поступает мало заявок, так и поиск новых.

### **Существенные детали процесса:**

Информация о клиенте слабо структурирована: нет разделения по типам, интересу. Получение информации о клиенте занимает некоторое время, информация не всегда оперативно обновляется. Отсутствует план по работе с клиентами (когда и кому позвонить), нет возможности оценки количества контактов с клиентом, формирования отчётов по работе с клиентами.

**Результат процесса:** Клиент покупает/не покупает услуги.

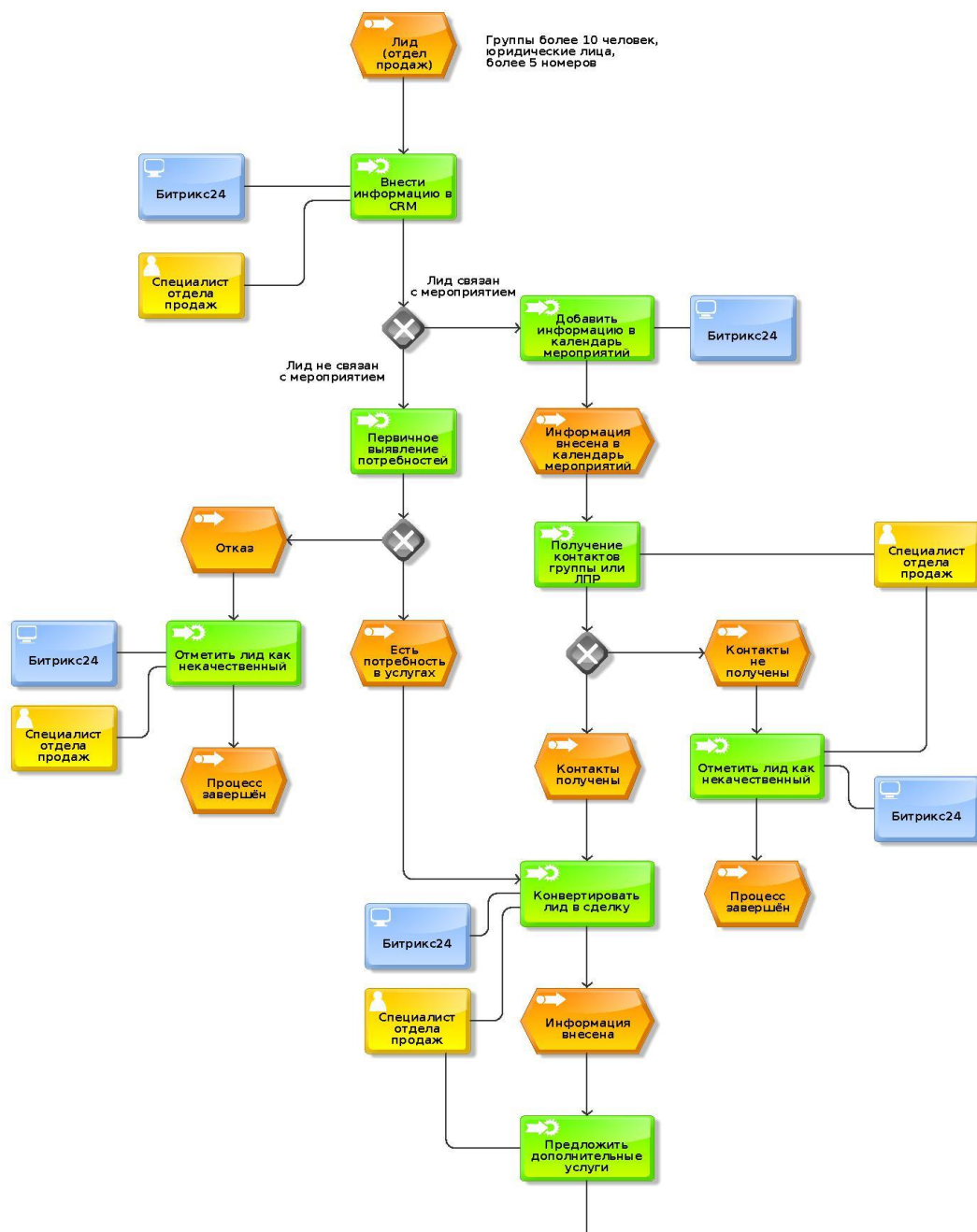
**Основная метрика процесса:** количество привлекаемых клиентов.

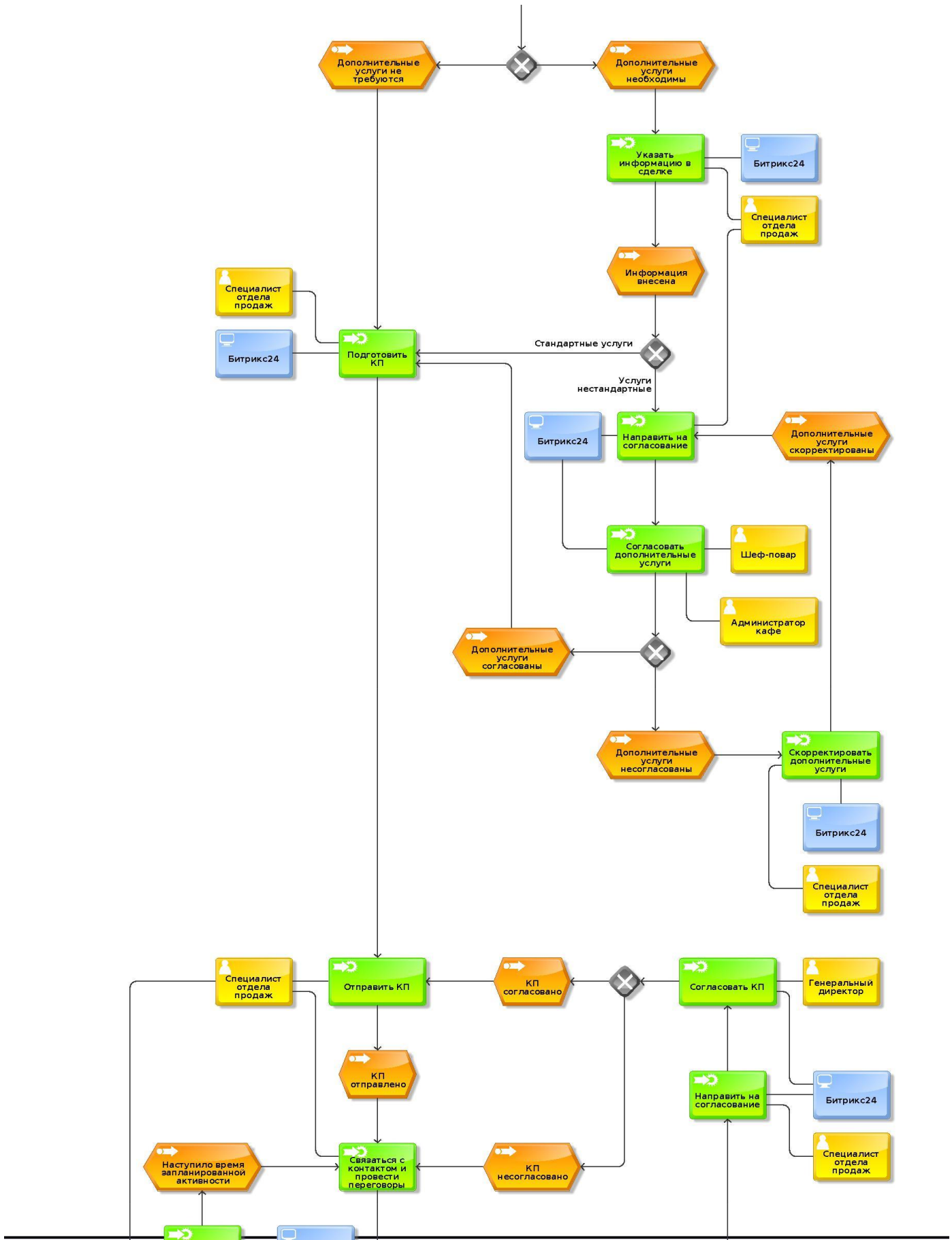
**Уровень автоматизации текущего процесса:** Процесс не автоматизирован. Все операции осуществляются вручную.

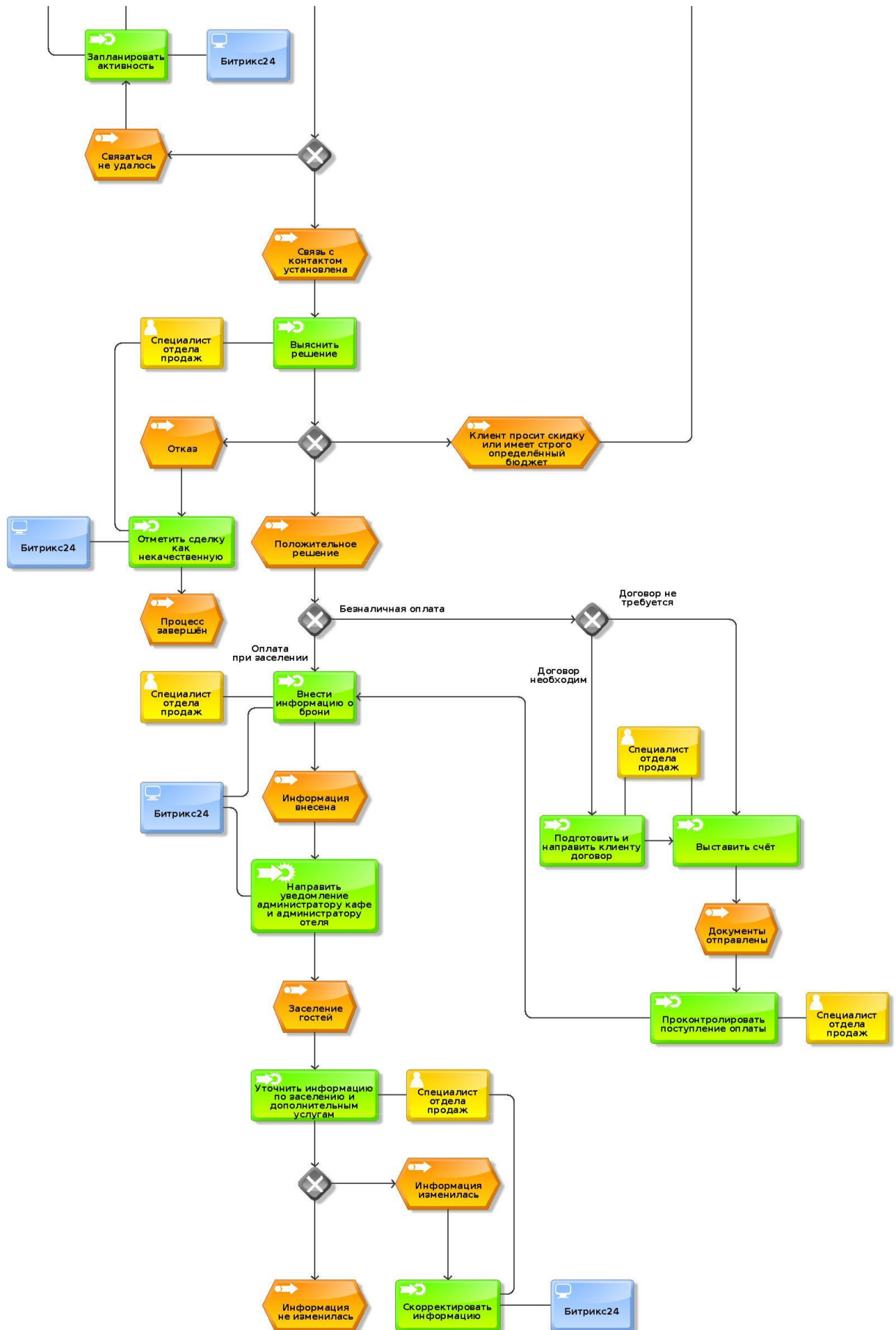
## Выявленные недостатки текущего процесса:

Высокая вероятность утери информации о клиенте; Нет истории взаимодействия с клиентом; Сложность планирования активностей по клиентам.

## Предлагаемая оптимизация текущего процесса:







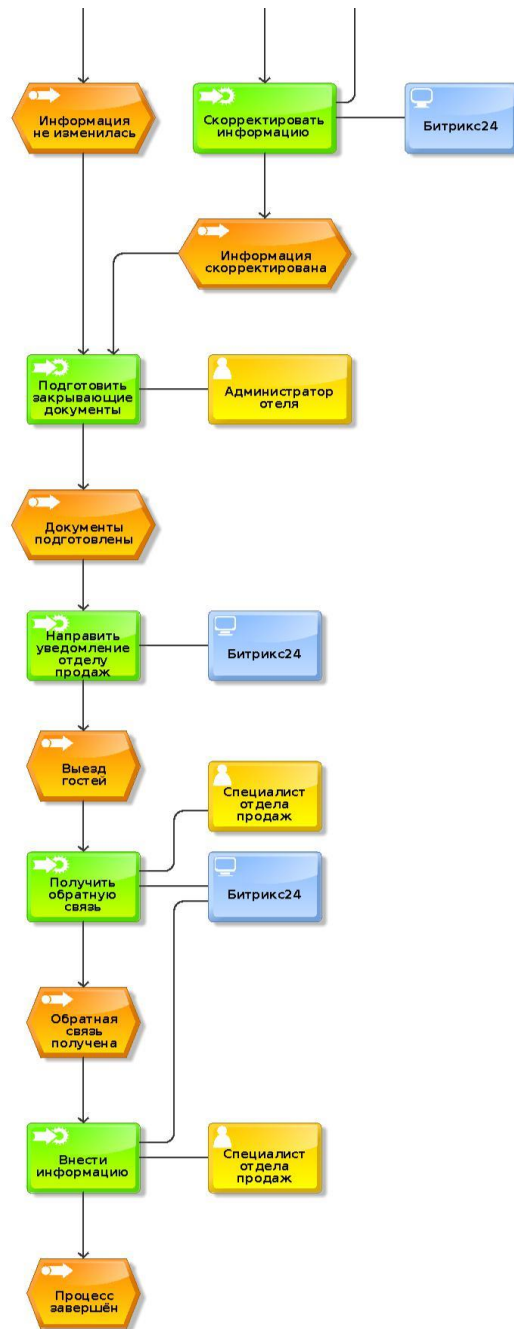


Рисунок 4 — Процесс привлечения клиентов (отель)

**Существенные детали оптимизированного процесса:**

Вся информация о клиентах и сделках хранится в CRM и доступна в оперативном режиме всем участниками процесса. CRM позволяет спланировать работу с клиентом для каждого специалиста по продажам. Возможность формирования отчётов по итогам работы.

**Уровень автоматизации процесса:** высокий. Операции полностью либо частично автоматизированы.

**Выявленные преимущества автоматизации процесса:**

Оперативное получение доступа к информации о клиенте;

Все информация хранится в CRM, информация защищена от утери;

Возможность просматривать статусы сделки.

## 3.2 Процесс работы с клиентами (отель)

### Текущий процесс

**Владелец процесса:** Начальник службы приёма и размещения

### Сущность процесса:

Администратор отеля работает с физическими лицами, группами численностью менее 10 человек, юридическими лицами, обращающимися напрямую не через отдел продаж. Основные задачи администратора отеля — бронирование, размещение, контроль оплаты, подготовка документов.

### Существенные детали процесса:

Существует несколько вариантов оплаты в случае, если клиент приходит от агента, что усложняет процесс работы с клиентом и контроль оплаты. Взаимодействие с начальником службы в процессе формирования документов осуществляется по электронной

почте. **Результат процесса:** Клиент покупает/не покупает услуги.

**Основная метрика процесса:** количество привлекаемых клиентов.

**Уровень автоматизации текущего процесса:** Процесс автоматизирован в части бронирования. Остальные операции осуществляются вручную.

### Выявленные недостатки текущего процесса:

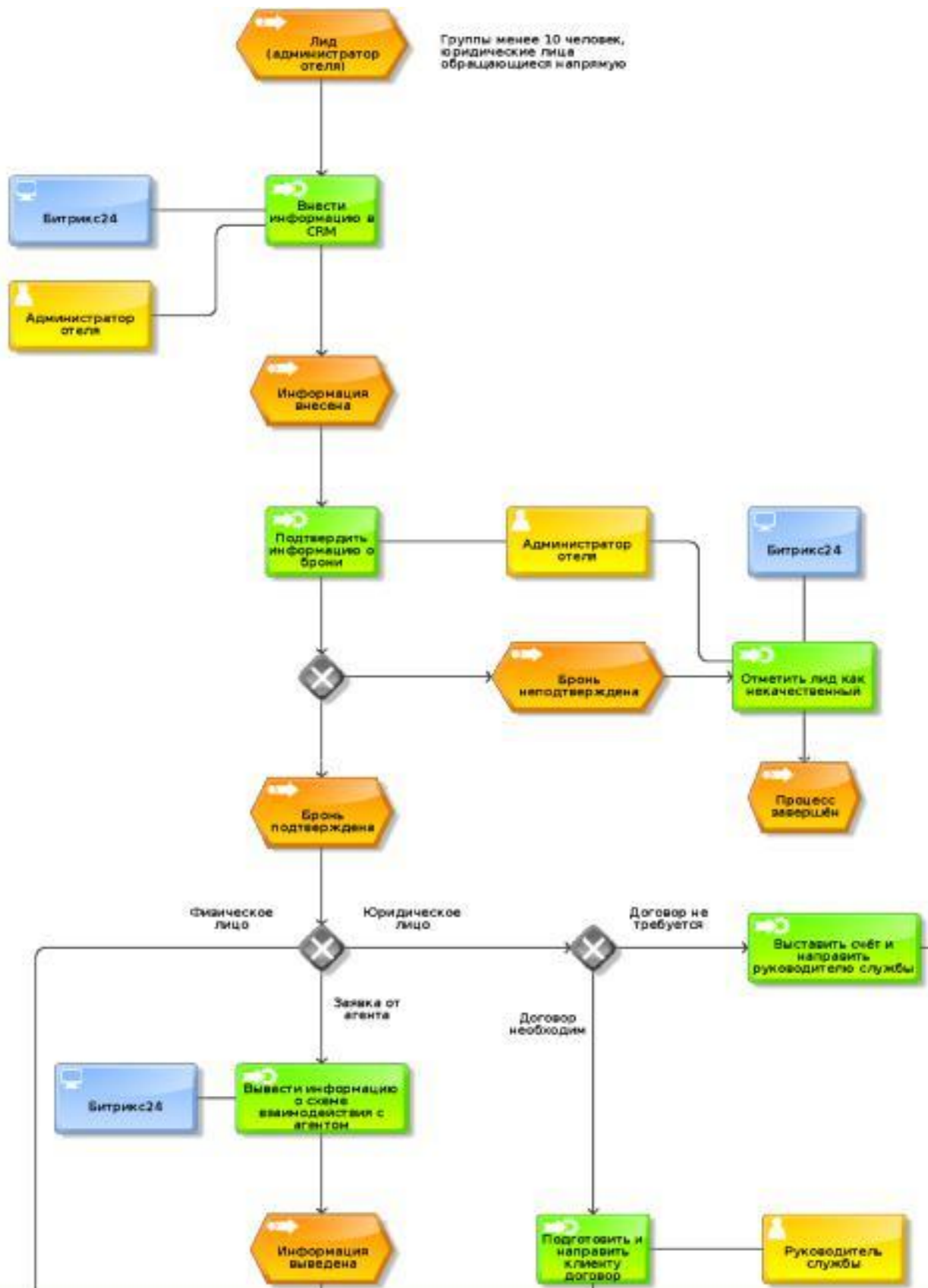
Высокая вероятность утери информации о клиенте;

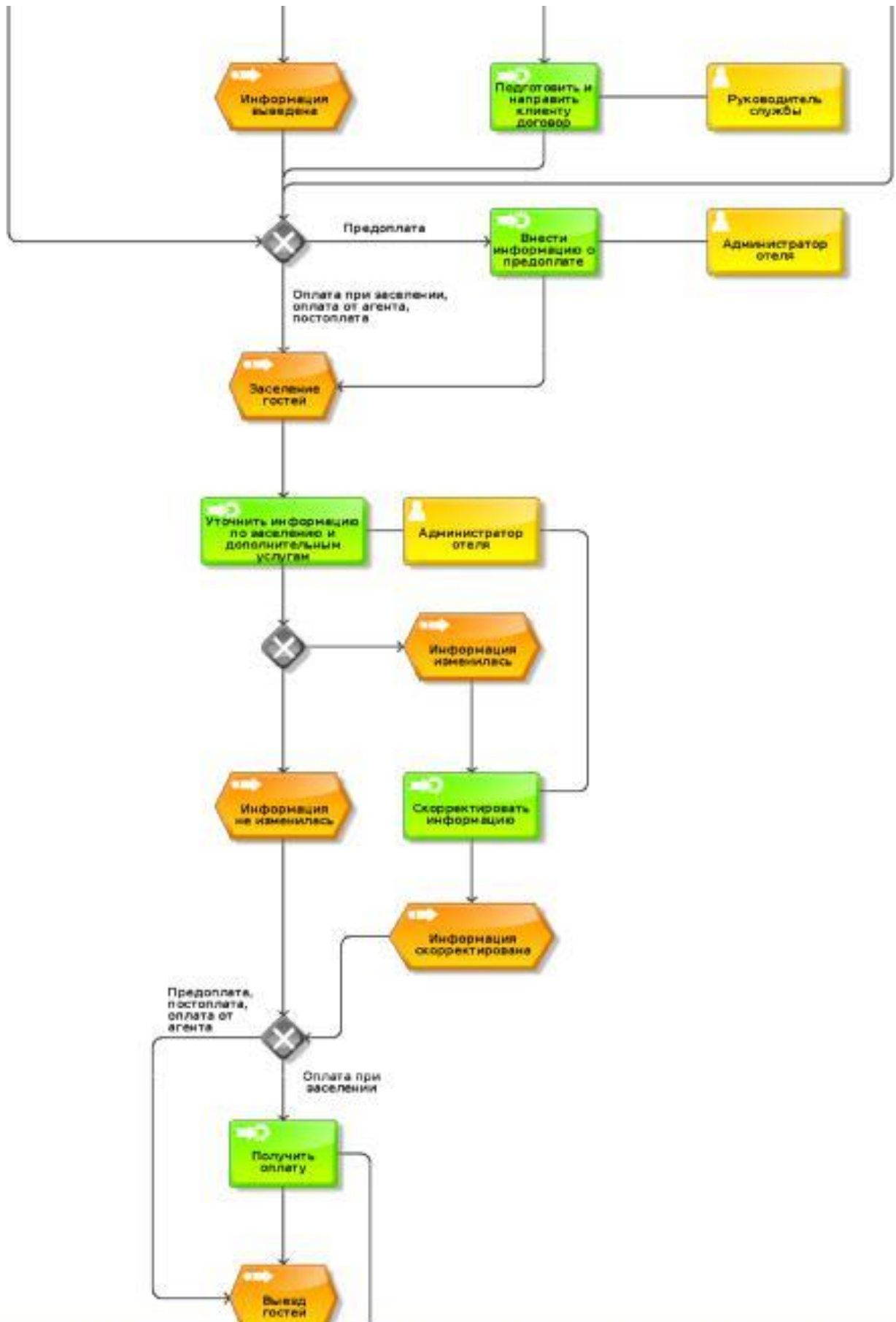
Нет истории взаимодействия с клиентом, если не осуществлялось бронирование;

Сложность планирования активностей по клиентам.



Предлагаемая оптимизация текущего процесса:





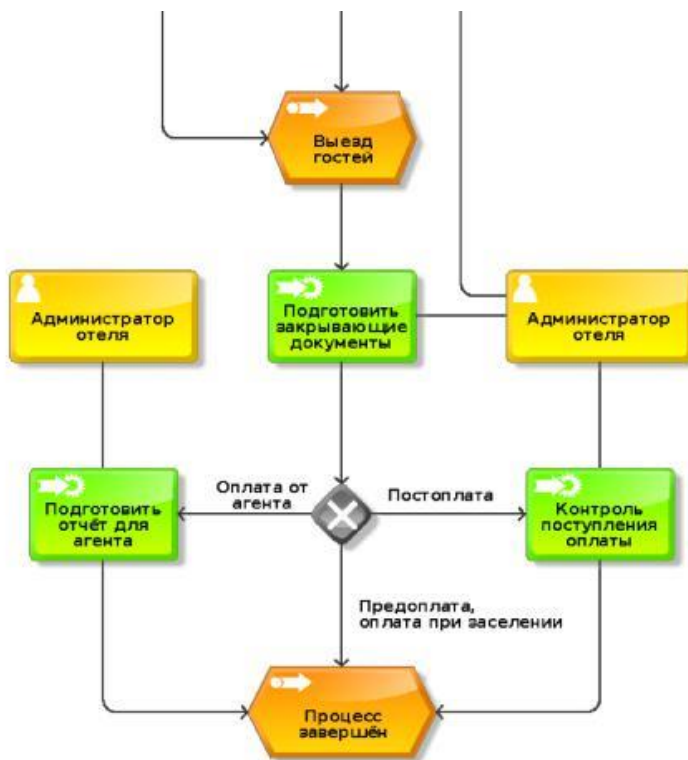


Рисунок 5 — Процесс работы с клиентами (отель)

#### Существенные детали оптимизированного процесса:

Вся информация о клиентах и сделках хранится в CRM и доступна в оперативном режиме всем участниками процесса. CRM автоматически отображает информацию об алгоритме взаимодействия с клиентом и схеме оплаты в зависимости от источника (агент) и типа клиента.

**Уровень автоматизации процесса:** высокий. Операции полностью либо частично автоматизированы.

#### Выявленные преимущества автоматизации процесса:

Оперативное получение доступа к информации о клиенте;

Все информация хранится в CRM, информация защищена от утери.

### 3.3 Процесс организации проведения мероприятия

#### Текущий процесс

**Владелец процесса:** Администратор кафе

#### Сущность процесса:

С клиентами по организации мероприятий работает отдел продаж, если это конференция, корпоратив или клиент найден специалистом по продажам. Если клиент обратился напрямую в кафе для организации мероприятия, с клиентом работает администратор кафе. На этапе выбора меню и согласования деталей мероприятия с клиентом всегда работает администратор кафе. Вся информация фиксируется в печатной анкете.

Информация о забронированных залах сохраняется в календаре в файле Word. Меню для мероприятий хранится в файле Word и актуализируется шеф-поваром.

#### Существенные детали процесса:

Информация о клиентах и мероприятиях хранится в достаточно разрозненном виде. Получение информации о запланированных мероприятиях занимает некоторое время, информация не всегда оперативно обновляется.

**Результат процесса:** Клиент покупает/не покупает услуги.

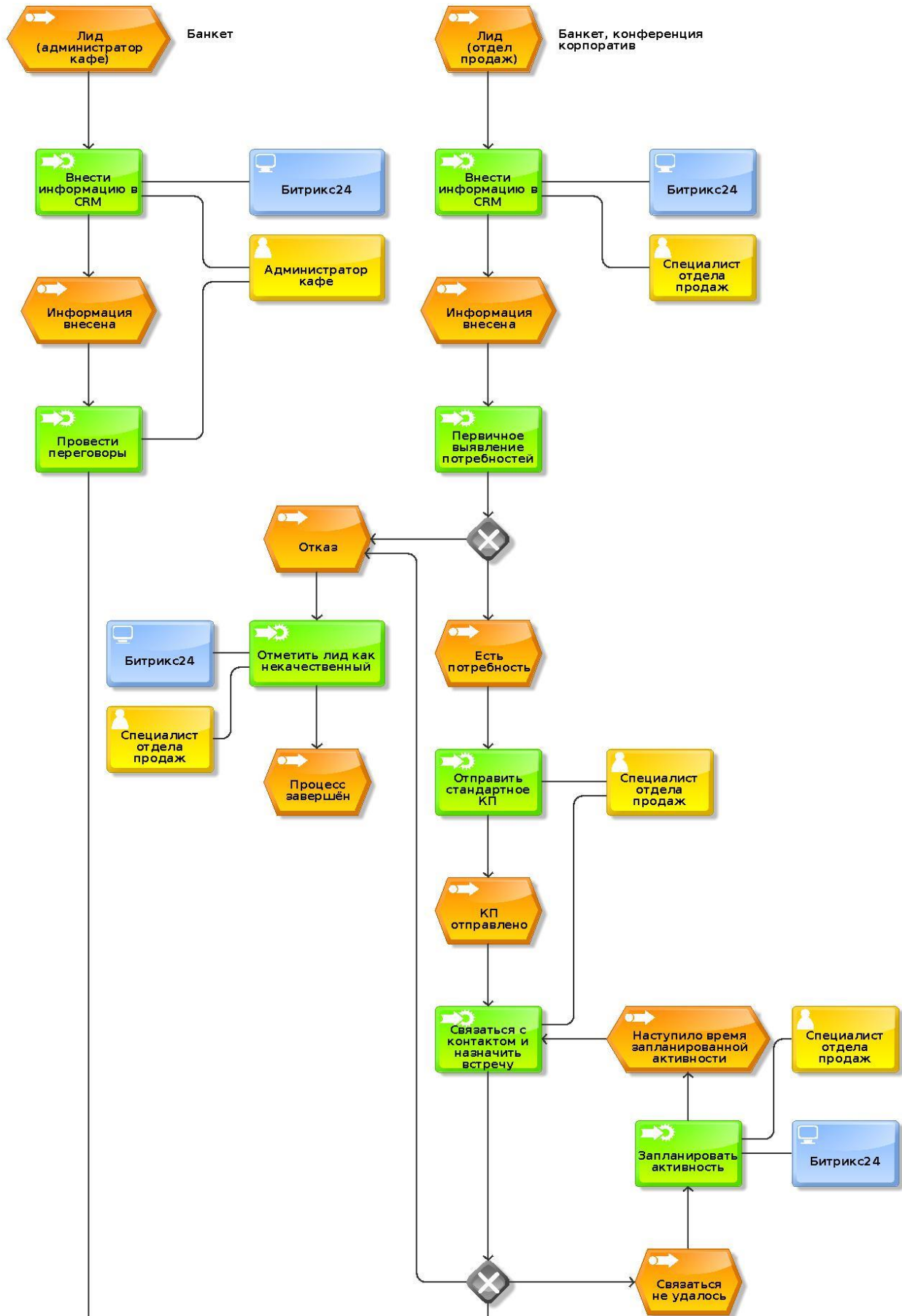
**Основная метрика процесса:** количество привлекаемых клиентов.

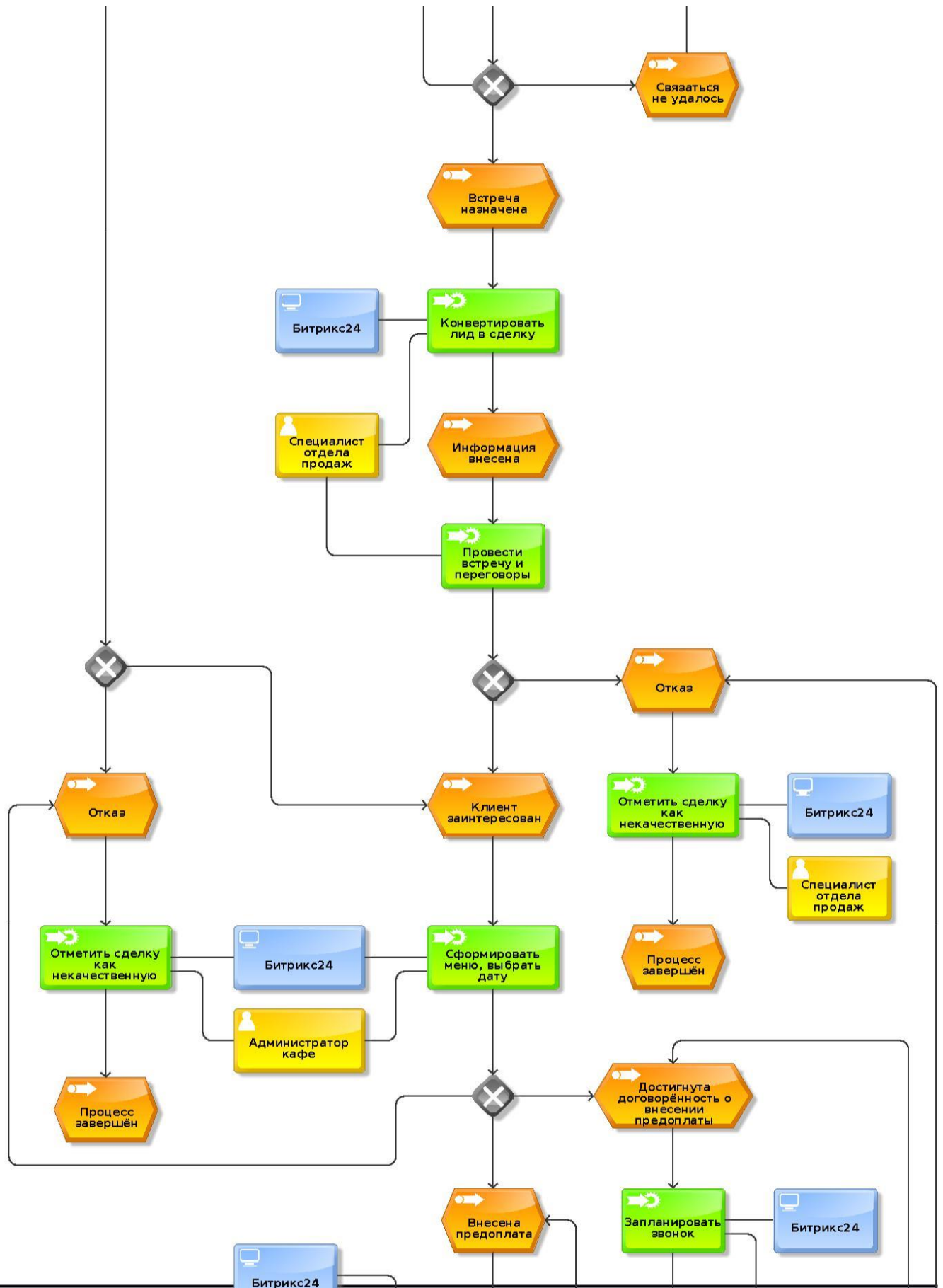
**Уровень автоматизации текущего процесса:** Процесс не автоматизирован. Все операции осуществляются вручную.

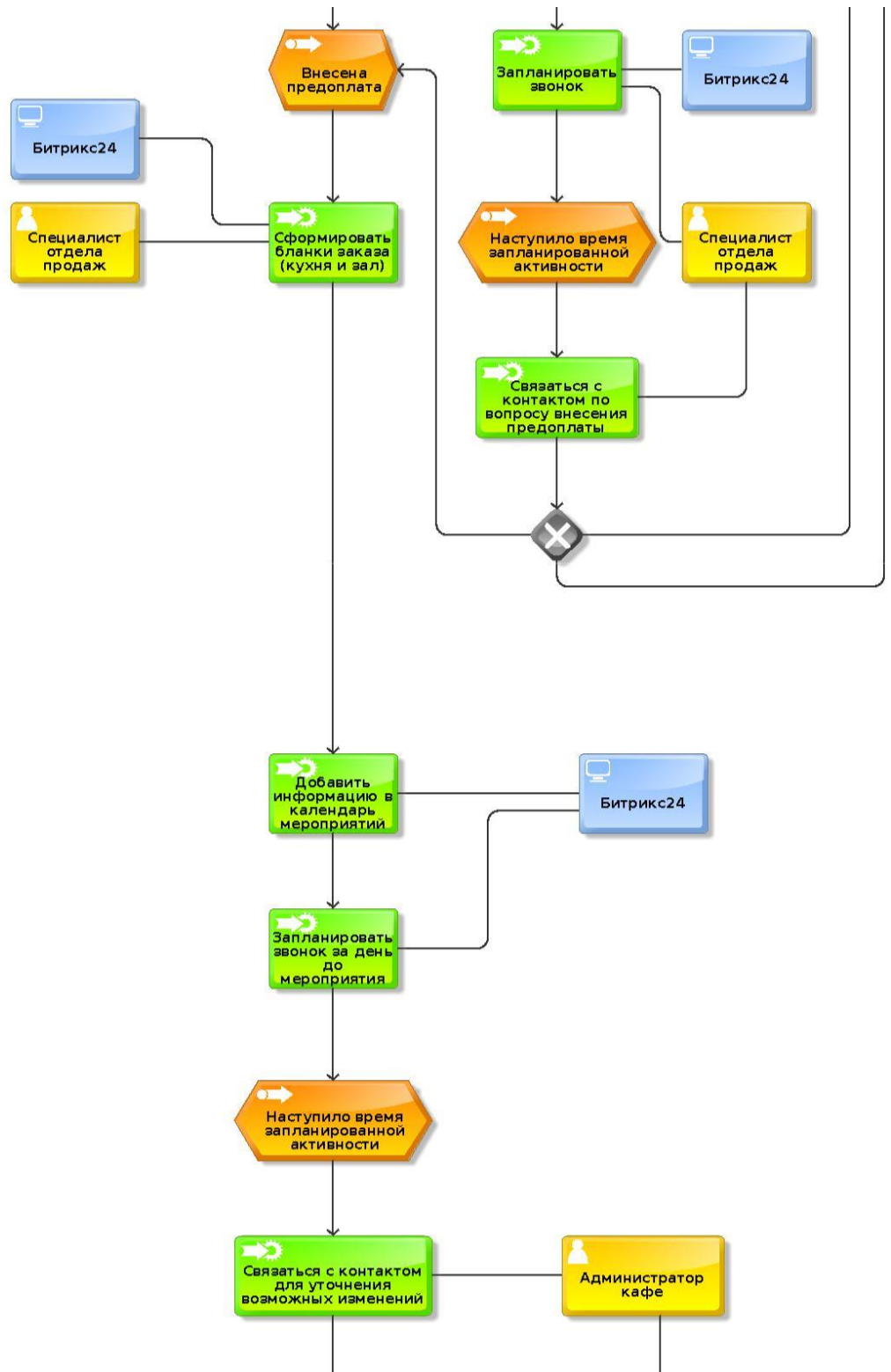
#### Выявленные недостатки текущего процесса:

Высокая вероятность утери информации о клиенте; Нет истории взаимодействия с клиентом; Сложность планирования активностей по клиентам.

#### Предлагаемая оптимизация текущего процесса:







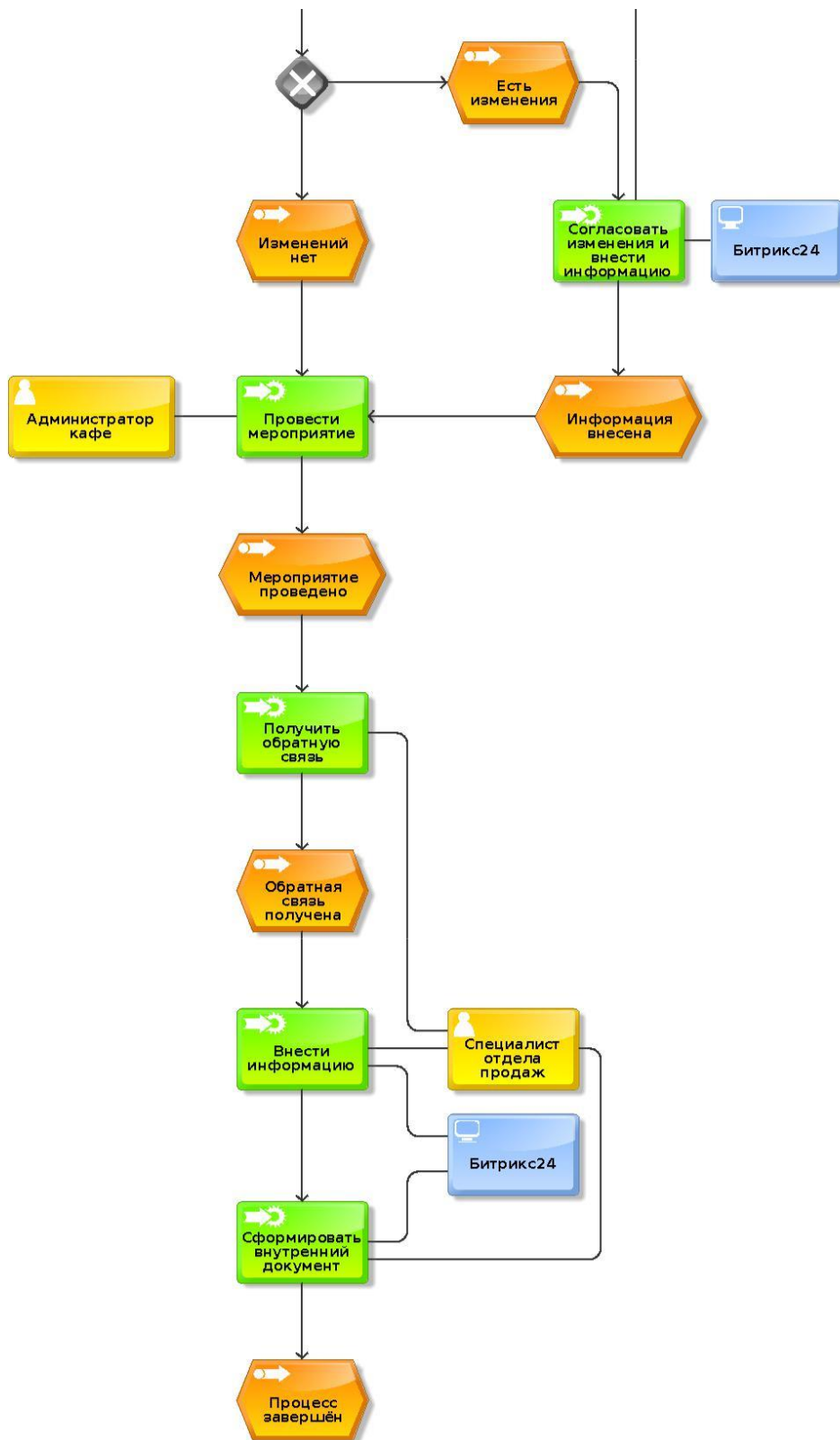


Рисунок 6 — Процесс организации проведения мероприятия



**Существенные детали оптимизированного процесса:**

Вся информация о клиентах и сделках хранится в CRM и доступна в оперативном режиме всем участниками процесса. Бронирование залов отражается в общедоступном календаре, что позволяет участникам процесса оперативнее работать с клиентом в плане выбора даты мероприятия. Информация о ценах меню хранится в CRM и позволяет формировать меню в сделке.

**Уровень автоматизации процесса:** высокий. Операции полностью либо частично автоматизированы.

**Выявленные преимущества автоматизации процесса:**

Оперативное получение доступа к информации о клиенте;

Все информация хранится в CRM, информация защищена от утери;

Возможность просматривать статусы сделки.

### 3.4 Процесс сдачи коммерческой недвижимости

#### Текущий процесс

**Владелец процесса:** Начальник отдела продаж

**Сущность процесса:**

Лиды заносятся в Excel-файл, в котором в дальнейшем обновляется вся информация.

Основной источник лидов — входящие заявки.

**Существенные детали процесса:**

Получение информации о клиенте занимает некоторое время, информация не всегда оперативно обновляется. Отсутствует план по работе с клиентами (когда и кому позвонить), нет возможности оценки количества контактов с клиентом, формирования отчётов по работе с клиентами.

**Результат процесса:** Клиент покупает/не покупает услуги.

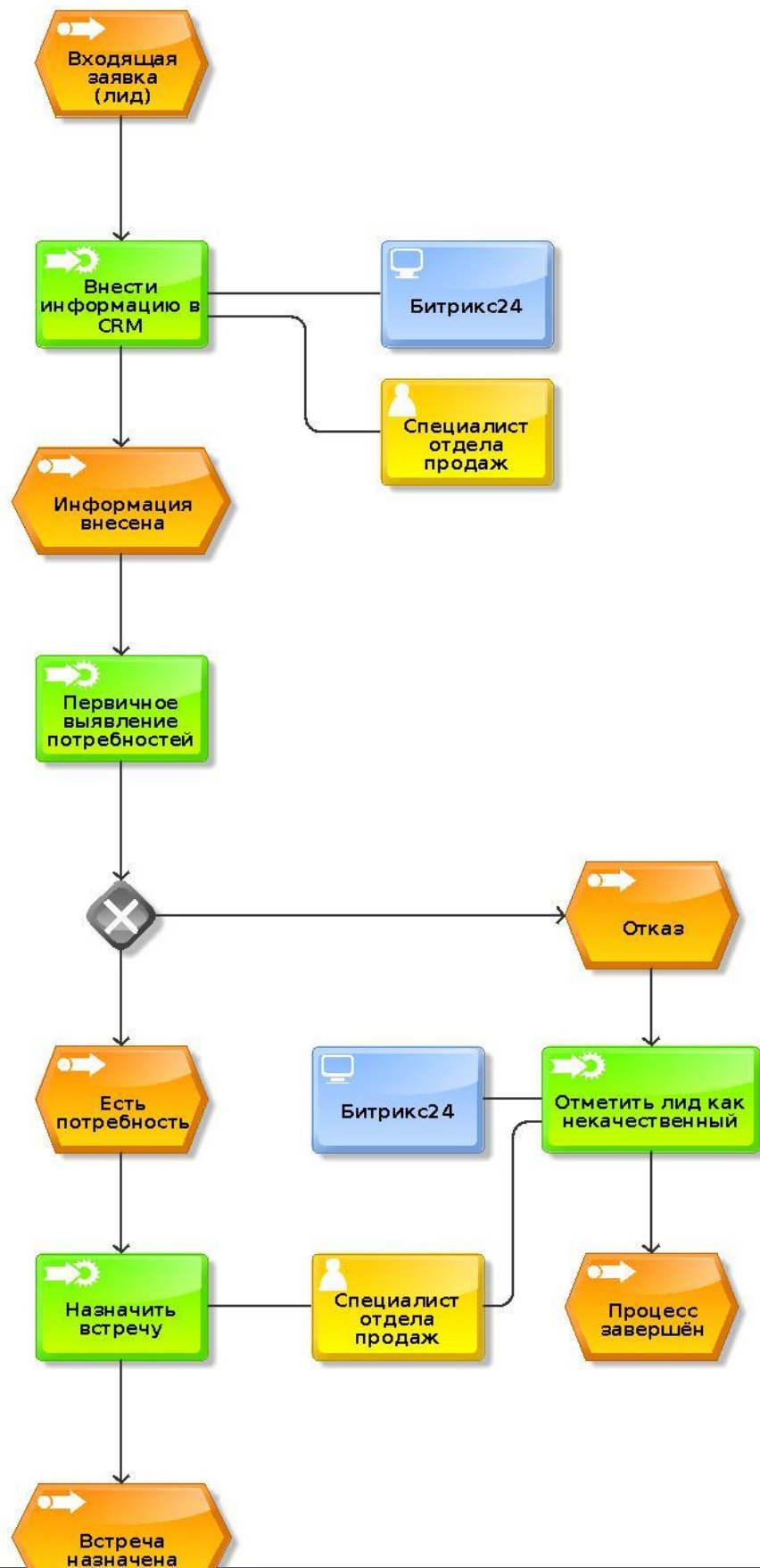
**Основная метрика процесса:** количество привлекаемых клиентов.

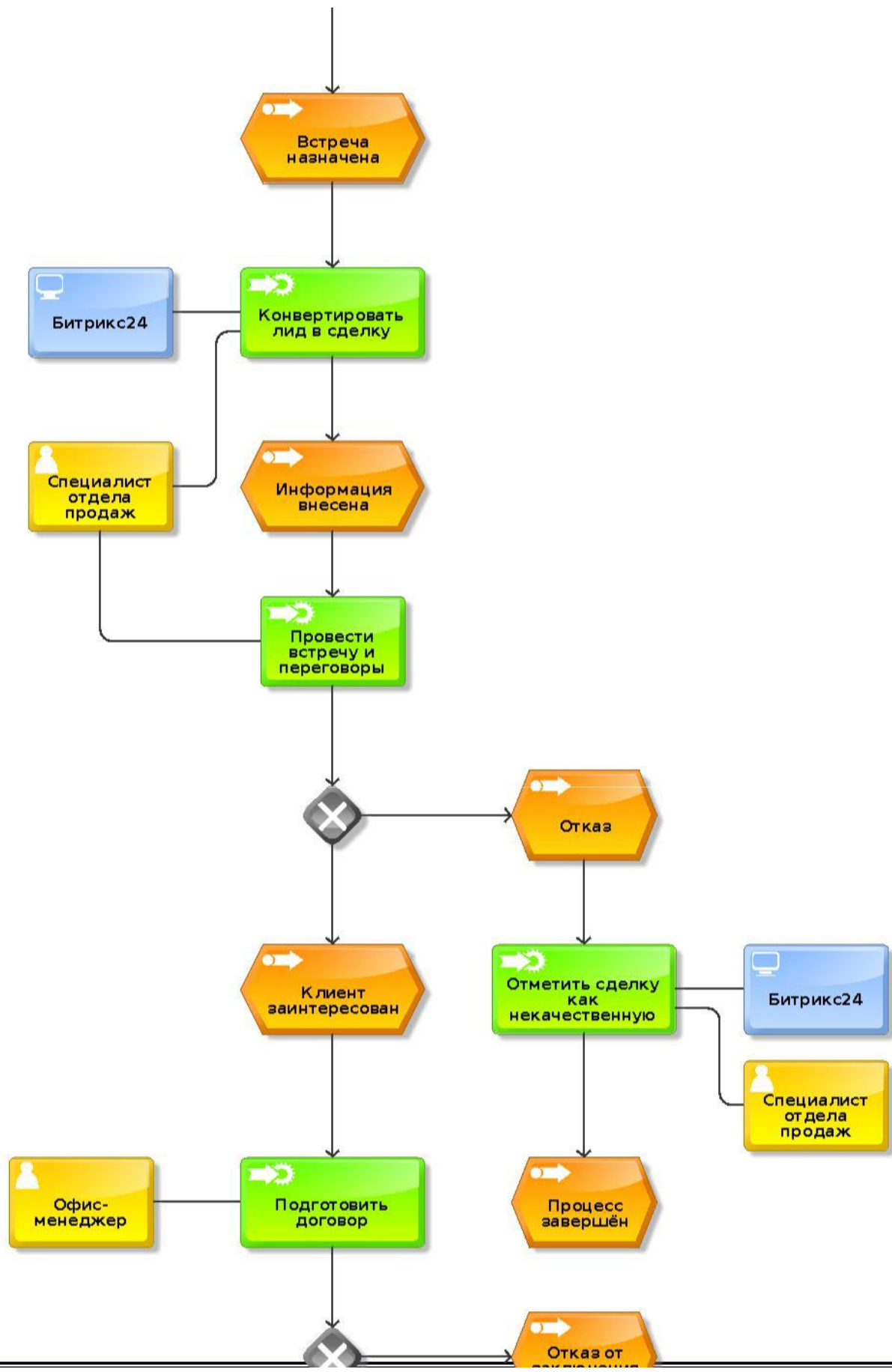
**Уровень автоматизации текущего процесса:** Процесс не автоматизирован. Все операции осуществляются вручную.

**Выявленные недостатки текущего процесса:**

Высокая вероятность утери информации о клиенте; Нет истории взаимодействия с клиентом; Сложность планирования активностей по клиентам.

Предлагаемая оптимизация текущего процесса:





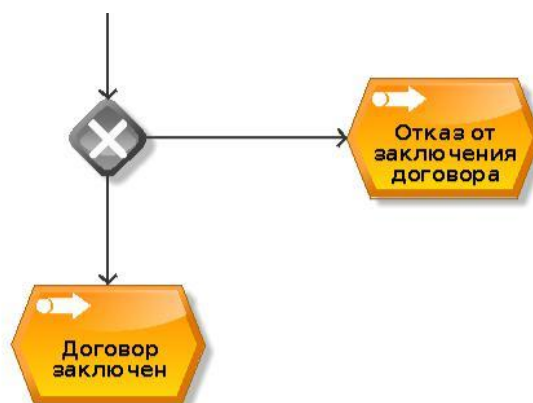


Рисунок 7 — Процесс сдачи коммерческой недвижимости

**Существенные детали оптимизированного процесса:**

Вся информация о клиентах и сделках хранится в CRM и доступна в оперативном режиме всем участниками процесса. CRM позволяет спланировать работу с клиентом для каждого специалиста по продажам. Возможность формирования отчетов по итогам работы.

**Уровень автоматизации процесса:** высокий. Операции полностью либо частично автоматизированы.

**Выявленные преимущества автоматизации процесса:**

Оперативное получение доступа к информации о клиенте;

Все информация хранится в CRM, информация защищена от утери;

Возможность просматривать статусы сделки.

## **Заключение**

Проведенное обследование позволяет сделать вывод о возможности автоматизации (повышения уровня автоматизации) выявленных процессов при помощи средств ИС «Битрикс24», что в большинстве случаев сократит среднее время выполнения процессов, а также сократит количество рутинных операций.

### **3.1.3 Требования к совместимости и интеграции со смежными системами**

В корпоративном портале должна быть обеспечена интеграция и совместимость со следующими системами:

IP-телефония 3CX 15.5 sp3;

1С:Отель. Управление отелем, редакция 8.3 (8.3.1.9);

СКУД ОрионПро;

Электронная почта;

Сайт <http://www.alg72.ru/>; Сервис отправки SMS;

Соц. сети и мессенджеры: Viber, VK, Facebook, Instagram.

Интеграция с IP-телефонией должна быть проведена в следующем объеме — передача информации о входящих и исходящих вызовах:

внешний номер;

внутренний номер;

направление вызова;

время совершения вызова;

длительность вызова; запись разговора.

Обмен данными между корпоративным порталом и IP-телефонией должен происходить в онлайн-режиме.

Интеграция с 1С:Отель должна быть проведена в следующем объеме: двухсторонняя синхронизация информации о контрагентах, контактах и сделках

Обмен данными между корпоративным порталом и 1С:Отель должен происходить в асинхронном режиме при помощи обращения к web-сервису на стороне 1С:Отель.

Интеграция с СКУД ОрионПро должна быть проведена в следующем объеме — получение информации о сотрудниках, находящихся в здании – по запросу из портала. Обмен данными между корпоративным порталом и СКУД ОрионПро должен происходить в асинхронном режиме при помощи обращения к web-сервису на стороне СКУД ОрионПро.

Интеграция с электронной почтой должна быть проведена в следующем объеме:

информация о количестве непрочитанных писем в почтовом ящике;  
входящие письма; отправка письма.

Обмен данными между корпоративным порталом и электронной почтой должен происходить в онлайн-режиме. Для каждого сотрудника может быть настроена интеграция с отдельным почтовым ящиком.

Интеграция с сайтом должна быть проведена в следующем объеме:

онлайн-чат;

информация из форм.

Обмен данными между корпоративным порталом и сайтом должен происходить в онлайн-режиме.

Интеграция с сервисом отправки SMS должна быть проведена в следующем объеме:

создание рассылок;

отправка одиночных сообщений.

Обмен данными между корпоративным порталом и сервисом отправки SMS должен происходить в асинхронном режиме при помощи обращения к web-сервису на стороне провайдера SMS.

Интеграция с соц. сетями и мессенджерами должна быть проведена в следующем объеме:

онлайн-чат;

информация из форм заявок.

Обмен данными между корпоративным порталом и соц. сетями и мессенджерами должен происходить в онлайн-режиме при помощи модуля “Открытые линии”.

### **3.1.4 Требования к режимам функционирования корпоративного портала**

Корпоративный портал должен функционировать в следующих режимах:

рабочий режим;

режим администрирования и регламентного обслуживания; режим устранения последствий аварийных ситуаций.

в рабочем режиме должно обеспечиваться выполнение всех требований, предъявляемых системе. В режиме администрирования и регламентного обслуживания должно обеспечиваться бесперебойное выполнение основных функций системы необходимых для выполнения процедур по администрированию. В режиме устранения последствий аварийных ситуаций должна обеспечиваться возможность восстановления информации и проведения профилактических мероприятий.



### 3.1.5 Перспективы развития корпоративного портала

Корпоративный портал должен иметь длительный жизненный цикл. Для поддержания соответствия характеристик актуальным требованиям на протяжении всего периода эксплуатации, при разработке корпоративного портала необходимо обеспечить возможность его модернизации в процессе эксплуатации за счет выбора соответствующей архитектуры программного обеспечения и технических средств, а также за счет использования стандартизованных и эффективно сопровождаемых решений.

Архитектура программного обеспечения корпоративного портала должна представлять собой модульную конструкцию, имеющую специальные средства для создания и внедрения новой функциональности, которая не могла заранее предполагаться. Модульность конструкции должна предполагать, что каждый модуль независим и не оказывает влияния на функционирование других модулей. Установка новых модулей не должна влиять (не должна ухудшать) функционирование уже работающих модулей. Функциональность продукта должна иметь возможность расширяться силами любых сторонних программистов с соответствующей квалификацией на платформе «1С-Битрикс», используемой для создания независимых модулей.

Должны быть предусмотрены следующие возможности:

возможность увеличения функциональных возможностей (например, расширения количества предоставляемых сервисов);

возможность дальнейшей доработки программного обеспечения и комплекса технических средств;

возможность беспрепятственного обновления платформы Корпоративного портала.

### 3.1.6 Требования к численности и квалификации персонала и режиму его работы

Персонал корпоративного портала должен включать следующие категории специалистов:

пользователи, выполняющие необходимые функции по работе с использованием корпоративного портала;

администраторы групп корпоративного портала, обеспечивающие настройку библиотек и групп, прав доступа к элементам групп;

администраторы модулей корпоративного портала, обеспечивающие управление правами доступа к элементам модуля и выполнение расширенных функций модуля;

администратор корпоративного портала, обеспечивающий сервисную поддержку работы корпоративного портала, управление правами доступа к группам и модулям.

### 3.1.7 Показатели назначения

Администраторы корпоративного портала должны иметь возможность производить административные настройки портала, администраторы групп — управлять содержимым групп портала, администраторы модулей — управлять содержимым модулей портала, пользователи – использовать портал в рамках функциональности, описанной в настоящем техническом задании без дополнительных разработок.

Правила работы с порталом должны быть едины для всех структурных подразделений.

Работа на портале по единым правилам должна обеспечиваться утвержденной инструкцией.

Настройка прав доступа к объектам и функциям портала должна изначально строиться с учетом организационной структуры и обеспечивать гибкое управление распределением прав, как для отдельных пользователей, так и для пользовательских групп.

Окончательные значения показателей уточняются в процессе реализации технического проекта и согласовываются протоколом с Заказчиком.

### 3.1.8 Требования к надежности

При размещении на технической площадке, удовлетворяющей требованиям эксплуатационной документации, корпоративный портал должен обеспечивать необслуживаемое функционирование в круглосуточном режиме с допустимыми перерывами на профилактику и перенастройку и простоями в связи с неисправностью не более 48 часов в год, при среднем времени устранения неисправности, вызвавшей простой, не более 4 часов.

При возникновении сбоев в аппаратном обеспечении, включая аварийное отключение электропитания, корпоративный портал должен автоматически восстанавливать свою работоспособность после устранения сбоев и корректного перезапуска аппаратного обеспечения (за исключением случаев повреждения рабочих носителей информации с исполняемым программным кодом).

### 3.1.9 Требования по безопасности

При монтаже, наладке, эксплуатации, обслуживании и ремонте технических средств корпоративного портала должны выполняться меры электробезопасности в соответствии с «Правилами устройства электроустановок» и «Правилами техники безопасности при эксплуатации электроустановок потребителей».

Аппаратное обеспечение корпоративного портала должно соответствовать требованиям пожарной безопасности в производственных помещениях по ГОСТ 12.1.004-91. «ССБТ. Пожарная безопасность. Общие требования».

Должно быть обеспечено соблюдение общих требований безопасности в соответствии с ГОСТ 12.2.003-91. «ССБТ. Оборудование производственное. Общие требования безопасности» при обслуживании корпоративного портала в процессе эксплуатации.

Аппаратная часть корпоративного портала должна быть заземлена в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50571.22-2000. «Электроустановки зданий. Часть 7. Требования к специальным электроустановкам. Раздел 707. Заземление оборудования обработки информации».

Значения эквивалентного уровня акустического шума, создаваемого аппаратурой корпоративного портала, должно соответствовать ГОСТ 21552-84 «Средства вычислительной техники. Общие технические требования, приемка, методы испытаний, маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», но не превышать следующих величин:

50 дБ - при работе технологического оборудования и средств вычислительной техники без печатающего устройства;

60 дБ - при их же работе с печатающим устройством.

### **3.1.10 Требования по эргономике и технической эстетике**

Интерфейс корпоративного портала должен отвечать следующим требованиям:

единый унифицированный интерфейс, реализованный на русском языке;

однозначность в наименовании пунктов меню; наличие справки по работе с системой на русском языке;

сигнализацию об ошибках системы или выполнении ошибочных действий пользователем в виде индикаций на экране с информацией об ошибке и/или подсказкой о дальнейших действиях на русском языке (некоторые системные ошибки могут выводиться с информацией на английском языке);

наличие вспомогательной индикации при выполнении длительных процессов

### **3.1.11 Требования к защите информации от несанкционированного доступа**

Доступ сотрудников к работе с корпоративным порталом должен осуществляться на строго регламентированной основе в соответствии с их функциями и полномочиями.

Корпоративный портал должен иметь средства защиты информации от несанкционированного доступа с возможностью задавать соответствующие правила и права доступа, как для отдельных пользователей, так и для их групп.

Пользователь получает доступ к объекту непосредственно через назначение роли или косвенно через членство в группе, которой назначена роль. При прямом назначении роли субъект — это пользователь. При назначении роли в группе субъект — это группа.

Проверка подлинности пользователей при доступе к корпоративному portalу осуществляется на основе данных учетной записи (логина и пароля).

При использовании корпоративного portalа сотрудники должны строго соблюдать действующие требования информационной безопасности по работе с ключевой информацией и паролями.

### **3.1.12 Требования по сохранности информации**

2. случае утраты или искажения данных корпоративного portalа, возникшей в результате программно-аппаратных сбоев, должна быть проработана возможность их восстановления на момент последнего резервного копирования.

3. ходе работ необходимо разработать и внедрить политику резервного копирования и восстановления корпоративного portalа. Резервное копирование должно осуществляться по расписанию в автоматическом режиме. Политика резервного копирования должна включать в себя описание:

объектов, подлежащих копированию,  
периодичности копирования, пути  
копирования,  
механизма тестирования резервных копий, правил  
управления резервными копиями.

Управление расписанием осуществляется администратором корпоративного portalа.

Политика восстановления корпоративного portalа должна содержать детальную инструкцию с перечнем действий, необходимых в различных аварийных ситуациях.

## **3.2 Требования к функциям (задачам)**

### **3.2.1 Требования к функциям модуля «CRM»**

Данная подсистема предназначена для управления взаимоотношениями с клиентами и обработки поступающих заявок.

Основные сущности CRM:

лид,  
контакт,  
компания/группа, сделка.

**Лиды**

Необходимо любые качественные коммуникации с клиентами вести не в лидах, а в сделках. Лиды — это «неразобранные обращения», а сделки — это «подтвержденные, качественные лиды».

Поля лида:

Название поля	Обязательность	Значения
Название	Да	
Фамилия	Нет	
Имя	Нет	
Отчество	Нет	
Телефон	Да	
Email	Нет	
Мессенджер	Нет	
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа, холодный звонок.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

Стадии лида:

Стадии	Комментарии
Новое обращение (обработать)	Начальная стадия
2-3 попыток связаться	Стадия для ситуации, когда заказан звонок, либо любой другой вид лида не из входящего звонка.
Успешный статус	
Качественный лид, претендент на сделку	Конвертация лида в сделку+контакт.
Неуспешный статус	

## Спам

Уже не актуально, долго связывались	
В заявке неправильный номер Лид без контактных данных	
Ошиблись номером	
Агент	
Сотрудник компании	
Поставщик/Подрядчик	
Новые контакты у клиента	

Порядок работы с лидами при совершении «холодных» звонков:

новые клиенты — в CRM загружается Excel-файл, на основании данных которого автоматически создаются лиды,

существующие клиенты — на основании сформированного при помощи фильтров списка в CRM создаются повторные лиды.

**Сделки (отель)**

10. товарах раздела «Номерной фонд» должно быть дополнительное поле «Себестоимость». Данные в поле заносятся вручную администратором модуля CRM. На основании значения данного поля и количества мест номер автоматически рассчитывается себестоимость. Отображение себестоимости сделки может быть ограничено настройкой прав доступа.

Поля сделки:

Название поля	Обязательность	Значения
Название	Да	
О клиенте	Да	Привязка к контактам, компаниям
Сумма	Нет	
Связь с мероприятием	Да	Да, нет
Мероприятие	Нет	

Дата начала мероприятия	Нет	
Дата окончания мероприятия	Нет	
Информация о гостях	Нет	Привязка к контактам
Дата заезда	Нет	
Дата выезда	Нет	
Информация по дополнительным услугам	Нет	
Тип оплаты	Да (на стадии «Оплата»)	Предоплата 100%, частичная предоплата, оплата при заселении, постоплата, оплата с отсрочкой.
Номера	Нет	Привязка к товарам раздела «Номерной фонд»
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

Стадии сделки:

Стадии	Комментарии
Новая	Начальная стадия
Выявление потребностей	Получение дополнительной информации для подготовки предложения
Отправлено КП	Клиенту направлено коммерческое предложение
Согласование доп. услуг	Необходимы нестандартные доп. услуги, требующие согласования
Согласование цены	Клиент назвал свою цену ниже установленной, необходимо согласование с руководителем

Бронирование	Установлена бронь
Клиент готов оплатить счёт	
Оплата	Поле «Тип оплата» обязательно на данной стадии.
Заезд	Заселение гостей
Есть проблемы	Сотруднику необходима помощь в работе со сделкой. Автоматическая отправка уведомления руководителю.
Успешный статус	
Выезд	Выезд гостей, подготовка закрывающих документов
Получена обратная связь	
Неуспешный статус	
Не устроила цена	
Не смогли подобрать подходящий вариант размещения	
Клиент перестал выходить на связь	
Не актуально	Отменилось мероприятие, командировка и т. п.
Заселение в другой отель	
Нет свободных номеров	

### Сделки (мероприятия)

11. товарах необходимо создать раздел «Меню», в котором будут размещены все актуальные позиции меню. Товары меню должны содержать следующие поля: «Наименование», «Выход, гр.», «Цена», «Примечание». За актуальность меню отвечает шеф-повар — у него должны быть соответствующие права на внесение изменений и добавление новых позиций.

Из карточки сделки можно на любой стадии сформировать печатную форму «Лист заказа меню». Шаблон печатной формы необходимо уточнить в процессе внедрения.

Поля сделки:

Название поля	Обязательность	Значения
Название	Да	



О клиенте	Да	Привязка к контактам, компаниям
Сумма	Нет	
Тип мероприятия	Да	Свадьба, юбилей, поминки, корпоратив, фуршет
Дата проведения	Да	
Зал	Да	Выбор из списка
Количество персон	Нет	
Время начала	Нет	
Время окончания	Нет	
Ведущий	Нет	Да, нет
Музыкальное сопровождение	Нет	Да, нет
Украшение зала	Нет	Да, нет
План рассадки гостей	Нет	Да, нет
Схема расстановки столов	Нет	Выбор из списка
Детский стол	Нет	Да, нет
Чайный стол	Нет	Да, нет
Свой алкоголь	Нет	Список с полями: название, количество
Свои продукты	Нет	Список с полями: название, количество
Меню	Нет	Привязка к товарам раздела «Меню»
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

Стадии сделки:

Стадии	Комментарии
Новая	Начальная стадия
Выявление потребностей	Получение дополнительной информации для подготовки предложения
Отправлено КП	Клиенту направлено коммерческое предложение
Назначена встреча	
Согласовано меню, назначена дата	Состоялась встреча, на которой были согласованы все условия
Внесена предоплата	
Оплачено полностью	
Успешный статус	
Мероприятие проведено	
Получена обратная связь	
Неуспешный статус	
Не устроила цена	
Отказ до встречи	
Клиент перестал выходить на связь	
Не подошёл формат	
Отказ после встречи	

**Сделки (аренда)**

Поля сделки:

Название поля	Обязательность	Значения
Название	Да	
О клиенте	Да	Привязка к контактам, компаниям

Сумма	Нет	
Необходимая площадь	Нет	
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

Стадии сделки:

Стадии	Комментарии
Новая	Начальная стадия
Выявление потребностей	Получение дополнительной информации и переговоры о проведении встречи
Назначена встреча	
Согласование договора	
Договор заключен	
Внесена оплата	
Успешный статус	
Подписан акт приёма-передачи	
Неуспешный статус	
Не устроила цена	
Не смогли подобрать подходящий вариант	
Отказ до встречи	
Отказ после встречи	
Клиент перестал выходить на связь	

**Контакт**

Поля контакта:

Название поля	Обязательность	Значения
Фамилия	Да	
Имя	Да	
Отчество	Да	
Дата рождения	Да	
Телефон	Да	
Email	Нет	
Должность	Нет	
Компания	Нет	Привязка к компании
Тип контакта	Нет	Клиент, руководитель группы, агент, организатор мероприятия
Реквизиты	Нет	
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

**Компания**

Поля компании:

Название поля	Обязательность	Значения
Название компании	Да	
Тип компании	Да	Контрагент, группа, агент
Телефон	Нет	
Email	Нет	

Сайт	Нет	
Сфера деятельности	Да	Список
Контакт	Нет	Привязка к контакту
Реквизиты	Нет	
Источник	Нет	Звонок, почта, пешеход, заявка с сайта, агент, заявка из соц. сетей, по рекомендации, повторная продажа.
Ответственный	Да	
Комментарий	Нет	

### 3.2.2 Требования к функциям подсистемы обработки телефонных вызовов

Входящий телефонный вызов должен обрабатываться по следующим правилам:

если звонок совершен на общий номер телефона отдела продаж, и номер телефона клиента отсутствует в CRM, звонок направляется сотруднику, отвечающему за входящие обращения. При этом в CRM должен автоматически создаваться лид;

если номер телефона клиента уже присутствует в CRM, звонок направляется ответственному сотруднику;

по пропущенным звонкам с номеров, отсутствующих в CRM, должны создаваться лиды, ответственным назначается сотрудник, отвечающий за входящие обращения. В дальнейшем он самостоятельно обрабатывает данный лид, либо делегирует его другому сотруднику. Если номер присутствует, ответственному сотруднику назначается Дело «Звонок»

2. указанием карточки клиента и времени пропущенного звонка.

Запись исходящего или входящего телефонного разговора должна сохраняться и прикрепляться к сущности CRM, которой принадлежит номер телефона.

Вся информация о звонках должна быть представлена в виде отчётов с возможностью фильтрации по номерам, на который поступил звонок, по сотрудникам, дате, типу звонка. Отчёты должны содержать следующую минимальную информацию о каждом звонке: внешний номер, внутренний номер, направление вызова, время совершения вызова, длительность вызова, запись разговора, время ожидания ответа на входящий звонок. Доступ к отчётам может быть ограничен настройками прав доступа администратором модуля.

### 3.2.3 Требования к функциям подсистемы обработки писем

Все входящие письма, поступающие на электронные почтовые ящики сотрудников, обрабатываются по следующим правилам:

если e-mail клиента уже присутствует в CRM, ответственному сотруднику назначается дело «Письмо» и приходит уведомление об этом на портале;

если e-mail клиента отсутствует в CRM, автоматически создается новый лид в CRM, ответственному, которому пришло данное письмо поступает уведомление на портале о создании нового лида. При этом все входящие письма закрепляются в карточку соответствующего лида или клиента.