

Številka projekta: SIAT364
Naslov projekta: COMMON ACCESS 2

Dosežek / 2.3.1

Metodologija identifikacije dobrih praks za podporo internacionalizacije MSP z digitalnimi podpornimi orodji

Delovni sklop:	T2 VZPOSTAVITEV ORODIJ IN STORITEV ZA PODPORO INTERNACIONALIZ. /
Aktivnost:	T2.3 IDENTIFIKACIJA DOBRIH PRAKS DIGITALNIH ORODIJ
Avtor:	IPPR – Inštitut za podjetniške in projektne rešitve
Sodelujoči partnerji:	Pomurski tehnološki park
Izdelano:	December 2021
Različica:	končna
Jezik dokumenta:	SI

Diseminacijski nivo / Disseminierungsniveau		
PU	Public	x
PP	Restricted to other programme participants	
RE	Restricted to a group specified by the consortium	
CO	Confidential, only for members of the consortium	

Vsebina

1	METODOLOGIJA PRENOSA DOBRIH PRAKS	3
1.1	Uvod	3
1.2	Izbor dobrih praks za prenos	4
1.3	Prenos dobre prakse	4
2.	IDENTIFIKACIJA DIGITALNIH ORODIJ ZA PODPORO INTERNACIONALIZACIJI	8
2.1	Orodja za diagnosticiranje in oceno digitalne pripravljenosti podjetja.....	8
2.2	Digitalna orodja v podporo procesu nabave;	10
2.3	Digitalna orodja v podporo procesu prodaje in marketinga	19
2.4	Digitalna orodja v podporo procesu proizvodnje v proizvodnih podjetjih oziroma izvajanja storitev v storitvenih podjetij	54
2.5	Digitalna orodja v podporo upravljanja človeških virov v podjetju.....	60
2.6	Digitalna orodja v podporo procesu skladiščenja.....	63
2.7	Digitalna orodja v podporo procesu logistike.....	68
	Priloga 1: PREDLOG OBRAZCA	73
	Priloga 2: PRIMER DOBRE PRAKSE:	74
	LITERATURA IN VIRI	76

1 METODOLOGIJA PRENOSA DOBRIH PRAKS

1.1 Uvod

Znanje, kot sposobnost odločanja in iskanja rešitev, ni fizični produkt, ki bi ga lahko enostavno prenašali iz enega okolja v drugo. S prenosom znanja poskušamo organizirati, ustvariti, zajeti in distribuirati znanje ter zagotoviti, da je na voljo tudi drugim uporabnikom.

Pred naborom in prenosom dobre prakse moramo dobro razumeti pogoje (okolje), v katerem je izbrana dobra praksa že delovala. Poiskati moramo rešitev, kako bi izbrano dobro prakso najbolje prilagodili, jo uspešno vključili v drugo okolje, ki se morebiti razlikuje v smislu družbenih, gospodarskih ali naravnih pogojev in okoliščin.

Da nekaj označimo kot dobro prakso, mora ta izpolnjevati naslednje zahteve:

- V preteklosti se je izbrana dobra praksa že izkazala kot uspešna, kar pomeni, da je že bila implementirana in je pokazala trajnostne, oprijemljive in merljive rezultate.
- Ima potencial za prenos v druga okolja, kar pomeni, da se dotika področij in vprašanj, ki so pomembna tudi za druga okolja.
- Rešuje problema, zahteve, ki jih opredeli oz. prepozna strokovna skupina.
- Za (uspešen) prenos mora biti opisana tako, da poudari ključne značilnosti, mehanizme in izkušnje (težave in rešitve) izvajanja v okolju, kjer je dobra praksa že uveljavljena, ter aktivnosti, ki jih je treba prilagoditi posebnim pogojem v drugem okolju, kamor se dobra praksa ali del dobre prakse prenaša (zakonodaja, posebne regijske potrebe in zahteve...).
- Opisana je na takšen način oz. v takšni obliki, da je mogoča primerjava z drugimi prepoznanimi dobrimi praksami.

Da pa bi kar najbolj izkoristili učinek prenosa znanja, ni dovolj le identificiranje in ustvarjanje znanja. Organizacija potrebuje tudi hiter prenos znanja. S procesom prenosa znanja razumemo prenos znanja od tistih, ki znanje imajo, in od tam, kjer znanje nastaja, do tistih, ki znanje potrebujejo, in do tja, kjer je znanje uporabno in koristno. Prenos znanja bo uspešen, če imajo vpleteni akterji resničen interes za to.

Vsa ta naštetá dejstva veljajo tudi pri dobrih praksah s področja internacionalizacije podjetij.

Z namenom lažjega nabora dobrih praks in prenosa tega znanja na podjetja, ki se želijo internacionalizirati, v okviru projekta COMMON ACCESS 2, v tem dokumentu skušamo analizirati predvsem primere ter pomen sodobnih digitalnih podpornih orodij pri internacionalizaciji podjetij.

Namen projektne aktivnosti je identifikacija primerne dobre prakse s področja uporabe digitalnih orodij ter nabor primernih digitalnih podpornih orodij na izbranih 7 tematskih področjih, s pomočjo katerih se bo v podjetjih izboljšalo pripravljenost za vstop na tuje trge in ki bodo služila tudi kot e-učna gradiva zainteresiranim MSP. Izbrana tematska področja predstavljajo ključne poslovne procese v okviru katerih morajo podjetja na tujem trgu biti konkurenčna, zato želimo podjetjem predstaviti najnovejše trende in digitalne rešitve. Cilj je pripraviti metodološka izhodišča in obrazec na podlagi katerega bodo projektni partnerji lahko opravili nabor dobrih praks ter pripraviti tudi nabor digitalnih orodij in njihov podrobnejši opis funkcionalnosti in koristi za MSP pri njihovi internacionalizaciji. Metodologiji je priložen tudi en primer izpolnjenega obrazca s primerom dobre prakse (Bajubo) s področja internacionalizacije MSP s pomočjo digitalnih podpornih orodij.

1.2 Izbor dobrih praks za prenos

Prakse bodo analizirane glede na štiri načela, glede na primernost za prenos in sicer:

- **ustreznost: reševanje nastajajočih potreb pri internacionalizaciji MSP**

Podporna orodja za podporo internacionalizaciji, ki zagotavljajo jasno dodano vrednost, ki ustreza dobro opredeljenim potrebam malih in srednjih podjetij. Poleg tega mora biti od vsega začetka jasno, na kateri ravni se lahko implementirajo orodja, z namenom vključevanja potencialnih uporabnikov od samega začetka. Obstajati mora jasna slika praktičnih potreb, katere se bo naslavljal/obravnavalo in o tem, kaj že obstaja na trgu.

- **uporabnost: prijaznost do uporabnika - to pomeni, da se odzivajo na posebne potrebe MSP**

Orodja in morajo biti uporabniku prijazna. To pomeni, da se odzivajo na posebne potrebe malih in srednjih podjetij pri njihovi internacionalizaciji.

- **ponovljivost/reprodukcija: razpoložljivost prakse; da je dobro dokumentirana in podprta s smernicami o praktičnem izvajanju**

Pomembno je, da je mogoče dobro prakso posnemati/ponoviti. To zahteva, da ni preveč zaščitena s pravicami intelektualne lastnine, ki izključujejo, ali omejujejo ponovno uporabo s strani drugih. Ponovljivost zahteva tudi, da so postopki dobro dokumentirani in podprti s smernicami o njihovem praktičnem izvajanju. V nekaterih posebnih primerih to lahko celo zahteva standardizirana orodja, na podlagi katerih se lahko razvijejo in ponudijo novi mehanizmi za podporo internacionalizaciji za mala in srednje velika podjetja.

- **prilagodljivost: enostavna integracija v obstoječe ali nove programe za podporo internacionalizacije**

Za doseg dejanskega učinka, morajo biti dobre prakse ter najdena podporna orodja prilagodljivi. Njihova integracija v obstoječe ali nove programe za podporo internacionalizaciji MSP mora biti enostavna.

1.3 Prenos dobre prakse

Tehniko prepoznavanja in izmenjave najboljših praks je mogoče izvesti kadar koli. To je lahko še posebno pomembno, ko se iščejo načini za izboljšanje rezultatov pomembnih procesov. Pri današnjih nižjih proračunih in hitrih spremembah je opredeljevanje načinov za izboljšanje učinkovitosti in uspešnosti ključno.

Prenos dobre prakse znotraj podjetja ima trden in precej nedvoumen pomen za uporabnike. Beseda prenos se uporablja raje kot širjenje, da se izpostavi, da je pretok znanja znotraj podjetja posebna izkušnja, ne postopen proces širjenja, in odvisen od karakteristik vseh vključenih.

Uspešen prenos dobre prakse zmanjšuje vrzel med organizacijami, ki opravljajo podobne naloge, npr. dve podjetji z enako produkcijsko linijo. Zmanjševanje te vrzeli zmanjšuje nepotrebne primanjkljaje pri internacionalizaciji z izboljšanim izkoristkom obstoječih tehnologij podjetja ali načinov organiziranja dela. Pomemben način, da se poveča izkoristek obstoječega znanja v podjetju, je tudi prenos dobre prakse znotraj podjetja.

Prepoznavanje in izmenjava dobre prakse je pomemben način, kako vključiti znanje nekaterih v delo mnogih. Organizacijske strukture se nagibajo h kopičenju razmišljanja, kjer se lokacije, oddelki in funkcije osredotočijo na maksimiranje svojih dosežkov, hranjenje podatkov, da se tako optimizira

delovanje celotne organizacije. Mehanizmom primanjkuje izmenjava informacij in učenje. Prepoznavanje in izmenjava najboljših praks pomaga graditi odnose in skupne perspektive med ljudmi, ki ne delajo drug ob drugem.

Veliko je pristopov k prepoznavanju in izmenjavi dobrih praks, ki segajo od formalne organizacije do osebj, zadolženega za raziskovanje, dokumentiranje in ustvarjanje zbirk podatkov.

Težave nastopijo, ko zaposleni niso pripravljeni deliti svoje metode oz. znanja z drugimi. Informacije lahko razumemo kot vir energije in moči, zato jih nekateri ljudje držijo zase. Zapisovanje in shranjevanje opisov dobrih praks je lahko izziv. Če mora biti skladiščenje v pisni obliki, zbirki podatkov ali nekem skupnem datotečnem sistemu, mora biti praksa opisana dovolj podrobno, da jo vsi razumejo. Vodenje informacij dobre prakse je zelo pomembno. Ker so organizacije v nenehnem iskanju načinov za izboljšanje procesov in izdelkov, bi lahko najboljša oz. dobra praksa postala zastarela. Tukaj pa potem pridejo do izraza digitalna podporna orodja, ki v vseh razvojnih in delovnih fazah v podjetju, ustrezno olajšajo tako prenos znanja, kot uporabo le tega pri internacionalizaciji podjetij.

Prenos dobre prakse kot oblika prenosa znanja

Stalna absorpcija in uspešna uporaba informacij in digitalnih podpornih orodij, tako s trga (eksterne informacije) kot od drugih ključnih deležnikov, še posebno pa zaposlenih (interne informacije), sta glavni za ohranjanje vitalnosti oziroma uspeh vsake organizacije. Dokler je organizacija odprta do novih informacij in orodij, jih sprejema in sistematično uporablja znotraj organizacije, toliko časa ostaja konkurenčna. Zato je ključno, da se oblikujejo in prepoznavajo dobre prakse ter se širijo kot oblika prenosa znanja.

Proces prenosa dobre prakse kot oblika prenosa znanja

Prenos znanja in najboljše prakse zaradi prepričanja, da je to pravilna odločitev ali zato ker se konkurenca in vsi ostali ukvarjajo s tem, bo najverjetneje neuspešen. Za uspešen prenos in implementacijo mora biti jasen cilj, da se ve, zakaj to počnemo. To je točka, kjer je treba vključiti vrednostni predlog. Ta vrednost zagotavlja poslovne razloge za začetek sprememb in razlog, da podjetja namenijo dragocene vire za visoko uspešna območja. Prav tako zagotavlja, da vodilni sektor razume, katero znanje je pomembno, in temu primerno dodeli sredstva.

Najlažji način za organizacijo, da izbere način internacionalizacije, je, da ugotovi poslovanje z najnižjimi stroški ali najvišji dobiček. Ugotavljanje najvišjega dobička nam določa največje konkurenčne grožnje, na podlagi katerih lahko določimo znanje, ki ga želimo razširiti oziroma pridobiti tudi na tujih trgih.

Izbira vrednostnega predloga, ki vodi poslovanje podjetja, ne pomeni, da je treba pri tem vztrajati celoten življenjski cikel. Tako kot se spreminja okolje, tudi organizacija doživlja spremembe, ki se odražajo v padcih in vzponih. Prilagodljivost je ključna za uspeh v menedžmentu znanja, pa tudi na drugih poslovnih področjih.

Znotraj podjetja ob prenosu najboljše prakse se odvija proces, sestavljen iz faz, v katerih se značilni dejavniki ne pojavljajo samo v večji ali manjši meri, ampak tudi v nekem vrstnem redu. Izvaja se v štirih fazah: začetek, izvajanje, uvajanje in integracija.

Prva faza: Začetek

Ta faza obsega vse dogodke, ki vodijo k odločitvi za prenos prakse. Prenos se začne, ko se potreba in znanje soočita z dejstvom, da soobstajajo neodkrite kapacitete za internacionalizacijo. Odkritje te

potrebe lahko sproži raziskavo potencialnih rešitev, in ta raziskava vodi v odkritje novega znanja. Odkrije se, kdo je najboljši in kaj pomeni biti najboljši. Temu lahko sledijo raziskave, kako pridobiti novo znanje. Ko sta potreba in potencialna rešitev opredeljeni, ju lahko smiselno vključimo v izvedbo prenosa. Proces običajno potrebuje mesece zbiranja in ocenjevanja informacij. Dogodki, ki vodijo k odločitvi prenosa, si sledijo v smiselnem ali takem zaporedju, ki sledi organizacijski anarhiji.

Druga faza: Implementacija

Faza implementacije se začne z odločitvijo za implementacijo prakse. V tej fazi se viri in podatki izmenjujejo med prejemnikom in nosilcem (tretjo osebo). Specifične socialne povezave za prenos med nosilcem in prejemnikom so vzpostavljene in prenos prakse je običajno sprejet, da se prilagodi potrebam prejemnika. Ovrednotijo se nastali problemi v predhodnem prenosu iste prakse, tako da se pridobi novo znanje, ki manj ogroža prejemnika. Aktivnosti, povezane s fazo izvajanja, se ustavijo oziroma zmanjšajo, potem ko začne prejemnik uporabljati preneseno znanje.

Tretja faza: Uvajanje

Ta stopnja se začne, ko začne prejemnik uporabljati preneseno znanje. Med to fazo bo prejemnik obremenjen z identifikacijo in reševanjem nepričakovanih problemov, kar bo zmanjšalo njegovo sposobnost, da izpelje ali preseže pričakovano uspešnost prenosa. Prejemnik najverjetneje prvotno ne bo učinkovito uporabljal novega znanja. Sčasoma se izboljšuje učinkovitost in postopno raste proti zadovoljivi ali pričakovani ravni. Ta faza zagotovi priložnost, da se popravijo nepričakovane ovire.

Četrta faza: Integracija

Ta faza se začne, ko prejemnik doseže zadovoljivo raven rezultatov s prenesenim znanjem. Uporaba prenesenega znanja načeloma postane rutina. Postopen nastanek rutine je prisoten v vsakem ponavljajočem se socialnem vzorcu. Ko čas mineva, se pretekla znanja prejemnika združijo z novim, večkrat uporabljenim znanjem. Dejanja in akterji postanejo tipski, vrste dejanj pa so povezane s tipi akterjev. Ti združeni pojmi in vedenjski vzorci olajšajo koordinacijo aktivnosti in tvorijo vedenje bolj razumno, predvidljivo in stabilno. Tako postanejo dobre prakse institucionalizirane. Progresivno izgubljajo svojo prisotnost v procesu in postajajo del organizacije.

Vplivi na prenos dobre prakse kot oblike prenosa znanja

Možnost prenosa najboljše prakse znotraj podjetja je ključna pri izgradnji konkurenčne prednosti podjetja z razvitim notranjim znanjem. Nekatere pristojnosti v podjetju težko imitirajo drugi, ki posnemajo, prav tako je lahko pri prenosu dobre prakse težko imitirati znotraj podjetja. Ker je postopek kompleksen in ima mnogo komponent, je veliko dejavnikov, ki lahko vplivajo na uspeh ali neuspeh prenosa dobre prakse kot oblike prenosa znanja.

Prenos je identifikacija in učenje dobre prakse ter uporaba le-te na novi konfiguraciji ali lokaciji. Uspeh pri prenosu dobre prakse pomeni zmanjševanje učinkov pri uporabniku ali premagovanje ovir, ki vključujejo:

- Napako vodstva pri sporočanju pomembnosti;
- Nerazumevanje dobre prakse;
- Nestandardiziran prenos dobre prakse;
- Organizacijske strukture, ki spodbujajo samo omejeno razmišljanje;
- Kulturo, v kateri so vrednota osebne izkušnje in znanje pred širjenjem le-tega;
- Pomanjkanje izmenjave stikov in informacij;

- Preveliko zanašanje na posredovanje eksplicitnega znanja, in ne potrebnega znanja;
- Pomanjkanje časa;
- Zaposleni in vodstvo niso vajeni iskati in deliti znanje;
- Ljudje se ne zavedajo znanja, ki ga imajo.

Po odmiku oziroma premagovanju ovir je treba v organizaciji ustvariti še strukturo, ki omogoča uspešne prenose dobre prakse.

Najbolj ključni dejavniki za uspešen prenos dobre prakse kot oblike prenosa znanja so:

- Imeti skupne in dosledne cilje ter povezati dobre prakse k doseganju organizacijskih ciljev;
- Prilagoditi cilje prek organizacije in vztrajati na dobri praksi kot cilju na podlagi meril;
- Ustvariti organizacijsko obveznost do jasne komunikacije, kaj želimo doseči in zakaj je pomembno, da se vključijo napredne ideje in razmišljanje menedžmenta;
- Izbira vodilnih, ki bodo vključevali dobro prakso ter spodbujali proces širitve in izmenjave;
- Reševanje težav skupinskega vodenja, da lahko umaknemo ovire za prenos dobre prakse;
- Okrepitev potrebnih vedenjskih pristojnosti;
- Vodenje pojma, katerega moč je v dejanjih in ustvarjanju boljših rezultatov, ne pa nadzor posameznikov in zatiranje ustvarjalnega potenciala in dobrih idej;
- Spodbujanje ugodnega okolja in avtonomije za izmenjavo dobre prakse;
- Zagotavljanje informacijske tehnologije za podporo in prenos dobre prakse;
- Imeti dobre nagrajevalne lestvice in spodbujati pozitivno razmišljanje v organizaciji z namenom širitve in izmenjave dobre prakse;
- Vključitev prakse zmanjša vrzel v uspešnosti.

2. IDENTIFIKACIJA DIGITALNIH ORODIJ ZA PODPORO INTERNACIONALIZACIJI

2.1 Orodja za diagnosticiranje in oceno digitalne pripravljenosti podjetja

Digitalna preobrazba pomeni strateški pristop k prilagoditvi poslovnih modelov novim možnostim in priložnostim, ki jih zlasti na področju poslovne agilnosti v povezavi s potrebami vseh poslovnih deležnikov, ob uporabi sodobnih možnosti digitalizacije, ponuja sodobna informacijska tehnologija, pa tudi pristop do tveganj poslovnega okolja ter ustrezne prenove poslovanja podjetja. Preobrazba je lahko poslovno uspešna le, če podjetje skladno s spremenjeno strategijo primerno nadgradi znanje, motiviranost in inovativnost svojih zaposlenih, preuredi poslovne procese ter njihovo organiziranost in skladno s sodobnimi usmeritvami posodobi in uporabi informacijsko tehnologijo.

Razvijanje in spreminjanje oziroma prilagajanje poslovne strategije je trajna in najpomembnejša naloga vodstva podjetja. Poslovna strategija opredeljuje delovanje podjetja v poslovnem okolju in vpliva na njegovo konkurenčnost. Spremembe poslovne strategije se uresničujejo in kažejo v spremembah poslovnega modela in poslovnih procesov podjetja.

V preteklosti so se neprestano pojavljali novi uspešnejši poslovni modeli in zamirali tisti, ki so bili neuspešni. Priložnost in močno zahtevo po spreminjanju poslovnih modelov je v zadnjem obdobju povzročil nagel razvoj informacijske in telekomunikacijske tehnologije. Temu primerno so se pojavljale tudi pobude za korenitejše in celovitejše strateške pristope k prenovi poslovanja.

Za lažjo digitalno preobrazbo so podjetjem na voljo številna digitalna orodja, ki služijo za oceno digitalne pripravljenosti podjetja. Na podlagi te ocene se podjetje potem dosti lažje odloči katera strategija preobrazbe je za njih najprimernejša.

Orodja za ocenjevanje digitalne pripravljenosti so namenjena za pomoč pri ugotavljanju, kje vaše podjetje posluje dobro in kje se lahko vaše podjetje izboljša, ko gre za digitalno zrelost.

Svojo digitalno zrelost in pripravljenost lahko ovrednotite glede na 7 ključnih stebrov digitalne preobrazbe:

1. **Stranke** – kako komunicirate s svojimi strankami in digitalnimi kanali, ki jih uporabljate.
2. **Operacije** – katere sisteme in administrativno tehnologijo uporabljate.
3. **Podatki in analitika** – kako zbirate in uporabljate podatke za odločanje.
4. **Tehnologija** – katero strojno opremo, programsko opremo, naprave in platforme uporabljate.
5. **Tveganje, zasebnost in kibernetska varnost** – kako varujete podatke ter kakšne politike in postopke imate.
6. **Digitalne zmogljivosti in kultura** – kakšne digitalne veščine imate vi in vaša ekipa.
7. **Digitalna strategija in inovacije** – vaše načrtovanje, naložbe in sodelovanje v tehnologiji.

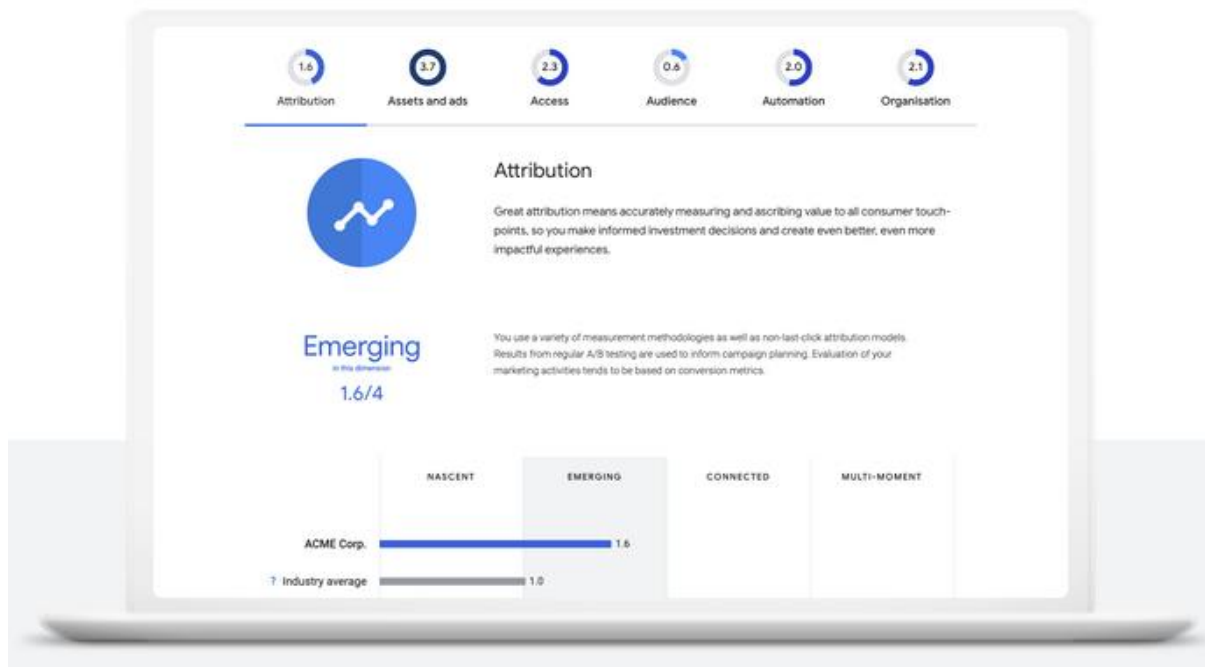
Trenutno se na trgu ponuja veliko različnih orodij, ki so primerna za oceno digitalne pripravljenosti podjetja. V nadaljevanju navajamo 2 praktična primera, vsako podjetje pa si mora seveda samo izbrati ustrezno orodje in izvajalca, ki mu bo ustrezalo.

Orodje »Digital Maturity Benchmark«

<https://digitalmaturitybenchmark.withgoogle.com/en/advertisers/>

»Digital Maturity Benchmark« je diagnostično orodje, razvito na podlagi naše poglobljenih raziskav pri podjetjih. Orodje analizira, kje je vaše podjetje na poti do popolne digitalizacije in atribucije na podlagi

podatkov. Nato ustvari prilagojeno, posvetovalno, interaktivno poročilo. To primerja vašo organizacijo z drugimi v vaši panogi in daje tako strateška kot taktična priporočila, ki vam pomagajo pri pripravi ustrezne strategije za vašo digitalizacijo.



Orodje »PROPULSION – DMAT tool«

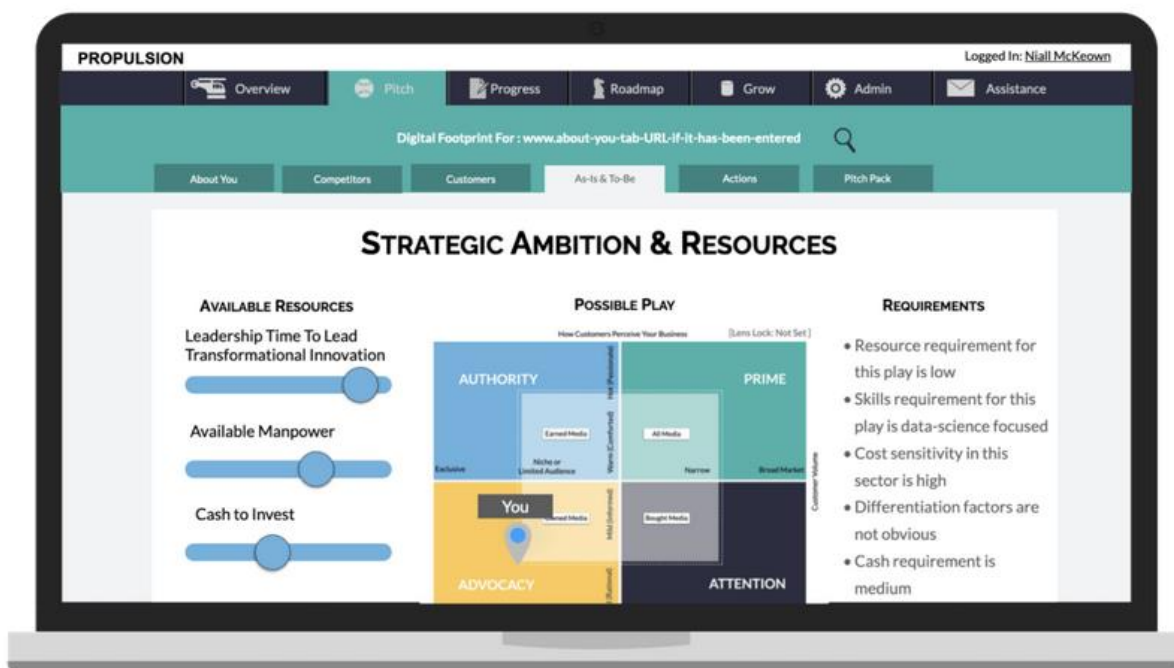
<https://www.ionology.com/digital-maturity-assessment-tool/>

Orodje analizira vidne "valove digitalnih inovacij", ki jih izraža podjetje v svojem digitalnem poslovanju in meri tudi kako podjetje oblikuje svoj trg.

Orodje ponuja odlične vpoglede in predlaga "digitalne modele" za podjetja, da bi lahko izboljšala svojo konkurenčnost. Predstave so preslikane v napredne okvire digitalne transformacije, ki so zasnovani za vodje, menedžerje in odločevalce. Ocena, ki vam jo ponudi orodje Propulsion je veliko globlja in uporablja napreden pogon AI za napovedovanje dogajanja v podjetju s preslikavo ključnih značilnosti glede na poglobljene ugotovitve raziskav.

Z orodjem si zagotovite jasne korake z integriranimi okviri za digitalno transformacijo:

- Povezave z razširjenimi ogrodji digitalne transformacije in priročnikom,
- Pogon je osrednje orodje, ki se uporablja pri usposabljanju svetovalcev za digitalno preobrazbo,
- Popolno orodje za ustvarjanje uvodnih pogovorov, ki se nanašajo na stranko,
- Preprost pripomoček, ki strankam pomaga pripeljati na preverjeno pot digitalne preobrazbe.



2.2 Digitalna orodja v podporo procesu nabave;

Prednosti orodij in tehnologij za nabavo

Izboljšana vidljivost porabe in nižji stroški

Uporaba digitalne tehnologije za nabavo omogoča strukturiranje porabe med dobavitelji in omogoča sledenje vsemu na centralni lokaciji. Ne samo, da nam to omogoča, da izkoristimo obseg za znižanje stroškov, ampak tudi analitika porabe olajša iskanje priložnosti za stalno znižanje stroškov. Poleg tega smo bolj opremljeni za upravljanje tveganj, sledenju svojim prodajalcem in uporabi kazalnikov dobaviteljev, kar pomaga povečati produktivnost in dodatne prihranke.

Če imamo vse transakcije v centralni bazi podatkov, je lažje poročati o zahtevkih, nakupih, naročilih in plačilih računov. Z lahkoto lahko vidimo kateri oddelki v podjetju naročajo in prejemaajo največ blaga, ali ostajajo v okviru postavljenih omejitev porabe.

Ti podatki omogočajo sprejemanje bolj informiranih odločitev, kar zagotavlja, da pazimo na ravnotežje med potrebami podjetja in tem kar podjetje porabi za izpolnitev teh potreb.

Globalna e-naročila

Ker orodja za nabavo podpirajo več valut, jezikov in logističnih izbir, ima podjetje možnost enostavnega pridobivanja blaga in storitev iz katerega koli dela sveta. Uporaba internetnih aplikacij za javna naročila nas poveže z dobavitelji po vsem svetu, kar nam omogoča širšo izbiro izdelkov, storitev in dobaviteljev.

Boljša operativna zmogljivost

Ker tehnološke rešitve za e-naročanje omogočajo avtomatizacijo številnih notranjih procesov, vključno z oceno dobavitelja in sledenjem naročilom, lahko podjetje deluje učinkoviteje. Več kot lahko naredimo brez človeškega posredovanja, manj je prostora za večje napake. In več kot lahko storimo brez človeka, več časa imajo ljudje, da se osredotočijo na naloge, ki jih ni mogoče avtomatizirati, kot je na primer strateško iskanje virov ali upravljanje pogodb.

Standardiziran potek dela

Uporaba tehnologije elektronskega javnega naročanja ustvarja sistem, ki standardizira poteke dela in zmanjšuje potrebo po odstopanju od procesa, kar ustvarja večjo učinkovitost procesa. Premik sistema v splet omogoča hitro in enostavno sklicevanje na podatke, ki jih potrebujemo – naj gre za kontaktne podatke prodajalca, pogodbo, naročilo ali ponudbo dobavitelja.

Transakcije se usmerjajo po pravih kanalih, s čimer se izvede ustrezna odobritev, da se zagotovi, da so naročila oddana pri pravih prodajalcih v skladu s trenutnimi pogodbenimi pogoji, s čimer se zagotovi, da ne bodo nakupi izvedeni izven pogojev pogodbe.

Poenostavljeni procesi

Tehnologija nabave omogoča elektronsko shranjevanje dokumentov, kar poenostavlja številne postopke. Čas obravnave posla se skrajša, ker so predloge za večkratno uporabo zlahka dostopne. V sistemu so shranjene tudi pogodbe in naročila, zato iskanje starejših dokumentov traja manj časa. To pospeši preverjanje skladnosti s pogodbo in zmanjša možnost napak.

Z orodji za nabavo lahko avtomatiziramo postopek od naročila do plačila (P2P), s čimer poteka vse bolj gladko. Pravočasno plačilo prodajalcem zagotavlja dober delovni odnos in odpira vrata za prihranke v prihodnosti. Računi in naročila so shranjeni v repozitoriju za hiter dostop in boljše vodenje evidenc.

Izboljšana natančnost podatkov

Podatkovni procesi so poenostavljeni, če se obdelujejo elektronsko, s čimer se zmanjša možnost napak. Skladišče dokumentov je enostavno dostopno, s čimer se zagotovi skladnost s pogodbo in zmanjša netočnost podatkov.

Ker je vse v sistemu naročil primerno za preglednost, lahko spremljamo, kdo kaj počne v sistemu. To pomeni, da so vsi odgovorni za svoja dejanja in integriteta podatkov ni ogrožena.

Vidimo lahko, kdo je dal zahtevo, kdo jo je odobril in dovolil, da postane uradno naročilo ter kdaj je bilo naročilo uradno oddano pri prodajalcu itd. Vse je povezano s prejšnjim korakom v dobavni verigi, tako da, ko je naročilo prejeto od prodajalca, ga je mogoče označiti kot prejeto, dati prvotnemu vlagatelju in plačati račun. Sistem tudi olajša obdelavo vračil, če je artikel pokvarjen, napačen ali ni več potreben.

Pri večini orodij za javna naročila se iz sistema ne izbrišejo nobeni zapisi, zato so starejše transakcije vedno na voljo za iskanje, prav tako jih je mogoče tudi arhivirati, tako da ne ovirajo ogledov novejših podatkov o transakcijah.

Notranja integracija

Ker je v celotni organizaciji mogoče implementirati elektronski nabavni sistem, lahko notranji oddelki učinkoviteje sodelujejo ter zmanjšajo ali celo odpravijo asimetrične informacije.

Ustvarjanje standardiziranega postopka odobritve in formalnega poteka dela omogoča upravljanje vsake transakcije na ustrezni ravni avtorizacije. Na primer: oseba po imenu Tadej si lahko naroči novo tipkovnico, vendar ne more oddati naročil za nove strežnike ali prodajalce e-poštnega trženja, ker nima pooblastil za sprejemanje tovrstnih odločitev za podjetje.

Integracija tega postopka v vse notranje oddelke zagotavlja, da lahko vsak dobi tisto, kar potrebuje, kadar to potrebuje, ne da bi moral iti neposredno na nabavo, da bi to zahteval.

Elektronski katalogi

Z uporabo elektronskih katalogov so kupci povečali vpogled v izdelke, ki so na voljo za naročanje ter v informacije o cenah. Ker ti katalogi postajajo vse bolj priljubljeni, dobavitelji začenjajo ponujati bolj standardiziran izdelek, kar nam olajša primerjavo enakih izdelkov pri različnih dobaviteljih in tako poskrbimo, da dobimo najboljšo možno ponudbo.

Skupine za nabavo lahko dodajo določeno število artiklov v sistem iz teh katalogov kot odobrene artikle. Nato, lahko vsak, ki ima pooblastilo za naročanje artiklov zase ali za svoj oddelek, uporabi sistem zahtevkov in spletnega naročanja z namenom, da zahteva te predmete, pridobi odobritev potrebnih članov osebja in prejme predmete, ki jih potrebuje.

To osvobodi nabavne organizacije, tako da jim ni treba skrbeti za transakcije nizke vrednosti, kot so predmeti za vsakodnevne pisarniške funkcije, kot sta papir in črnilo za tiskalnice, in se zato lahko osredotočijo na strateško iskanje virov in upravljanje odnosov z dobavitelji.

Za največji uspeh morajo podjetja uporabljati popolnoma integriran pristop e-naročil, ki obravnava vse, od hierarhije zahtevkov in odobritev do obdelave naročil in plačila računov, skupaj z zbirko podatkov za informacije o dobaviteljih, kot so RFI, pogodbe in evidenca uspešnosti. Za razvoj popolnega sistema bo morda potrebnih več kot en modul v ERP, vendar prehod le dela sistema na elektronsko tehnologijo ne bo prinesel največ koristi.

Medtem ko bo prehod na sistem e-naročil od nas zahteval vlaganje časa, denarja in truda, bomo pogosteje ugotovili, da so možni prihranki stroškov, zaradi česar je naložba vredna.

Zagotovo se splača porabiti denar za orodja in tehnologijo za nabavo, ker bomo na ta način bolj produktivni. S povečano učinkovitostjo bomo lahko videli skoraj takojšnjo spremembo v poteku dela. Dolgoročno pa bomo opazili znižanje stroškov, kar nam omogoča, da več svojih sredstev usmerimo v strateške pobude, katerih cilj je povečati rast podjetja.

Kaj delajo orodja za e-naročila?

Glavni cilj novega orodja bi moral biti, da si z njim olajšamo življenje. Postopek nabave vključuje veliko gibljivih delov: naročila nabave, podrobnosti dobaviteljev, upravljanje proračuna in dejanske nakupe. Prizadevati si moramo upravljati čim več teh korakov z enega samega mesta - platforme za nabavo. Običajno je to lažje reči kot narediti. In bolj kot se podjetje zanaša na javna naročila, bolj bo potrebovalo pomoč.

Spodaj je navedenih osem posebnih orodij. O njih lahko razmišljamo na dva načina:

- Platforme čiste nabave. Te so tukaj, da se ukvarjajo z nabavami in v bistvu z ničemer drugim. To je lahko zelo koristno za podjetja z namensko ekipo za nakupe in zapletenimi procesi, ki jih je trenutno težko upravljati.
- Orodja, ki obravnavajo nabavo kot del naših drugih poslovnih procesov. Veliko podjetij – morda večina – dejansko ne potrebuje orodja samo za e-naročila. Namesto tega, potrebujejo nekaj, kar jim bo pomagalo pri obvladovanju vrste izzivov ali procesov, pri čemer sta nabava in naročila en tak primer.

Potrebno si je vzeti trenutek in razmisliti, v katero kategorijo spada podjetje. Ali je podjetje veliko in mora kupiti veliko zalog, z ekipo ali osebo, ki v bistvu ne počne ničesar drugega? Ali pa ima podjetje nenavadne in zelo zapletene izzive pri nabavi? Če je tako, potem verjetno podjetje potrebuje orodje samo za to.

Kaj iskati v sistemu e-naročil

Na trgu je ogromno orodij. Nekatera orodja morda niso na voljo tam, kjer je podjetje ali pa so zaradi cene izven dosega. Tako bo podjetje skoraj zagotovo moralo nakupovati. Pomembno je vedeti, kaj dejansko podjetje potrebuje. Spodaj je navedenih nekaj stvari, ki jih podjetje mora imeti za dobro rešitev e-naročanja.

1. Avtomatizacija

Avtomatizacija je bistvo sodobnih poslovnih orodij. Avtomatizacija javnih naročil bi morala vključevati potek dela za obdelavo naročil, prejemanje odobritev od menedžerjev in vodilnih delavcev ter preprosto sledenje, ki preprečuje vnos podatkov. V bistvu bi morala dobra platforma odstraniti vse najslabše dele upravljanja e-naročil.

2. Nadzor proračuna in porabe

Poleg samih plačil je najpomembnejši del vodenja e-naročil poročanje. Vedno moramo vedeti, koliko bomo porabili pri katerem dobavitelju in biti sposobni optimizirati stroške, kjer je le mogoče. Torej, če bomo vlagali v orodje, mora biti to boljše od trenutnega excel lista.

Poiskati moramo orodja, ki zagotavljajo:

- Nadzor v realnem času: vključno s sredstvi, ki še niso zapustila našega bančnega računa, vendar smo jih že namenili za določeno zadevo.
- Proračuni ekip in projektov: zelo jasno moramo vedeti, katere ekipe porabljajo in zakaj.
- Primerjave s prejšnjimi obdobji: vedno je dragoceno videti, ko se poraba poveča ali upočasni v primerjavi z zadnjimi meseci ali četrletji.
- Potrebno je predvsem poskrbeti, da imamo te stvari ne da bi morali sami manipulirati s podatki. Biti mora enostaven in na voljo, kadarkoli ga potrebujemo.

3. Sledenje odobritvi

V mnogih podjetjih je vodstvena odobritev običajno sestavljena iz e-poštna verige, ki jo je treba preveriti vsakič, ko se opravi nakup. Kar pomeni več dela za finance. Namesto tega bi moralo orodje za e-naročila vključevati pravila o tem, kdo lahko porabi denar in za kaj. Če je vodja ali izvršni direktor morda ni potrebe po potrjevanju. Ko pa povprečni zaposleni odda naročilo, je treba njegovega vodjo (samodejno) obvestiti in zahtevati, da odobri naročilo, preden naročilo napreduje.

Vse to mora biti zabeleženo in jasno vodji javnih naročil ali finančni skupini. Ker konec koncev ne želimo da bi morali osebno (ali po e-pošti) spraševati ljudi za vsako posamezno naročilo.

4. Enostavno sodelovanje za ekipe

V teoriji nakup pravzaprav ni tako zapleten. Če imamo dobrega dobavitelja in vemo kaj želimo je transakcija precej preprosta. Vendar postane bolj zapleteno, če želimo v proces vključiti druge. Kolegi nimajo enakih izkušenj in znanja o nabavi kot mi sami. Malo verjetno je, da bodo prebrali celoten priročnik za izdelek ali šli skozi dolgočasen postopek vključitve samo zato, da bi izvedli nekaj plačil. Iz tega razloga si vsak želi orodja ali platformo, ki jih bo vodila skozi vsak nakup, v skladu s pravilnikom in brez pretiranega zapletanja.

5. Potrebne integracije

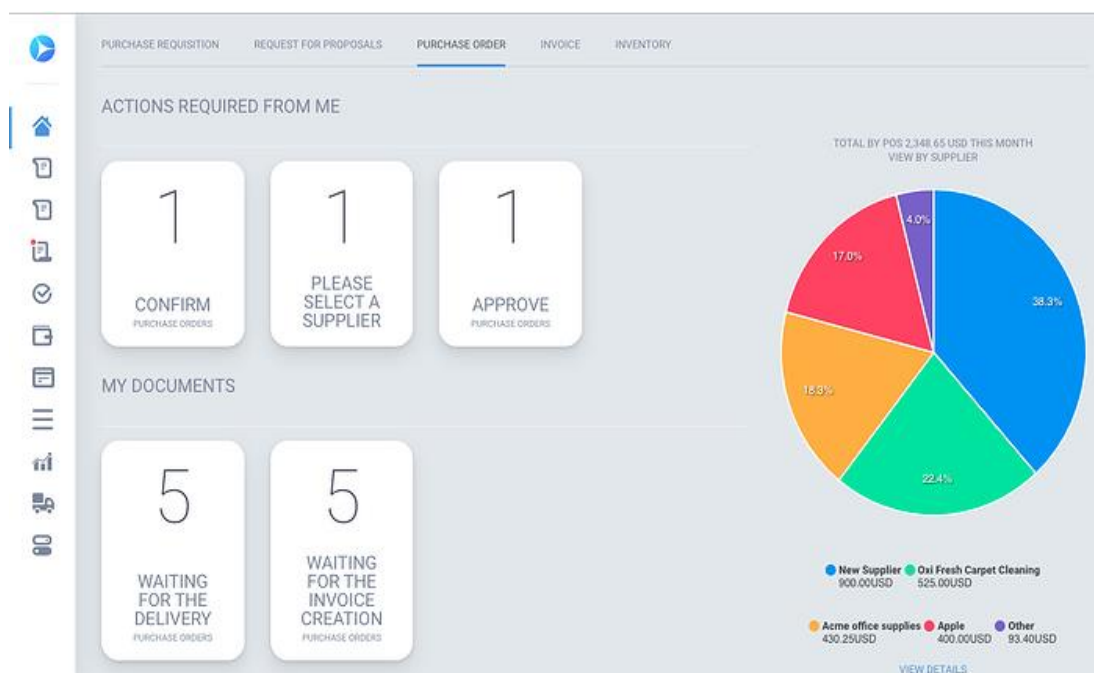
Predno se sčasoma zavežemo k orodju moramo preveriti ali ga bo enostavno povezati z drugimi pomembnimi deli našega finančnega ekosistema.

Devet primerov sistemov vodenja javnih naročil

Ta seznam vsebuje vrsto različnih rešitev za vse vrste podjetij in poslovnih modelov. Nabava je širok koncept, ki je v vsakem podjetju videti drugačen, zato se mora orodje, ki ga izberemo, ujemati z načinom delovanja v našem podjetju.

Precoro – popoln nadzor nad nakupom

Precoro nam pomaga enostavno ustvariti naročilnice po meri, slediti odobritvam upravitelja in vsako plačilo dodeliti ustreznemu proračunu.



Za podjetja z zapletenimi in stalnimi potrebami po naročilu je to zelo dobra možnost.

Vsak načrt Precoro vključuje naslednje:

- Ustvarjanje in dostava naročila
- Zaračunavanje

- Analiza podatkov o porabi
- Potek dela za odobritev
- Proračun v realnem času
- Upravljanje prodajalcev
- Katalog upravljanja
- Trosmerno ujemanje
- Prejemanje

Majhen, a zelo uporaben vidik je zmožnost ustvarjanja 'prostih oblik'. Medtem, ko lahko uporabljamo predloge in poskrbimo, da so stvari preproste, lahko uporabniki v obrazce za naročilo dodajo tudi dodatna polja, da zagotovijo, da so zajete vse pomembne informacije.

To nam omogoča prilagodljivost, ki jo potrebujemo za določene nakupe, hkrati pa ostanemo dosledni in pod popolnim nadzorom.

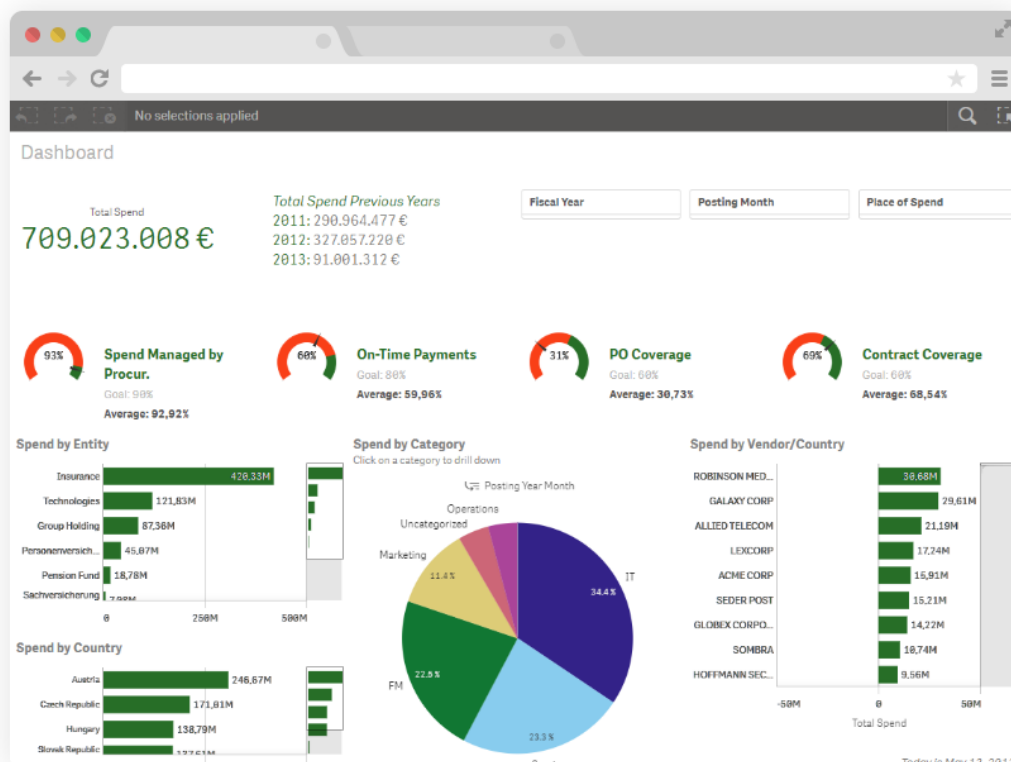
Cene: Načrti se začnejo pri \$29 USD/na mesec na uporabnika.

Promena e-Sourcing - enostavnejši RFQs

Kot že ime pove, Promena podjetjem pomaga pri pridobivanju virov in upravljanju dobaviteljev. In še posebej tistim podjetjem, ki morajo objaviti RFQ (zahteve za ponudbo).

Ko objavimo RFQ, bo Promena obravnavala vsako ponudbo in jih vse lepo organizirala. To je zamuden (in zato drag) vidik delovnih mest številnih nabavnih skupin.

Od tam naprej Promena vodi proces vse do poročanja:



To je hkrati koristen način za enostavno upravljanje vsakega nakupa in tudi zmogljivo orodje, da se ozremo na nedavno porabo in vidimo, kam je šel naš denar. To omogoča finančnim in nabavnim skupinam, da so tako visoko delujoče kot tudi osredotočene na prihodnost.

Cena: Promena e-Sourcing ponuja ponudbe po meri.

TradeGecko – dobro voden inventar

TradeGecko je sistem za upravljanje zalog, ki pomaga povezati svojo dobavno verigo s strankami. Idealen je za "večkanalne ali več-regionalne veletrgovce ali distributerje", kar pomeni podjetja, ki e zanašajo na redni nakup in prodajo zalog.

Upravitelj lahko obdela naročilo, pošlje ponudbe in jih izpolni, ko so plačane. Kar je res dobro pri tem sistemu, je, da ne potrebuje dodatnega računovodskega sistema za izdajanje računov in sklepanje poslov – podjetje obdeluje in spremlja plačila z iste platforme, kjer je bilo naročilo oddano.

Za podjetja, ki morajo predvsem upravljati zaloge, ima TradeGecko nekaj uporabnih funkcij:

- Samodejno naroča nove izdelke, ko jih potrebujemo,
- Sledi delno izpolnjenim naročilom, še posebej, če so zamujena zaradi pomanjkanja zalog,
- Povezuje se z našimi drugimi orodji, da nam zagotovi en vir podatkov.

Orodje ima celo e-trgovino, ki olajša življenje tako nam, kot našim veleprodajnim strankam.

Cena: Načrti se začnejo pri 39 USD/na mesec

Orderhive – Nabava za podjetja, ki se ukvarjajo z e-trgovino

Podobno kot pri TradeGecko je tudi OrderHive spletni sistem za upravljanje zalog. To orodje je posebej namenjeno trgovcem na drobno v e-trgovini – podjetjem, ki prodajajo blago prek spleta neposredno potrošnikom.

Vključuje široko paleto funkcij, vključno z:

- Upravljanje naročil in zalog
- Sledenje nakupom (vključno s sistemi črtne kode)
- Upravljanje skladišč in vračil
- Računi in plačila
- Analitika in poročanje

Deluje z vsako večjo platformo za e-trgovino, vključno z eBay, Amazon, Shopify in Etsy. To je cenovno ugodnejša možnost od mnogih drugih na tem seznamu.

Za vitka podjetja, ki prenašajo veliko delnic na splet, je to odlično orodje za raziskovanje.

Cena: OrderHive ponuja 15-dnevno brezplačno preskusno obdobje. Plačljivi načrti se začnejo pri 49 USD/na mesec.

Oracle Procurement Cloud – Rešitev ERP

Za podjetja na koncu spektra "polnega obsega ERP", je težko pogledati mimo Oraclovih orodij za nabavo. Te so dejansko sestavljene iz šestih zmogljivosti:

- Nabava: avtomatizirano naročilo za plačilo
- Samopostrežna naročila: upravljanje zahtev zaposlenih za blago in storitve
- Nabava virov: povečanje prihrankov in skrajšanje časa pogajanj
- Pogodbe o javnih naročilih: poenostavljanje postopkov in zagotavljanje skladnosti dobavitelja
- Portal dobaviteljev: sodelovanje neposredno z dobavitelji
- Upravljanje kvalifikacij dobavitelja: ocenjevanje tveganja dobavitelja in ogled vse dejavnosti v celotnem življenjskem ciklu odnosa.

To predstavlja veliko nove moči za podjetja z resnimi nabavnimi potrebami. To ni za povprečna mala in srednje velika podjetja, ki iščejo malo avtomatizacije ali hočejo dodati strukturo. Bolj verjetno bi se odločili za Oracle Procurement Cloud poleg nekaterih drugih tehnologij ERP. Te bi lahko vključevale rešitve za finančni oblak, spremljanje uspešnosti ali rešitve za upravljanje tveganj.

Če pa je podjetje na koncu spektra in želi vzpostaviti robusten, trajen sistem upravljanja e-naročil, je Oracle lahko fantastična možnost.

Cena: celoten paket Procurement Cloud je 625 USD na uporabnika/na mesec

Spendesk – Več nadzora nad vso porabo podjetja

Vsako podjetje ne potrebuje celovitega ERP-ja. In če tudi je to načrt za prihodnost, lahko traja leta, da bo sistem deloval nemoteno in zanesljivo.

Za srednje velika in rastoča podjetja so običajno bolj ostale nujne stvari, ki jih morajo skrbeti. In glavno med njimi je enostavno in pametno plačevanje zalog, še posebej, če obstaja vrsta različnih dobaviteljev, ki pričakujejo, da bodo plačani različno.

Spendesk podjetjem ponuja možnost plačila s predplačniškimi karticami (vključno s prilagodljivimi omejitvami glede na porabnika), orodja za obdelavo zbiranja in plačevanja računov dobaviteljem ter virtualne kartice za varnejše spletne nakupe.

In ne glede na to, kako plačamo, bomo vedno imeli:

- Zabeležena vodstvena soglasja,
- Obvestila za zagotovitev, da so plačila opravljena, in sledenje dokazil o nakupu,
- Nakupe, ki se ujemajo s proračuni ekipe v realnem času,
- Vso porabo podjetja na enem mestu, vključno s stroški in drugo diskrecijsko porabo.

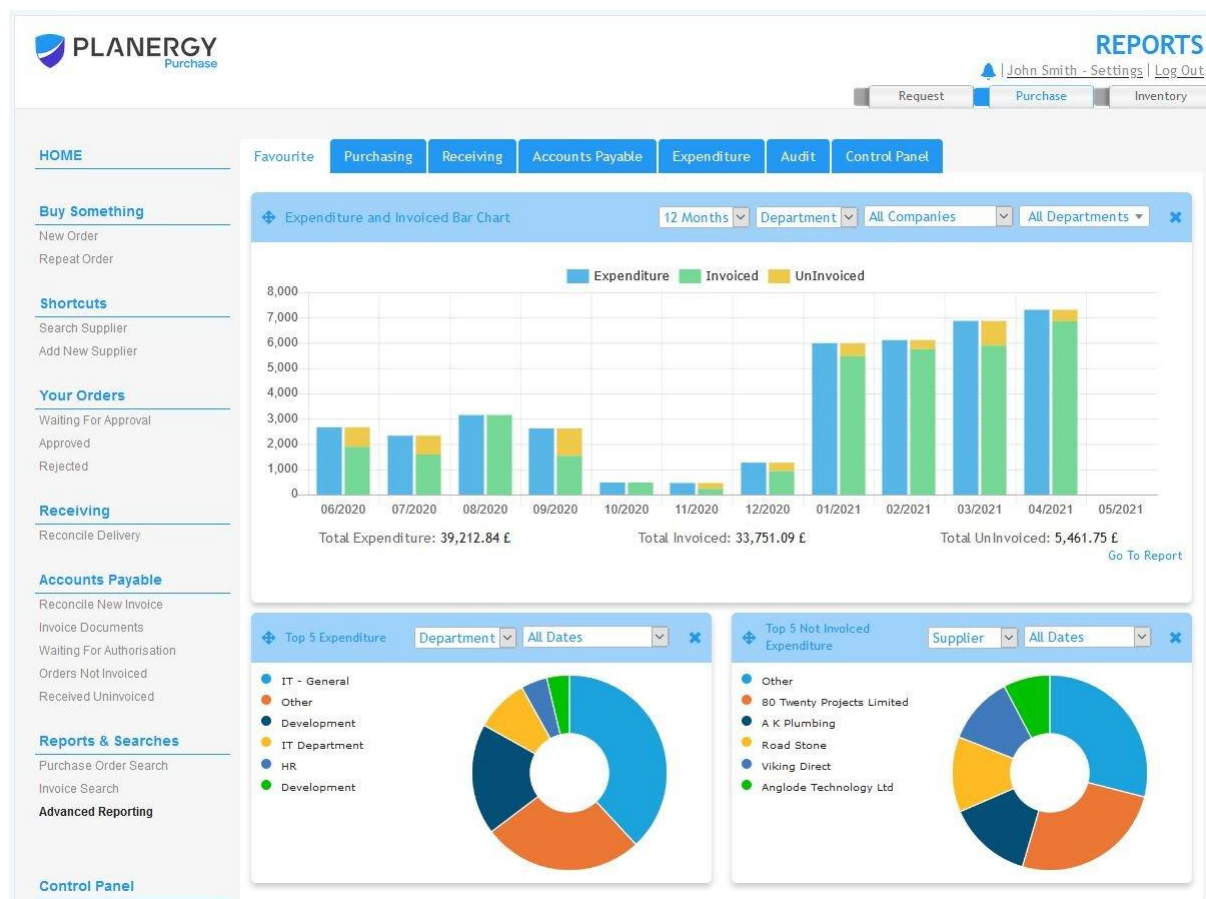
To je idealna možnost za hitro premikajoče ekipe, ki tudi potujejo ali veliko plačujejo naročnine. Vso to porabo želimo enostavno nadzirati, brez dodajanja novih in zapletenih orodij za vsako vrsto plačila.

Cena: Spendesk ustvari ponudbe po meri, ki ustrezajo vsem vrstam podjetij

PLANERGY – popolno upravljanje plačil podjetja

Tako kot Spendesk je tudi PLANERGY platforma za upravljanje porabe. Medtem, ko se Spendesk osredotoča na to, da so plačila enostavna za vse, PLANERGY počne enako za naročila.

Omogoča nam ustvarjanje proračunov oddelkov in omejitev porabe, vnaprej odobrenih dobaviteljev in nakupov ter celo nastavitve navodil za dostavo ob nakupu.



Rezultat tega so veliki prihranki kot so:

- Čas: ni več ročne obdelave naročil in lahko upravljamo nakupe za celotno podjetje po vsem svetu.
- Poslabšanje: imamo manj nezdržljivih naročil in na splošno manj napak.
- Denar: preprečevanje, da bi nas neodobreni nakupi preganjali, lahko pa tudi iščemo priložnosti za varčevanje.

Zasnovan je tako, da je enostaven za uporabo za vse v procesu – kar je mogoče največja prednost od vseh.

Cena: od 14,99 USD na uporabnika/na mesec

Gatekeeper – upravljanje pogodb in dobaviteljev

Gatekeeper je zgrajen tako, da pomaga upravljati odnos med podjetjem, njegovimi zaposlenimi in zunanji dobavitelji. To stori zahvaljujoč dvema različnima platformama:

- Portal za dobavitelje: to omogoča dobaviteljem da nastavijo lasten profil in vnesejo potrebne podatke, kar nam kasneje prihrani čas in trud.
- Portal za zaposlene: obravnava interne zahteve zaposlenih in olajša sodelovanje z ekipami.

Kot pri vseh orodjih na tem seznamu je tudi pri tem orodju cilj avtomatizirati in digitalizirati vrsto procesov, ki se tradicionalno izvajajo ročno. Gatekeeper ponuja odlično mešanico prilagodljivih delovnih tokov in predlog, pripravljenih za uporabo, da to uresničimo.

Cena: od 695 USD/ na mesec

Veeqo – upravljanje zalog za maloprodajne blagovne znamke

To orodje je namenjeno za določeno vrsto poslovanja. Maloprodajne blagovne znamke imajo morda težje nabavne potrebe kot večina drugih. Nenehno naročajo in ponovno naročajo zaloge, veno imajo v mislih hitrejši obrat in večje marže.

Zato maloprodajne blagovne znamke (in določene spletne trgovine) uporabljajo Veeqo za upravljanje zalog. Orodje dejansko pomaga pri napovedi nakupov in zalog ter pri upravljanju naročil, da zagotovijo, da stranke vedno pravočasno dobijo, kar potrebujejo.

Če potrebujemo le orodje za sledenje nabavam, je Veeqo verjetno presežek zahtev. Če pa želimo vključiti naročila, pošiljanje in ohraniti en vir absolutne resnice za našo e-trgovino, je to lahko programska oprema za nas.

Cena: od 180 USD na uporabnika/na mesec

2.3 Digitalna orodja v podporo procesu prodaje in marketinga

Za uspeh v prodaji je potrebno veliko truda, vztrajnosti in zagona, svoje stranke pa morate dobro poznati. Pogosto pride do zavrnitve in to vas ne sme zvesti in vam vzeti motivacije. Vedeti morate, kdaj govoriti in kdaj utihniti, predvsem pa obstaja v pomoč ogromno pametnih prodajnih orodij.

Dejstvo je, da človeški element prodaje nikoli ne bo izginil. Je pa še eno dejstvo, prodaja je težka! Ko gre za programsko opremo za prodajo, je na tisoče možnosti, ki vam bodo olajšale življenje prodajnega strokovnjaka. Ni vam več treba opravljati ročnih opravil, kot je spremljanje e-poštnih sporočil enega za drugim. Obstaja veliko orodij za iskanje prodaje in programske opreme za upravljanje prodaje, ki pomagajo avtomatizirati ročna opravila in hkrati prilagajati doseg. Torej, če tehnologija izboljša proces ali pomaga skleniti več poslov, jo dodajte v svoj seznam prodajnih orodij in enostavno začnite delati.

Na trgu je ogromno prodajnih orodij. Potencialna korist, ki jo ta orodja lahko prinesejo podjetju je lahko zelo velika, vendar je izbira pogosto zelo mukotrpna, saj si je potrebno vzeti dovolj časa za pregled in odločitve. V ta namen smo opravili nabor dobrih praks in skozi analizo izbrali nabor koristnih orodij, tako da lahko porabite manj časa za raziskovanje in več časa za prodajo. Pri opisu v nadaljevanju tudi opozorimo kdaj katera od platform ponuja brezplačno različico.

Potrebno se je zavedati, če je CRM edino tehnološko orodje, ki ga trenutno uporabljate, vas bodo vaši konkurenti verjetno prehiteli. V zadnjih nekaj letih je bil skoraj vsak vidik prodaje – od ustvarjanja potencialnih strank do upravljanja pogodb – obrnjen na glavo zaradi napredka v tehnologiji v oblaku, umetne inteligence, analitike podatkov in avtomatizacije procesov. Zato smo v tem dokumentu sestavili seznam programske opreme za upravljanje prodaje – da vam pomaga izboljšati, preizkusiti in optimizirati svoj prodajni potencial. Prodajna orodja vam pomagajo vzdrževati tekoči tok, izboljšati meritve uspešnosti vaše ekipe, avtomatizirati dolgočasna opravila ali povzročiti spremembe, ki spreminjajo igro v določenih vidikih prodajnega procesa. Navedba seznama orodij je narejena po abecedi in ne po kakšnem drugem posebnem vrstnem redu, ki bi odražal pomembnost ali priporočljivost.

V nadaljevanju so opisana prodajna orodja katera so razdeljena v naslednje kategorije:

- Orodja za ABS (Account-based Sales) & ABM (Account-based Marketing) prodajne modele
- Orodja za poslovno analitiko in nadzorne sisteme
- Orodja za informiranje kupcev
- Orodja za komuniciranje/konference
- Orodja za skupno rabo in upravljanje vsebin
- Orodja za upravljanje življenjskega cikla pogodbe
- CRM orodja (Sistemi za upravljanje odnosov s strankami)
- Orodja za podatkovna omrežja
- Orodja za upravljanje e-pošte
- Orodja za pridobivanje potencialnih strank
- Orodja za upravljanje uspešnosti prodaje
- Orodja za povezovanje s kupci
- Orodja za prodajno angažiranost
- Orodja za prodajno in tržno inteligenco

Orodja za ABS (Account-based Sales) & ABM (Account-based Marketing) prodajne modele

ABS je strateški prodajni model, pri katerem se prodaja blaga ali storitev izvaja ozkim segmentom ciljne skupine ali specifičnim odločevalcem. V tipičnem konceptu ABS prodajno podjetje oblikuje ciljno skupino, nato pa jo razdeli na ozke segmente katerim se izvaja prilagojeni način prodaje.

ABM je strateški pristop k poslovnemu trženju, ki temelji na »Key Account Marketing« konceptu, v katerem organizacija obravnava in komunicira z individualnimi potencialnimi strankami ali računi strank v obliki enega tržnega segmenta. Ta model se običajno uporablja v prodajnih organizacijah na ravni podjetja.

Strateški pristop podjetjem pomaga pri:

- Sodelovanju preden pride do posla in omogoča večje posle
- Usklajevanju marketinške dejavnosti s prodajno strategijo
- Pridobivanju najboljše vrednosti v procesu trženja
- Navduševanju stranke s prepričljivo vsebino
- Identificiranju posebnih stikov v določenih podjetjih, znotraj določenega trga
- Povečevanju ustreznosti izbrane strategije

Demandbase

<https://www.demandbase.com/>

Strokovnjaki za B2B prodajo potrebujejo temeljito razumevanje vsake organizacije s katero sodelujejo, še posebej ko gre za hierarhijo odločevalcev, ki odobravajo nakupe. Demandbase se osredotoča na to nišo in zagotavlja nabor prodajnih rešitev, ki temeljijo na pridobivanju naslednjih podatkov: 1) pridobivanje CRM podatkov, 2) povezujejo vodje z prihodkovnimi mesti, 3) aktivirajo avtomatizacijo trženja, 4) merijo vpliv na angažiranost in 5) zagotavljajo vpogled v to, kako najbolje dati prednost uporabi podatkov v realnem času in upoštevanju umetne inteligence.

Lucidchart Sales Solution

<https://www.lucidchart.com/pages/solutions/sales>

Lucidchart Sales Solution je sodobna platforma za načrtovanje prodaje, ki usklajuje prodajno ekipo in služi kot načrt za učinkovitejše usklajevanje, komunikacijo in izvajanje ABS in ABM prodajnih strategij. Prodajne ekipe lahko s prodajno rešitvijo Lucidchart prodajajo in premagujejo probleme z večjo doslednostjo in učinkovitostjo.

PFL

<https://www.pfl.com/>

Pospeševanje prodajnega cikla naj poteka tako, da se vzpostavi močnejša povezava in avtomatizira prizadevanja za doseg cilja. PFL ponuja nabor prodajnih in trženjskih rešitev, ki pomagajo skleniti več poslov, oživiti zastoje, hiperpersonalizirati e-poštne kampanje in zagotoviti osupljivo vsebino, zasnovano za spodbujanje doseganja kazalnikov konverzij in zvestobe.

Prelay

<https://www.prelay.com/>

Od koncepta (POC – proof of concept) do preizkusov in pilotov, prodajna platforma Prelay poenostavi najbolj zapletene prodajne procese v organizaciji. Usklajevanje dogovorov in komunikacija sta organizirana znotraj ene namensko zgrajene platforme, ki je integrirana z drugo ključno programsko opremo, ki se uporablja v podjetju za spremljanje poteka poslovanja. Zahvaljujoč centraliziranemu sledenju, nadzoru in učenju imajo prodajni vodje boljši vpogled v to, kako učinkovito izkoriščajo svoje vire v delovni skupini in presegajo cilje, z namenom da lahko ponovijo uspešne procese. Vse to na koncu omogoča prodajni ekipi, da lahko sproti rešuje morebitne tehnične izzive, sklene več poslov in ustvari več prihodkov.

Revegy

<https://www.revegy.com/>

Načrtovanje je pomemben vidik prodajnega procesa, vendar mnoga podjetja ne uspejo uresničiti njegovega potenciala za povečanje prihodkov s sprejemanjem površnih prodajnih strategij. Revegy pomaga racionalizirati, avtomatizirati, povečati in spremljati prodajne postopke, da zagotovi ekipam dragocen vpogled za izkoriščanje čimvečje vrednosti odnosov s strankami v vseh fazah prodajnega procesa. Platforma Revegy je namenjena za določanje področij ki predstavljajo probleme strankam, prepoznavanju potencialne stranke z visoko vrednostjo in povečanju poslovanja s ključnimi kupci.

RollWorks

<https://www.rollworks.com/>

RollWorks združuje vzpodbujanje interesa in generiranje potencialnih strank preko B2B procesa s pomočjo izhodne prodajne komunikacije za potrebe identifikacije, sodelovanja in pridobitev potencialnih strank v večjem obsegu. Algoritmi strojnega učenja RollWorks določajo, kdaj je treba poslati e-pošto, začeti nadaljnje aktivnosti ter posredovati nove kvalificirane informacije za potencialne stranke neposredno prodajnim zastopnikom.

Smart Rooms (Journey Sales)

<https://journeysales.com/smart-rooms-product/>

Spodbujanje udeleževanja in doseganja višje prodajne uspešnosti z hitrim pridobivanjem izkušenj, ki jih ustvarimo za svoje stranke. Smart Rooms, ki deluje kot domača funkcija na Salesforce, omogoča prodajni ekipi, da zgradi hiperpersonalizirane in vodene izkušnje, ki pozitivno vplivajo na nakupno vedenje strank. Uporaba platforme z namenom, da se poglobijo obstoječi odnosi s ključnimi strankami in organsko povečajo oglaševalske akcije za nadaljnjo in navzkrižno prodajo.

Terminus

<https://terminus.com/>

Terminus je ABM (Account Based Marketing) programska oprema za trženje, ki prodajnim ekipam omogoča izvajanje trženja v velikem obsegu. Nekatere izmed njihovih najbolj uporabnih funkcij so kampanje za ustvarjanje povpraševanja in pospeševanje prodaje. Oglaševalske akcije lahko ciljajo na različne osebe, faze nakupa, posamezne stranke in druge segmente ciljne publike z uporabo različnih taktik ABM. To tržnikom omogoča enostavno usklajevanje kompleksnih marketinških prizadevanj, spremljanje rezultatov in sprotno optimizacijo kampanj.

Orodja za poslovno analitiko in nadzorne sisteme

6sense

<https://www.aviso.com/>

Pospešuje postopek upravljanja računa z vodilno analitiko na trgu. 6sense doda v prodajni cikel podatkovno vodeno plast, s čimer odklene in daje prednost novim potencialnim strankam v poslovnem sistemu. Uporaba napovedne inteligence 6sense za natančno napovedovanje nakupnega vedenja strank v določenem kontekstu. Sprejemanje odločitev, izvajanje strategije in povečanje učinkovitost na podlagi podatkov, ki temeljijo na inteligenci. Aviso pooblašča predstavnike, vodje računov in menedžerje, da dodajo robustno plast prepoznavnosti in predvidljivosti v vseh vidikih svojih prodajnih dejavnosti – od učinkovitosti poslovnega sistema do določanja prednostnih nalog vodilnih strank. Z združevanjem tehnologije v oblaku, strojnega učenja in znanosti o podatkih Aviso dvigne človeški vpogled na naslednjo uporabno raven.

Bombora

<https://bombora.com/>

Dobro je vedeti, kaj razmišljajo potencialne stranke. Bombora zbira in analizira količine podatkov iz različnih virov, da ugotovi, katere od potencialnih organizacij aktivno iščejo rešitve z vašo blagovno

znamko. Odkrivanje kritičnih informacij o prednostnih potencialnih strankah pri velikosti podjetja, panogi, lokaciji in ključnih nosilcih odločanja.

Clari

<https://www.clari.com/>

Z uporabo umetne inteligence in podatkovne znanosti Clari zagotavlja vpogled v pripravljenost potencialnih strank za nakup, s čimer daje ekipi vpogled in dovolj prostora za natančne ocene in odločno ukrepanje v fazi priložnosti za zaključek prodajnega cikla. Uporaba Clari orodja za oblikovanje natančnih napovedi in določitev specifičnih področij, na katera bi se morali prodajalci osredotočiti, da bi izboljšali veščine, popolne predstavitve in pridobili posel.

ClicData

<https://www.clicdata.com/solutions/role/sales-manager/>

Biti prodajna ekipa, ki temelji na podatkih, pomeni, da se prodajnim predstavnikom in menedžerjem omogoči spremljanje ključnih informacij, ki poganjajo podjetje, kot so prodajni sestanki, prodajni cikli, zadovoljstvo strank ali izhodne dejavnosti. To zahteva orodje poslovne inteligence za centralizacijo in združevanje podatkov iz sistemov CRM, LMS, telefonije ali VoIP. To počne ClicData. Potrebno je zgraditi nadzorne plošče KPI po meri, dinamične in sprotne ter jih deliti z vsakim prodajnim zastopnikom ter takoj začeti izboljševati svoj prodajni proces. Če zgradite en sam vir resnice, boste lahko učinkoviteje upravljali svoj poslovni sistem in ustvarili več prihodkov.

Crystal

<https://www.crystalknows.com/>

Ko se potencialni stranki prvič pošlje e-pošto, se z njo pogaja ali vodi kakšen pomemben pogovor, je ključnega pomena, da se jo razume. Crystal uporablja umetno inteligenco za napovedovanje osebnosti kogar koli na podlagi njihovega spletnega odtisa, kar pomaga pisati in govoriti z najučinkovitejšim slogom.

Datahug (SAP Sales Cloud)

<https://www.sap.com/acquired-brands/what-is-datahug.html>

Včasih sam postopek uporabe orodij, ki pomagajo pri prodaji, vzame dragoceni čas, ki bi ga sicer lahko porabili za sodelovanje s strankami, usposabljanje ali sklenitev poslov. Ironično, vendar je to pogost pojav v digitalni prodaji. Datahug odpravlja to težavo z avtomatizacijo številnih ročnih procesov, ki jih običajno potrebujemo za izvajanje v prodajnih orodjih, kot so CRM. S samodejnim zaznavanjem in analizo prodajnih dejavnosti, pridobljenih iz e-pošte, koledarjev, CRM-jev in drugih virov, Datahug poveča hitrost prodaje in produktivnost ekipe ter poveča stopnjo zmage v povprečju za več kot 20 %.

Domo

<https://www.domo.com/>

Domo zbira podatke v vseh oddelkih, da zagotovi statistične analize in uporabne vpoglede, ki lahko premaknejo iglo na vsako pomembno metriko. Prilagajanje orodja Domo za zagotavljanje lahko razumljivih vizualizacij podatkov, izboljšanje sodelovanja v celotni organizaciji, odkrivanje novih priložnosti ali zagotavljanje podatkov na podlagi inteligence za hitrejša in pametnejša odločitve.

Geckoboard

<https://www.geckoboard.com/>

Ekipe, ki niso osredotočene, bodo prisiljene ostati na pravi poti z uporabo Geckobardove TV nadzorne plošče v živo, ki prikazuje mantro in meritve, ki so pomembne. Uporaba ostre in privlačne vizualne slike Geckoboard, z namenom da bodo vsi seznanjeni s svojo vlogo pri doseganju dnevnih in dolgoročnih ciljev. Spremljanje ključnih kazalnikov uspešnosti in izvajanje kritične prilagoditve v realnem času. Preprečevanje motenj in osredotočenost članov ekipe na doseganje visoke učinkovitosti.

InsightSquared

<https://www.insightsquared.com/>

Kot že ime pove, InsightSquared poslovno obveščanje obdelava v uporabni vpogled, ki pomaga premakniti iglo na uspešnost prodajne ekipe. InsightSquared prevzame podatke iz CRM-ja ter ustvari poročila in vizualizacije, ki pomagajo pri sprejemanju pametnih odločitev – od izboljšav prodajnega procesa do prilagoditve usposabljanja za prodajno ekipo. Uporaba orodja InsightSquared je z namenom, da pospešimo tempo, s katerim je mogoče iz CRM-ja pridobiti uporabne podatke o prihodkih, kot so zgodovinski trendi in napovedni rezultati.

Mediafly

<https://www.mediafly.com/valuestory-value-selling-roi-tco-calculators/>

Večina odličnih prodajalcev dobro razume donosnost naložbe in skupne stroške lastništva (TCO) svoje rešitve. Učinkovito sporočanje te vrednosti je druga zgodba. Ko gre za predstavitev vrednosti ekonomskim kupcem, zapletene preglednice ne uspejo. Zgodba o vrednosti prodajalcem omogoča interaktivne kalkulatorje ROI, primerjave izdelkov in primerjalne ocene, ki dolgočasno preglednico spremenijo v skupen pogovor o vrednosti.

People.ai

<https://people.ai/>

People.ai je na misiji, da postane platforma AI za vse poslovne dejavnosti, ki spodbuja obveščanje o prihodkih in gradi orodja za avtomatizacijo prodaje za povečanje produktivnosti. Začenjajo z reševanjem starodavnega problema usklajenosti prodaje in trženja, a na povsem nov način.

Prepričani so, da je mogoče z uporabo njihovih orodij za avtomatizacijo prodaje (kot je prijava dejavnosti v CRM) imeti več časa v dnevu, da se osredotočimo na tisto, kar je najpomembnejše za podjetje, prodajne in marketinške ekipe pa dobijo podatke, ki jih je treba uskladiti in uspevati.

RingLead

<https://www.ringlead.com/>

Podatkovno razdrobljena prodajna operacija lahko izčrpa znatno energijo in prihodke iz podjetja. Samo podvajanje napora lahko zapravi vire, ki bi jih bilo mogoče uporabiti pri sklenitvah večih poslov.

RingLead odpravlja dvojnike v sistemu prodajne ekipe s samodejnim preverjanjem kakovosti podatkov ob ročnem vnosu, oddaji spletnega obrazca ali uvozu podatkov. Poleg tega RingLead zmanjšuje prodajne cikle z uporabo usmerjanja potencialnih strank na podlagi računa in sistemov za avtomatizacijo RevOps.

Sisense

<https://www.sisense.com/>

Z ogromnimi kopici informacij, ki so na voljo podjetjem, postaneta ekipa podatkovnih znanstvenikov in zmogljivo orodje nujno potrebna. Sisense je popolna platforma za analizo poslovne inteligence, ki lahko zbira in obdeluje vse podatke, razpršene po več virih, in hitro sestavlja poročila o kakovosti odločitev. Sisense, ki je enostaven za uporabo in uvedbo, zmanjša potrebo po iskanju strokovnjakov za IT za kritične analize in vizualizacije zapletenih podatkov.

SpringML

<https://www.springml.com/>

SpringML omogoča ekipi izboljšanje zmogljivosti napovedovanja, optimizacijo delovanja in povečanje prihodka. Samozavestno izvajanje strategije, podprto s napovedno analitiko SpringML.

Tableau

<https://www.tableau.com/>

Tableau je orodje za analizo podatkov in poslovno inteligenco, ki temelji na namizju, enostaven je za uvajanje, prilagajanje, učenje in uporabo. Mnogi uporabniki so odvisni od njegove bliskovito hitre obdelave za ustvarjanje poročil in vizualizacije podatkov. Rezultati tabele so predstavljeni na način, ki izkorišča naravne sposobnosti ljudi, da prepoznajo vzorce ali trende. Uporaba orodja Tableau je smiselna za pridobivanje in združevanje podatkov iz različnih virov pri ustvarjanju zapletenih, a pronicljivih statističnih analiz.

TopOPPS

https://www.xactlycorp.com/?utm_campaign=revenue_operations&utm_medium=website&utm_source=topopps&utm_content=redirect

Povečanje prodajne uspešnosti in prihodkov poslovne ekipe z dodajanjem robustne plasti umetne inteligence in napovedne analitike skupaj s popolno vidnostjo poslovnega sistema v vašem delovnem toku. TopOpps pomaga prepoznati in standardizirati zmagovalno vedenje, hkrati pa poveča natančnost prodajnih napovedi.

TrustSphere

<https://www.trustsphere.com/>

TrustSphere pomaga organizacijam izkoristiti njihovo najdragocenejše premoženje – njihovo skupno mrežo odnosov. Organizacijam omogoča, da odklenejo inherentno vrednost lastnih omrežij z uporabo lastniške platforme za analizo odnosov. Ta bogat nabor analitičnih vpogledov pomaga organizacijam izboljšati ključne poslovne izzive, vključno z vključenostjo delovne sile, učinkovitostjo prodajnih sil in sodelovanjem v celotnem podjetju.

Orodja za informiranje kupcev**Boxxstep**

<https://boxxstep.com/>

Prodaja je zdaj bolj povezana z upravljanjem ljudi kot z upravljanjem priložnosti. Če želijo prodajne ekipe skleniti več poslov, morajo identificirati, razumeti in pomagati celotnim naborom kupcev. Boxxstep je platforma, osredotočena na kupca, ki usklajuje prodajo z nakupom. Platforma pomaga

podjetjem, da se osredotočijo na to, kar vejo o svoji potencialni stranki z načrtovanjem odnosov, kako jim lahko pomagajo z vzajemnimi akcijskimi načrti in kaj mislijo o njih z analizo zmag in porazov.

Orodja za komuniciranje in konferenčne klice

Aircall

<https://aircall.io/>

Čas, ki ga predstavniki porabijo za preklapljanje s CRM na telefonski sistem, klicanje in beleženje zapiskov so izguba časa. Aircall omogoča predstavnikom, da upravljajo vse svoje delovne klice na terenu neposredno iz CRM sistema, vključno z možnostjo avtomatizacije dejanj po klicu. Prav tako odpravlja potrebo po ročnem zapisovanju zapiskov v CRM sistem, tako da lahko predstavniki vso svojo pozornost usmerijo v odlične raziskave, personalizacijo in prodajne pogovore.

Chorus

<https://www.chorus.ai/>

Chorus samodejno snema in prepisuje prodajne pogovore, da ustvari analize in vpoglede, ki pomagajo prodajnim ekipam umeriti svoje pogovore s strankami. Uporaba Chorus platforme za dosledno doseganje kvot in višje stopnje zmag. Platformo se lahko uporablja tudi za vključitev novih najemnikov, ohranjanje spretnosti sodelovanja ekipe in natančno prilagajanje komunikacijskih strategij.

ConnectAndSell

<https://connectandsell.com/>

ConnectAndSell pospešuj proces približevanja strank in premaga omejitve običajnih klicnih programov ter bistveno skrajša čas, potreben za ekipo, da se odzove na dohodne klice potencialne stranke. Z uporabo patentiranih tehnologij za omogočanje prodaje ConnectAndSell obljublja, da bo vsakih nekaj minut vnesel novo ime na seznam potencialnih strank.

Demodesk

<https://www.demodesk.com/>

Demodesk je prvo inteligentno orodje za prodajne in uspešne ekipe. Trenutna orodja lahko delijo samo lokalno namizje, Demodesk pa namesto tega ponuja virtualni zaslon. Ne zahteva nobenih prenosov in samodejno naloži prava spletna mesta in dokumente za predstavitev na začetku sestanka.

Prav tako omogoča delitev nadzora s strankami za skupno brskanje in urejanje brez zamika. Platforma se izvirno integrira z CRM-jem in koledarjem za nemoteno načrtovanje, predajo in beleženje srečanj.

Dialpad

<https://www.dialpad.com/products/sales-dialer/>

Dialpad Sell je platforma za poslovno komunikacijo za sodobne prodajne ekipe, ki izboljšuje klice, medtem ko se ti dogajajo, tako da nudi inštruiranje in pogovorne vpoglede v realnem času.

Ti vpogledi pomagajo predstavnikom skleniti več poslov, menedžerji postanejo boljši trenerji, ekipe pa bolj produktivne.

ExecVision

<https://www.execvision.io/>

ExecVision omogoča ekipi, da ponovno preuči prodajne klice in ugotovi dejavnike, ki blažijo njihov naklon, in elemente, ki povečujejo njihovo stopnjo zmag. ExecVision se lahko uporablja za analizo klicev, coaching, A/B testiranje in za rast.

FrontSpin

<https://www.frontspin.com/>

Orodja, ki se uporabljajo pri komunikaciji so pomembna. FrontSpin poenostavi prodajni cikel, s čimer omogoča, 1) povezavo s 3x več potencialnimi strankami prek Power Dialerja; 2) povečanje vključenosti prek prilagojene prodajne e-pošte; in 3) pospešeno ustvarjanje potencialnih strank prek Playbookov, ki temeljijo na računu. FrontSpin centralizira sezname klicev, glasovna sporočila, e-poštne predloge in obvestila, sporočila v družbenih medijih in druge kanale, ki se uporabljajo pri negovanju potencialnih strank in sklepanju poslov. Več angažiranosti strank v krajšem času pomeni boljše stopnjo zmag.

Gong

<https://www.gong.io/>

Z uporabo tehnologije umetne inteligence platforma Gong samodejno beleži in prepisuje prodajne klice, nato pa ustvari uporabne analize in vpogled v to, kako lahko ekipa izboljša svoje predstavitve.

GoToMeeting

<https://www.goto.com/meeting>

Na spletnem mestu GoToMeeting stranke trdijo, da se posli sklenejo 20 % hitreje, ko uporabljajo storitev videokonferenc. Ne glede na to, ali je trditev točna ali ne, milijoni poslovnežev po vsem svetu uporabljajo GoToMeeting za olajšanje spletnih sestankov v realnem času in izmenjavo informacij/izkušenj/predstavitvev prek svojih namiznih računalnikov (tj. skupna raba zaslona). Za prodajne strokovnjake je vključevanje potencialnih strank znotraj stabilnega in podpornega kanala ključna zahteva za uspešne rezultate.

Jiminny

<https://www.jiminny.com/>

Jiminny poskrbi za coaching prodaje in uspeh strank. Zajemanje vsakega pogovora s strankami in poenostavljanje dela ekip z integracijo coachinga, spletnih konferenc in klicalnika na enem mestu. Jiminny omogoča vsakemu iz ekipe, da postane trener. Avtomatizacija s Salesforce & Slack izboljšuje timsko komunikacijo in produktivnost.

Nextiva

<https://www.nextiva.com/products/commercial-phone-service.html>

Orodje omogoča poslovnim strokovnjakom, da opravljajo in sprejemajo poslovne telefonske klice iz katere koli naprave, omogočijo HD video klice ena na ena, neposredna sporočila in spremljajo vse komunikacije prek aplikacije Nextiva.

Poslovna telefonska storitev Nextiva ima podporo za vse kanale prek e-pošte in klepeta, kar omogoča, da se kadar koli doseže stranke.

Refract

<https://www.refract.ai/>

Sprejetje Refract je ena sama poteza, ki vpliva na več vidikov prodajne infrastrukture za klice in splošno uspešnost: pomaga nadgraditi prodajno inštruiranje, ohranja ostre sposobnosti zastopnikov, preprečuje napake pri klicih, ki zmanjšujejo stopnjo zmag, in zagotavlja strateški vpogled, ki pomaga oblikovati rezultate - usmerjeni pogovori s strankami.

Salesfolks

<https://salesfolks.com/>

Povečevanje prodajnih organizacij je neučinkovito in drago. Salesfolks je tržnica za prodajalce na zahtevo. Podjetjem pomaga povečati prodajo z uporabo virtualne prodajne sile v oblaku. Salesfolks podjetjem omogoča, da se lotijo dodatne prodajne pomoči popolnoma brez tveganja. Model je plačilo za uspešnost, zato je vložek le, ko prodajna ekipa na zahtevo zagotovi nove potencialne stranke, napotitve in podpisane prodaje.

Skype

<https://www.skype.com/en/>

Skype obstaja od leta 2003 in ostaja zanesljiva in enostavna storitev za doseg in komunikacijo z potencialnimi strankami. Skype, ki deluje po modelu freemium, ponuja storitve takojšnjega sporočanja, videokonference, skupne rabe zaslona in glasovnih klicev prek interneta. Uporabniki imajo možnost izmenjave digitalnih dokumentov, kot so pogodbe, brošure, slike in video posnetki.

Zoom

<https://zoom.us/>

Ko lahko predstavniki hitro pridobijo dragoceni čas za soočenje s potencialnimi strankami z uporabo videokonferenc, se njihova sposobnost za vzpostavitev odnosa in sklenitev poslov dramatično poveča. Zoom se je razvil tako, da ponuja več kot le videokonference. Platforma je učinkovita tudi za spletna srečanja z oddaljenimi ali porazdeljenimi ekipami, klepet, mobilno komunikacijo za predstavnike, ki so na poti, in celo spletne seminarje.

Orodja za skupno rabo in upravljanje vsebin**Allbound**

<https://www.allbound.com/>

Čeprav se trži kot platforma za pospeševanje prodaje partnerjev, Allbound ponuja veliko več na mnogih področjih. Z platformo se lahko organizira in upravlja vso prodajno in marketinško vsebino – od kampanj do modulov za usposabljanje – na samo enem živahnem mestu.

Zastopniki prodajalcev ga lahko uporabijo za ustvarjanje hiperpersonaliziranih ciljnih strani za vsako potencialno stranko, s čimer povečajo kakovost in rezultat vsake dejavnosti. Napredek ekipe se lahko upravlja tudi s preprostim uporabniškim vmesnikom Allbound, ki predstavnikom omogoča, da registrirajo vse svoje posle in organizirajo potencialne stranke.

Bit

<https://bit.ai/>

Bit je sodobno orodje za sodelovanje, ki prodajnim ekipam omogoča izdelavo marketinških in oglaševalskih materialov, hkrati pa sodelujejo na skupnem delovnem mestu. Prodajna ekipa lahko ustvarja, prilagaja, sodeluje in deli prodajne predloge, prodajne sklope in materiale, namenjene strankam. Odlična lastnost Bita je možnost prejemanja obvestil, ko si stranka ali potencialna stranka ogleda prodajni predlog. Platforma prikaže tudi, na primer, koliko časa so stranke porabile za dokument, kako daleč so se pomikali in kako pogosto so se vračali na dokumente, ki so bili dani v skupno rabo.

BrainShark

<https://www.brainshark.com/>

Uporaba platforme BrainShark ustvarja vadbene poti na zahtevo, ki pospešuje učno pot na vsakem koraku – od vključitve do vodenja. Z platformo se lahko potrdi prodajna pripravljenost ekipe in se jo opremi z ustrezno vsebino, do katere se lahko kadar koli dostopa.

ClearSlide

<https://www.clearslide.com/>

ClearSlide je celovita prodajna storitev, ki zajema upravljanje vsebine, analitiko in pametno sporočanje. Uporaba ClearSlide poveča kakovost in učinek e-poštnih sporočil, konferenc, predstavitev in drugih dejavnosti. Motiviranje in usposabljanje ekipe z najučinkovitejšimi in navdihujočimi učnimi moduli.

Conga

<https://conga.com/>

Conga poenostavi proces upravljanja pogodb in sprostí več dragocenega časa za neposredno sodelovanje s strankami. Z platformo dosežemo odpravo ozkega grla, uveljavljamo standarde skladnosti in zaženemo domači analitični motor Conga, z namenom da dobimo natančno sliko o tem, kako določene stranke uporabljajo vsebino.

Consensus

<https://goconsensus.com/>

Pomemben je način, kako komuniciramo svojo blagovno znamko in artikuliramo prednosti svojega izdelka. Toda pomembno je tudi vedenjsko stanje ciljne publike v trenutku sodelovanja. Konsenz zagotavlja vpogled v to, kako potencialna stranka dojema ali se odziva na sporočila, tako da lahko pogovor ustrezno uskladimo, še preden se lotimo potencialne stranke. Poleg tega Consensus omogoča dostavo prilagojenih videoposnetkov in dokumentov, ki so zelo pomembni za občinstvo.

DocSend

<https://www.docsend.com/>

Z platformo lahko prodajno ekipo nadgradimo s centralizirano rešitvijo za upravljanje vsebine, sledenje in predstavitev, zasnovano posebej za prodajne strokovnjake.

Z zagotavljanjem knjižnice vsebine na zahtevo in vedno posodobljene vsebine DocSend omogoča ekipi učinkovitejše sodelovanje s strankami. Z začetkom pravega pogovora ob pravem času s pravimi potencialnimi strankami DocSend pomaga ekipi hitreje skleniti več poslov.

Folloze

<https://www.folloze.com/>

Zagotavljanje učinka trženja vsebine, ki temelji na računu, na prodajne operacije stranke. Folloze omogoča prodajni ekipi, da ustvari prepričljive izkušnje, ki pozitivno vplivajo na nakupno vedenje publike. Omogoča prodajni skupini uvajanje vsebine, specifične za račun, in izvajanje oglaševalskih akcij, zasnovanih za največjo stopnjo konverzije za ciljni račun. Integracija s Salesforce, Microsoft Office, MailChimp in drugimi orodji.

Guru

<https://www.getguru.com/>

Znanje je moč, a le, če imaš pravo ob pravem času. Guru naredi vse v ekipi pametnejše tako, da jih opremi z ustreznim znanjem in viri, ki jih potrebujejo na kateri koli točki prodajnega procesa. Platforma, ki zagotavlja informacije o razmerah in dostop do trženjskih vsebin na zahtevo, prav tako omogoča vsakomur, da prilagodi bazo znanja svoje organizacije, da ustreza njihovi vlogi in optimizira svojo uspešnost.

Prezi

<https://prezi.com/>

Prezi je izjemna alternativa predstavitvenim titanom PowerPoint in Keynote. Njegova različica podjetja Prezi Business uporablja tehnologijo HTML5 in robustne funkcije sodelovanja, da prepriča občinstvo s spretnim vizualnim pripovedovanjem zgodb v več napravah. Na voljo je tudi z analitiko lestvice najboljših v živo, podporo za komentiranje in zmogljivimi funkcijami za prilagajanje oblikovanja.

Upland RO Innovation

<https://uplandsoftware.com/roinnovation/>

Najboljša predstavitev, ki jo organizacija lahko ima, je dolg seznam zadovoljnih strank v kotu spletne strani. Ni naključje, da se pričevanja in zgodbe o uspehu znajdejo na domačih straneh blagovnih znamk. RO Innovation pomaga ekipi izkoristiti moč povratnih informacij strank in drugih sredstev, ki omogočajo prodajo, da povečajo število zmag in povečajo prihodke. Integracija RO Innovation s CRM in drugimi notranjimi prodajnimi orodji, da potencialnim strankam omogočimo hiter dostop do ustreznih referenc strank in zgodb o uspehu obstoječih strank.

Videolicious

<https://dashboard.videolicious.com/login>

Ko se besede in statične slike izkažejo za neustrezne, uporabimo videoposnetke, da se potencialne stranke osredotočijo na naše sporočilo. Videolicious, ki je bil ustvarjen za prodajo, tržnikom in prodajnim strokovnjakom omogoča hitro in enostavno ustvarjanje, urejanje in deljenje prepričljivih videoposnetkov s strankami na kateri koli točki priprave. Iskanje novih priložnosti tako, da prižgemo zanimanje med obstoječimi računi.

Vidyard

<https://www.vidyard.com/>

Slike lahko včasih veliko bolje odnesejo sporočilo domov kot besede. Ni čudno, da so videoposnetki najhitreje rastoča oblika vsebine na spletu in zakaj se konverzije izboljšajo za več kot 80 %, če je videoposnetek na ciljni strani. Uporaba Vidyard za strateško uvajanje videoposnetkov v prodajni proces.

Orodja za upravljanje življenjskega cikla pogodbe

Adobe Sign

<https://www.adobe.com/si/sign.html>

Nekaj stvari lahko premaga občutek dosežka pri pridobivanju velike in zahtevne možnosti za nakup izdelka. V večini primerov pa ustna potrditev skoraj ne šteje, dokler nova stranka dejansko ne podpiše pogodbe. Dobra stvar je, da so storitve za upravljanje pogodb, kot je Adobe Sign, na voljo za olajšanje zavezujočega sporazuma med podjetjem in novo stranko. To orodje, ki se je prej imenovalo EchoSign in eSign, je del storitve Adobe Document Cloud, ki vključuje tudi častitljivega pionirja PDF Acrobat. Uporaba orodja Adobe Sign za ustvarjanje, pošiljanje, podpisovanje in upravljanje obrazcev in pogodb kadar koli, kjer koli in v kateri koli napravi.

Better Proposals

<https://betterproposals.io/>

Better Proposals omogoča preprosto ustvarjanje, upravljanje in pošiljanje čudovitih poslovnih predlogov. Z njihovim intuitivnim urejevalnikom lahko ustvarimo spletne predloge, ki izgledajo odlično v kateri koli napravi. Z uporabo platforme skrajšamo čas ustvarjanja predloge z uporabo več kot 200 predlog in spremljamo, kaj se zgodi, ko ga stranka prejme. Orodje se integrira z vsemi večjimi plačilnimi procesorji in ima elektronske podpise, kar strankam omogoča podpis in plačilo neposredno iz predloge.

Concord

<https://www.concordnow.com/>

Concord je brezplačna in enostavna storitev za upravljanje pogodb v oblaku, ki pomaga posameznikom in podjetjem ustvarjati, se pogajati, podpisovati in upravljati pogodbe. Concord ponuja neomejeno spletno shranjevanje pogodb in funkcijo sledenja dokumentom.

DealHub

<https://dealhub.io/>

DealHub združuje B2B kupce in prodajalce v eni sami digitalni DealRoom blagovne znamke, ki vključuje CPQ, CLM, upravljanje naročin, tehnologijo eSign in vse ostalo, kar je potrebno za zapiranje novih in obstoječih podjetij. Ustvarimo lahko prilagojeno ponudbo in DealRoom v nekaj minutah po tem, ko zastavimo določen niz vprašanj na začetku prodajnega cikla in še naprej ves čas dobivamo vpoglede v kupca v realnem času.

DocuSign

<https://www.docusign.com/>

Pogodbe se sčasoma razvijajo. Podpisniki iz različnih strank bi običajno želeli vzajemno spremeniti pogoje sporazuma zaradi sprememb v svojih odnosih ali pogojev, pomembnih za pogodbo. DocuSign omogoča lažje in hitrejše izvajanje in dokončanje tega sodelovanja naprej in nazaj.

Storitev se dobro integrira tudi z večino CRM-jev in drugimi poslovnimi rešitvami. DocuSign, ki je že pred tem, ko je ponujal Adobe in ima prevladujoč tržni delež, nedvomno predstavlja najboljšo rešitev v svojem razredu v niši upravljanja pogodb.

GetAccept

<https://www.getaccept.com/>

GetAccept avtomatizira postopek podpisa poslov tako, da združuje sledenje dokumentom, e-podpisovanje in avtomatizirano spremljanje e-pošte v eno samo platformo. Podobno kot orodja za avtomatizacijo trženja ima storitev tudi čisto nadzorno ploščo, ki omogoča, da vidimo, kako posli v podjetju napredujejo in katera dejanja moramo sprejeti, da pospešimo proces.

HelloSign

<https://www.hellosign.com/>

HelloSign je visoko ocenjena storitev e-podpisa, ki pomaga obiti tiskalnike, optične bralnike in pisala ter pospešiti pogajanja o pogodbi in postopek podpisa za kar 90%. Storitev je brezplačna za posameznike in je na voljo po razmeroma ugodnih cenah za mala in velika podjetja. HelloSign prenese vso dokumentacijo v oblak prek preprostega, čistega in intuitivnega uporabniškega vmesnika. Prilagodimo ga lahko glede na potek dela in ga integriramo s svojim CRM, e-poštno platformo in drugo poslovno programsko opremo za prodajo.

Proposify

<https://www.proposify.com/>

Proposify omogoča enostavno upravljanje prodajnih dokumentov vseh vrst: predlogov, ponudb in pogodb. Predstavniki lahko gradijo dokumente s predlogami, pri čemer enostavno dodajajo prilagojene slike, odrezke besedila in številke. Proposify prodajalcem omogoča tudi komunikacijo s kupci o podrobnostih vsakega artikla neposredno v dokumentih, tako da je pregled in revizije preprosta.

Qvidian

<https://uplandsoftware.com/qvidian/>

Z platformo lahko povečamo stopnjo zmage svoje ekipe tako, da pospešimo potek dela z dokumentacijo. Qvidian je rešitev za avtomatizacijo predlogov, ki znatno skrajša čas, potreben za stranke, da ustvarijo RFP, da ekipa predloži zmagovalni predlog in da vsi podpišejo pogodbo. Organizacija celotne vsebine v eni dostopni knjižnici.

Signaturely

<https://signaturely.com/>

Pridobivanje pravno zavezujočih spletnih podpisov na katerem koli dokumentu, od koder koli in s katero koli napravo. Nalaganje dokumentov ali ustvarjanje novih z brezplačnimi predlogami, postavljanje polja za podpisovanje na spletu in pošiljanje svojim podpisnikom. Signature jih vodi skozi postopek spletnega podpisovanja in jim omogoča, da ustvarijo spletni podpis, podpišejo vsako polje in jim pošljejo samodejne opomnike, če se podpisujejo predolgo.

SpringCM

<https://www.springcm.com/>

SpringCM avtomatizira dokumentni cikel in vzpostavi visoko stopnjo nadzora, vidnosti in varnosti za pogodbe, predstavitve in druge vsebine. Poenostavljen postopek dokumentacije (ustvarjanje, pregled, sledenje, odjava, shranjevanje, skladnost itd.)

CRM orodja (Sistemi za upravljanje odnosov s strankami)

Agile CRM (brezplačno za do 10 uporabnikov)

<https://www.agilecrm.com/>

Agile CRM je zmogljivo orodje za vsa mala podjetja, ki se trudijo upravljati čas in vire, potrebne za izgradnjo učinkovitih prodajnih in trženjskih procesov. Z enostavno integracijo z najbolj priljubljenimi e-poštnimi platformami, programsko opremo za podporo in storitvami za stranke, telefonskimi in konferenčnimi mostovi, vtičniki za obračunavanje, omrežji družbenih medijev in več Agile izkorišča orodja, ki jih potrebujemo na eni platformi, ki je enostavna za uporabo. Agile, zasnovan posebej za mala podjetja, ponuja učinkovite rešitve za prodajo, trženje in avtomatizacijo procesov, pa tudi podporo strankam, upravljanje stikov in celo vodenje projektov.

Airtable (Ponuja brezplačno različico z omejenimi funkcijami)

<https://www.airtable.com/templates/sales-and-customers/expvjTzYAZareV1pt/sales-crm>

Airtable je CRM in še veliko več. To je res aplikacija za zbirko podatkov s preglednicami, ki vsakomur omogoča izdelavo baze podatkov za kar koli. V primerjavi z drugimi bolj namensko zgrajenimi CRM-ji je cenejši. Poleg tega je izjemno prilagodljiv. Toda tudi za podjetja, ki potrebujejo že pripravljeno rešitev, Airtable deluje: ponujajo številne vnaprej izdelane predloge Airtable, vključno z eno za prodajni CRM.

Apptivo (brezplačno za do 3 uporabnike)

<https://www.apptivo.com/>

Apptivo je rešitev za načrtovanje virov podjetja v oblaku, ki si je prislužila priznanja in prejela nagrade za svojo primerjalno prilagodljivost in cenovno dostopnost. Poleg svoje funkcije CRM Apptivo ponuja tudi storitve izdajanja računov, poročanja o prodaji in vodenja projektov. Deluje na modelu freemium.

Close.io

<https://close.com/>

Notranje prodajne ekipe lahko povečajo produktivnost tako, da združijo vse svoje prodajne komunikacije na enem mestu. Ta CRM ima vgrajeno klicanje, pošiljanje e-pošte in SMS-ov ter zmogljive funkcije iskanja in filtriranja, ki predstavnikom olajšajo sledenje s pravimi potencialnimi strankami ob pravem času. Funkcije poročanja omogočajo vpogled v dejavnost in uspešnost posameznih zastopnikov in celotne prodajne ekipe, hkrati pa omogočajo, da se poglobimo v podatke, da najdemo pomembne vpogled. Zmogljiv API omogoča avtomatizacijo in povezavo Close.io z drugimi aplikacijami v naboru orodij.

Copper

<https://www.copper.com/>

Copper je ravno pravi za navdušene uporabnike G Suite, saj se neposredno integrira z vsemi najbolj priljubljenimi Google Appsi. To pomeni, da imamo močan CRM s polnimi funkcijami v znanem okolju Gmaila in preprost pogled za upravljanje poteka dela.

Za razliko od zapletenih CRM-jev se lahko Copper zlahka nauči in optimizira vsak, ki uporablja e-pošto. Nabor funkcij platforme in enostavna uporaba sta ji prislužila Googleovo močno podporo. Copper ima zmožnosti avtomatizacije, analitike in strojnega učenja drugih CRM-jev na trgu.

Contactually (za nepremičninske strokovnjake)

<https://www.contactually.com/>

Contactually je rešitev, namenjena nepremičninski industriji. Zastopniki in posredništva dobijo funkcije, ki ustrezajo njihovim posebnim potrebam. Na primer, agentom ponuja možnost, da prepoznajo in ostanejo povezani s stiki v njihovem omrežju, da spodbudijo napotitve. Povežemo lahko podatke o strankah s svojo e-poštno platformo, da pospešimo in izboljšamo interakcije. Organiziramo lahko svoje stike tako, da določimo prednostne naloge vodilnih strank in ohranimo dolgotrajne odnose s strankami. Ostanemo lahko motivirani in odgovorni za svoje prednostne naloge z nadzorno ploščo, ki ohranja največje in najbolj pereče priložnosti v središču pozornosti.

CRMNEXT (Za finančne storitve)

<https://www.crmnext.com/>

CRMNEXT je naslednja generacija CRM podjetja v oblaku za finančne in bančne storitve. Nadaljuje od tam, kjer so tradicionalni CRM-ji prenehali, tako da odstrani umetne ovire med človeškimi in digitalnimi kanali, kar omogoča večkanalne interakcije s strankami znotraj enotne platforme. CRMNEXT je največji bančni CRM na svetu z več kot 3 milijoni uporabnikov na 5000 lokacijah in 36 državah.

Membrain

<https://www.membrain.com/>

Za razliko od tradicionalnih CRM-jev, ki jih prodajna ekipa dojema kot nesmiseln vnos podatkov, Membrain pretvori prodajno strategijo v vizualne poteke dela, ki jih je enostavno razumeti. Kot CRM, ki omogoča prodajo, Membrain pomaga prodajalcem, da se osredotočijo na prave možnosti in priložnosti ter bolj samozavestno prodajajo, od prvega stika do zaključka. Če organizacija deluje v zapletenem B2B prodajnem okolju, z daljšimi prodajnimi cikli in številnimi deležniki, je Membrain CRM ravno pravi za tako organizacijo.

Freshsales (Ponuja brezplačen zagonski načrt z omejenimi funkcijami)

<https://www.freshworks.com/crm/sales/>

S CRM lahko poenostavimo svoje poslovanje, ki je namenjen za povečanje učinkovitosti in pospešitev prodajnega procesa. Freshsales uporablja umetno inteligenco, avtomatizacijo in druge funkcije, da ekipi olajša osvežitev poslovnih sistemov, komunikacijo s potencialnimi strankami, dajanje prednosti potencialnim strankam, smiselne pogovore, analiziranje vedenja strank in sklepanje poslov z največjo vrednostjo. Za nadgradnjo je smiselno uporabiti Freshsales.

HubSpot CRM

<https://www.hubspot.com/products/crm>

HubSpot CRM je bil zgrajen od samega začetka, da je pripravljen na sodoben svet. Intuitiven in avtomatski, kjer so drugi sistemi zapleteni in ročni, HubSpot CRM poskrbi za vse majhne podrobnosti – beleženje e-pošte, snemanje klicev in upravljanje podatkov – in pri tem sprosti dragoceni čas prodaje. Redno se uvršča med najboljše programske izdelke CRM za mala podjetja.

HubSpot se začne z brezplačnim načrtom, ki je kot nalašč za startupe in mala podjetja, ponuja pa tudi številne dodatne plačljive funkcije, ki so primerne za rastoča podjetja in podjetja.

Infusionsoft (Keap)

<https://keap.com/keap-max-classic>

Infusionsoft je prilagodljiv, a zmogljiv CRM za mala podjetja. Ta prodajna in marketinška platforma omogoča ekipam, da razvijajo sisteme, kvalificirajo potencialne stranke, uvajajo marketinške kampanje po e-pošti, avtomatizirajo dolgotrajna opravila, kot so spremljanje in izdajanje računov, upravljajo prodajne dejavnosti in centralizirajo interakcije s strankami. Uporaba orodja Infusionsoft, z namenom, da dobimo vse na isti strani, dosežemo večjo učinkovitost in izboljšamo število zmag.

Insightly

<https://www.insightly.com/>

Insightly, ki je na voljo prek modela freemium, je cenovno ugodna možnost CRM-ja za samostojne podjetnike in zelo majhne ekipe. Glede na njegovo ceno, enostavnost uporabe, dostojen nabor funkcij in integracijo platforme je Insightly prejel nagrade od kanalov, kot je Business News Daily. Poleg osnovnih funkcij CRM ima Insightly domačo podporo za vodenje projektov ter komponento mobilnih in družbenih medijev.

MessageLy

<https://www.messageLy.com/>

MessageLy je zmogljiva rešitev za podporo strankam 'vse na enem mestu', ki organizacijam pomaga poskrbeti za vse njihove potrebe po komunikaciji s strankami samo na eni platformi. Na voljo je z zmogljivim klepetom v živo, ki omogoča povezovanje z uporabniki, ko brskajo po spletnem mestu, pa tudi ustvarjanje vstopnic, pošiljanje ciljnih sporočil in zbiranje podatkov o strankah.

Microsoft Dynamics CRM

<https://dynamics.microsoft.com/en-us/>

Ta aplikacija je na voljo v oblaku, lokalno ali v kombinaciji obojega. Dobro se integrira z drugimi Microsoftovimi storitvami, kot so SharePoint, Outlook, Office 365 in OneDrive.

Oracle NetSuite

<https://www.netsuite.com/portal/home.shtml>

Če želimo, da se vse upravlja na samo eni platformi, potem je NetSuite rešitev, ki jo iščemo. NetSuite, ki združuje funkcionalnosti načrtovanja virov podjetja (ERP), računovodstva in CRM, omogoča vodjem, da pridobijo vpoglede na podlagi podatkov za oblikovanje strategije, hkrati pa opremijo prodajne ekipe z orodji, ki izboljšujejo produktivnost. NetSuite lahko uporabimo za pripravo napovedi, nadprodajo in upravljanje sistemov nadomestil in spodbud.

Pipedrive

<https://www.pipedrive.com/>

Majhne ekipe z velikimi ambicijami raje uporabljajo Pipedrive čist uporabniški vmesnik in metodologijo prodaje, ki temelji na dejavnosti. Kot že ime pove, ta rešitev CRM vizualizira poslovni sistem in nam pokaže, katere dejavnosti moramo izvesti, da premaknemo potencialne stranke naprej in sklenemo več poslov. Pipedrive je zelo prilagodljiv in ga je mogoče integrirati s številnimi drugimi orodji v prodajnem nizu.

Pipeliner

<https://www.pipelinersales.com/>

Pipeliner je vizualno intuitivna rešitev CRM, ki zagotavlja takojšnjo vidljivost in inteligenco o ključnih meritvah in podatkih. Ta grafični CRM, zasnovan z uporabniškim vmesnikom sistema povleci in spusti, lahko ustvari poročila z enim klikom, izčrpne grafikone in hiter pregled prodajne uspešnosti z meritvami, kot so ustvarjeni posli, izgubljeni posli, pretvorjeni posli in ustrezne vrednosti izgubljeni in dobljeni posli.

Rollio

<https://www.rollio.ai/>

Salesforce je odličen, vendar traja nekaj časa, da je vedno posodobljen. Še dobro, da je Rollio AI tam, da pomaga. Preko glasovnega ali besedilnega sporočila lahko Rolli-ju 'zapovemo' kaj naj naredi in samodejno bo posodobil CRM v nekaj sekundah. S pomočnikom, ki ga poganja umetna inteligenca, ki razume, kaj mu sporočamo, nam nikoli ne bo treba ročno posodabljeti CRM! Prihrani veliko časa, spodbuja produktivnost ekipe in pomaga, da se osredotočimo na sklenitev večih poslov.

Salesflare

<https://salesflare.com/>

Salesflare je popoln CRM za vsako majhno B2B podjetje, ki želi doseči večjo prodajo z manj dela. CRM se izpolni sam, tako da se sinhronizira z e-pošto, koledarjem, telefonom, družabnimi mediji ... in organizira vse te podatke za stranko. Njegova integracija e-pošte je neprimerljiva. Je takojšen, uvaža e-poštne podpise, sledi našim e-poštnim sporočilom ob odpiranju in klikih (z integracijo povezanega spletnega mesta) in prinaša CRM kar v naš nabiralnik. Uporabimo funkcije avtomatizacije Salesflare in uživajmo v njegovi preprostosti. Nastavitev traja le nekaj minut.

Salesforce

<https://www.salesforce.com/>

Prevladujoči igralec v vesolju, Salesforce v bistvu postavlja standard za vse stvari CRM. Salesforce ima širok nabor funkcionalnosti, omogoča visoko stopnjo prilagajanja in podpira sodelovanje. Dobro se integrira z drugimi aplikacijami in storitvami ter navdihuje uspešen ekosistem tretjih oseb. Nadzorna plošča Salesforce je med najbolj uporabnimi.

Sellsy

<https://go.sellsy.com/en/home>

Sellsy je CRM z vsemi funkcijami, ki odpravlja potrebo po več orodjih za iskanje prodaje, da bi pokrili različne vidike prodajnega poslovanja. Sellsy nam pomaga upravljati vse elemente v delovnem toku, vključno z e-poštnimi kampanjami, e-trgovino in upravljanjem projektov, od iskanja možnosti do izdajanja računov. Platforma ponuja tudi prodajne in marketinške informacije, ki nam pomagajo pri sprejemanju pametnejših poslovnih odločitev in doseganju višjih stopenj konverzije.

Teamgate

<https://www.teamgate.com/home/>

Teamgate, zasnovan za mala in srednje velika podjetja, je uporabniku izjemno prijazno, a zmogljivo orodje. Poenostavlja upravljanje potencialnih strank, zagotavlja neprecenljiv vpogled v prodajni proces in še več, integrira se z najljubšo programsko opremo drugih proizvajalcev, kot so ponudniki e-poštne

storitev, trženje, zaračunavanje, storitve za stranke in na desetine drugih orodij. Teamgate Sales CRM je večkratni nagrajenec, ker je najbolj dostopen na trgu.

Zendesk Sunshine

<https://www.zendesk.com/platform/>

Nekatere prodajne ekipe potrebujejo več kot "dvodimenzionalni" pogled na stranko, ki ga zagotavlja večina sistemov CRM. Sunshine je zasnovana na AWS in je odprta platforma z dovolj prilagodljivostjo za sprejemanje informacij o strankah ne glede na vir. Ker je odprta platforma, je tudi zelo prilagodljiva, tako da se lahko vgrajujejo aplikacije, da dosežemo kateri koli rezultat, ki ga potrebuje prodajna ekipa.

Zoho

<https://www.zoho.com/>

Zoho ponuja ogromno funkcij po zelo ugodni ceni. Ima funkcije trženja po e-pošti, storitve za stranke, ustvarjanje potencialnih strank in poročanje. Zoho ima preprost in intuitiven uporabniški vmesnik ter se dobro integrira s široko uporabljenimi aplikacijami, kot so Evernote, MailChimp, Google Apps, Microsoft Office in Quickbooks.

Orodja za podatkovna omrežja

Kolektiv[i]

<https://collectivei.com/>

Okrajšava za Collective Intelligence, Collective[i] je bistvena aplikacija za sodobne prodajne organizacije, ki želijo izkoristiti različne oblike AI/ML za izboljšanje produktivnosti in spodbujanje rasti prihodkov.

Uporablja robotsko avtomatizacijo procesov (RPA) za avtomatizacijo zbiranja podatkov v CRM in posodabljanje stikov. Ponuja tudi inteligentna orodja za dnevno napovedovanje in sodelovanje, ki so vsa prepojena s podatki obogatenimi vpogledi o kupcih, priložnostnih možnostih in uporabnimi povezovalnimi elementi za pospeševanje prodajnih ciklov.

V osnovi vseh funkcionalnosti, ki jih ponuja Collective[i], je eno največjih omrežij transakcijskih podatkov B2B. Ta nabor podatkov dopolnjuje notranje podatke njihovih strank in usposablja algoritme Collective[i], tako da napovedi, kot so napovedovanje in priložnostne kvote, temeljijo na trenutnih tržnih razmerah in nakupnem vedenju in ne na preteklih prodajnih vzorcih.

Orodja za upravljanje e-pošte

Autoklose

<https://autoklose.com/>

Autoklose je prodajna platforma, ki ponuja avtomatizacijo e-pošte in B2B podatke vse v enem. Pomaga ciljati na prave potencialne stranke z uporabo ogromne baze podatkov, polne čistih, preverjenih potencialnih strank B2B. Svoje potencialne stranke lahko nato pritegnemo tako, da pošljemo zaporedja zelo prilagojenih e-poštnih sporočil v velikem obsegu, natančno prilagodimo svoje akcije v realnem času in avtomatiziramo svoj doseg in prodajni proces.

ContactOut

<https://contactout.com/>

Če želimo stopiti v stik s podjetjem, nam pošiljanje e-pošte na njihov splošni e-poštni naslov ne bo kaj dosti pomagalo. Izziv je najti prave e-poštne naslove teh ljudi, kar nam orodje ContactOut zelo olajša. Primarna funkcija ContactOut je razširitev za Chrome, ki poišče e-poštni naslov stranke, ko si ogledamo njihove profile na LinkedInu. Vendar pa ne le poišče njihov e-poštni naslov. Poišče tudi njihove telefonske številke in profile na družbenih omrežjih.

EmailAnalytics

<https://emailanalytics.com/>

EmailAnalytics je orodje za analizo produktivnosti e-pošte, ki se poveže z računom Gmail ali G Suite in vizualizira e-poštno dejavnost – ali dejavnost zaposlenih. To omogoča prodajnim ekipam, ekipam za pomoč strankam in lastnikom malih podjetij, da merijo bistvene KPI, kot so povprečni odzivni čas e-pošte, promet e-pošte po uri v dnevu, obseg e-poštnega prometa po dnevih v tednu in še veliko več.

Mixmax

<https://www.mixmax.com/>

Mixmax, ki temelji na Gmailu, je aplikacija za produktivnost za vsako ekipo, ki se sooča s strankami. Osredotočen na iskanje učinkovitosti pri ponavljajočih se e-poštnih opravilih, Mixmax predstavnikom omogoča, da vidijo, kdo si je ogledal posamezno e-pošto in kdaj, načrtujejo sestanke neposredno iz sporočil, načrtujejo sporočila za kasnejše pošiljanje in dodajajo predloge sporočil z enim klikom.

Opensense

<https://www.opensense.com/>

Prej znan kot SenderGen, Opensense pomaga prodajalcem ostati nepozaben in obveščati potencialne stranke s prilagojenimi e-poštnimi podpisi. Prodajne ekipe lahko v svoja e-poštna sporočila vstavijo hiperpersonalizirane pasice, da zagotovijo, da celotno sporočilo (tudi podpis) opravi svojo prodajo.

ZynBit

<https://www.cirrusinsight.com/>

ZynBit je zmogljiv dodatek za Gmail in Outlook, ki kanalizira kritične informacije iz Salesforcea. To pomeni, da lahko organiziramo in načrtujemo vso sodelovanje s strankami v udobju e-pošte, s čimer poenostavimo potek dela in povečamo svojo produktivnost.

Orodja za pridobivanje potencialnih strank**Apollo**

<https://www.apollo.io/>

Apollo omogoča ekipi, da znanstveno določi idealno osebnost stranke in poišče tiste, ki ustrezajo profilu. Ko platforma napolni sistem z novimi kvalificiranimi potencialnimi strankami, Apollo nemudoma preklopi ekipo v način polne angažiranosti, s čimer pospeši vrhunsko učinkovitost.

ClickPoint

<https://www.clickpointsoftware.com/lead-management-software.html>

ClickPoint je programska oprema za upravljanje potencialnih strank, ki je bila izdelana posebej za vodje prodaje. Uporaba ClickPoint opreme z namenom, da takoj določimo prednost in usmerimo potencialne stranke, skrajšamo čas zapiranja in ustvarimo poročila o prodajnih dejavnostih. Povežemo lahko svoje najboljše prodajalce z najzahtevnejšimi in najdragocenejšimi potencialnimi strankami.

Cognism

<https://www.cognism.com/>

S pospeševanjem svojih iskalnih dejavnosti lahko povečamo prihodke. Zelo učinkovito je, če sprejmemo pametne prakse, ki presegajo kontaktne podatke in poglobljeno analitiko, da prebiramo ocean podatkov in identificiramo osebe kupcev, ki bodo najverjetneje pritegnile našo blagovno znamko. Cognism uporablja avtomatizacijo in strojno učenje, da nas hitreje pripelje do pravih strank.

Conversica

<https://www.conversica.com/>

Conversica je prodajno orodje, ki ga poganja umetna inteligenca, ki avtomatizira, poenostavi in nadgradi kontakt in proces kvalifikacije. Uvedba Conversice je kot najem skupine prodajnih zastopnikov – za delček stroškov –, ki bodo neutrudno lovili in negovali prednosti 24/7. Prodajni pomočnik Conversica bo neusmiljeno, a pametno še naprej vključeval stranke z uporabo naravnega jezika, dokler le-ti niso pripravljeni, da pridejo strokovnjaki za prodajo in sklenejo posel.

DataFox

<https://www.datafox.com/>

Vsa podjetja na trgu ne ustrezajo idealnemu profilu strank. DataFox z uporabo strojnega učenja za prebiranje na tisoče virov podatkov identificira nove potencialne stranke, ki se bodo verjetno pozitivno odzvale na naše sporočilo. S tem lahko omogočimo svojim predstavnikom, da pospešijo svoje načrte, začnejo smiselne pogovore in odklenejo nove priložnosti.

DealSheet

<https://oism.co.uk/Solution/dealsheet/>

DealSheet razširja zmogljivosti CRM-ja in pomaga ekipi, da se kvalificira, bolje upravlja in zapira potencialne stranke. DealSheet spremlja tudi meritve, ki jih vodje prodaje potrebujejo za učinkovitejšo usposabljanje svoje ekipe.

DealSignal

<https://www.dealsignal.com/>

Iskanje je lahko dolgočasen proces. Še huje, ročno izvajanje lahko vzame cel dan in nam še vedno pusti kanček nizkokakovostnih potencialnih strank, katerih verjetnost, da se bomo odločili prav za njih, ni zelo velika. Na srečo DealSignal samodejno ustvari seznam potencialnih strank in ustreznih informacij na zahtevo, tako da se lahko osredotočimo na načrtovanje sestankov, izpopolnjevanje predstavitve in sklenitev poslov.

Dooly

<https://www.dooly.ai/>

Dooly zastopnikom prinese najpomembnejšo prodajno in marketinško vsebino, ko jo najbolj potrebujejo – med njihovimi prodajnimi sestanki. Z analizo klicev in zapiskov ekipe v realnem času, Dooly ekipi posreduje zgodbe in podatke o konkurentih, ki jih potrebujejo, da navdušijo bodoče stranke in z lahkoto prepletajo ugovore.

Drift

<https://www.drift.com/>

Drift daje prodajnim ekipam možnost povezovanja e-pošte in klepeta na mestu ter pošiljanja prilagojenih sporočil in zaporedij na različnih platformah. Drift uporablja tudi bote, da hitro kvalificira obiskovalce spletnega mesta in jih usmeri k pravi osebi, da začne prodajni pogovor – vse na spletnem mestu.

Fileboard

<https://fileboard.com/>

Fileboard omogoča prodajnim ekipam, da izboljšajo uspešnost s sledenjem dejavnostim sodelovanja, kot so predstavitve, e-poštne kampanje in sestanki v živo. Uporaba Fileboard orodja z namenom, da pospešimo svoj delovni potek, okrepimo sistem z novimi kvalificiranimi potencialnimi strankami in spodbudimo prodajne dejavnosti z več srečanji s strankami.

Growbots

<https://www.growbots.com/>

Growbots avtomatizira celoten proces odhodne prodaje tako, da pomaga ustvariti in izkoristiti nove prodajne priložnosti iz baze podatkov z več kot 200 milijoni odločevalci. Growbots orodje uporabimo z namenom, da ustvarimo idealen profil strank in samodejno dobimo seznam pregledanih potencialnih strank, ki ustrezajo našim merilom. Nato lahko avtomatiziramo in izvedemo e-poštno kampanjo za potencialne stranke in se približamo svojim prodajnim ciljem. Growbot je intuitiven in prilagodljiv.

Growlabs

<https://www.rollworks.com/>

Growlabs združuje generiranje potencialnih strank B2B z izhodno prodajno komunikacijo za identifikacijo, sodelovanje in pretvorbo potencialnih strank v velikem obsegu. Ustvarimo lahko svoje idealne profile strank in samodejno poiščemo potencialne stranke iz lastniške baze podatkov s 400 milijoni preverjenih potencialnih strank. Algoritmi za strojno učenje Growlabs določajo, kdaj poslati e-pošto ter posredovati nove kvalificirane potencialne stranke neposredno prodajnim zastopnikom.

Hubspot

<https://www.hubspot.com/products/sales/sales-leads>

Hubspot ponuja vrsto storitev, ki segajo od brezplačnih spletnih analitičnih orodij do CRM s popolno funkcionalnostjo. Vendar pa je podjetje najbolj znano po naboru orodij za vhodno trženje, ki blagovnim znamkam pomagajo povečati doseg in angažiranost strank. Uporaba Hubspot orodja nam pomaga, da pridobimo vpogled na podlagi podatkov o tem, kako zgraditi in optimizirati svoje kampanje za pridobivanje potencialnih strank.

Hull

<https://www.hull.io/>

Zmogljiv nabor orodij za prodajno ekipo je dragocena strateška prednost. Toda stvari se lahko zapletejo, ko različna orodja postanejo tako zaprta in ločena drug od drugega, da moramo 1) zapustiti eno orodje samo za uporabo drugega, 2) ročno sinhronizirati podatke v skladu ali 3) slediti ločenim protokolom uporabe, da dobimo stvari končane. Na srečo Hull hrani vsa orodja na enem mestu in samodejno sinhronizira podatke o strankah in druge informacije. Uporaba orodja Hull kot ukaznega centra za dostop in uporabo CRM-ja, e-pošte, baz podatkov, upravitelja sistema, platform za zmogljivost in druge programske opreme za omogočanje prodaje.

Infor Sales Portal

<https://www.infor.com/solutions/service-sales/configure-price-quote>

Optimiziranje in poenostavljanje prodajnega procesa tako, da centraliziramo vsebino strank, sistem ponudb in naročanja na vseh kanalih. Prodajni portal Infor koristi izdelovalcem in prodajalcem kompleksnih izdelkov, pri katerih se pogosto pojavljajo neskladja, ki izhajajo iz vzporedne uporabe različnih orodij, aplikacij in druge programske opreme za prodajo. Prodajni portal Infor sistematizira vsa prodajna zavarovanja na enem mestu in tako zagotovi, da bodo vsi pravočasno prejeli informacije o izdelku.

Intercom

<https://www.intercom.com/>

A/B testna sporočila za nenehno izboljševanje učinkovitosti, omogoča obiskovalcem spletnega mesta, da rezervirajo sestanke s predstavniki. Vse dejavnosti se sinhronizirajo s Salesforceom, tako da predstavnikom ni treba porabiti več časa za vnašanje podatkov.

Leadfeeder

<https://www.leadfeeder.com/>

Leadfeeder ohranja sistem tako, da identificira podjetja, ki ugodno sodelujejo z našo vsebino. Pri analizi prometa na spletnem mestu Leadfeeder sledi organizacijam, ki kažejo zanimanje za našo blagovno znamko, in kateri izdelki ponujajo rešitve za njihove težave. S tem vpogledom lahko prodajne ekipe nato pristopijo k potencialnim strankam iz pravega zornega kota in s pravim namigom, s čimer bistveno povečajo svojo zmagovalno stopnjo.

LeadFuze

<https://www.leadfuze.com/>

LeadFuze avtomatizira proces iskanja in daje več časa za izboljšanje veščin, izpopolnitev predstavitev in sklenitev poslov. Na podlagi tega, kako konfiguriramo svoj idealni profil stranke (panoga, naziv, lokacija, velikost podjetja itd.), ta programska oprema za ustvarjanje potencialnih strank samodejno zbira kontaktne podatke ustreznih odločevalcev in nemudoma pošilja osebna e-poštna sporočila in nadaljnja obvestila. LeadFuze ima več kot 50 milijonov zapisov v svoji vse večji bazi podatkov o potencialnih strankah.

LeadGenius

<https://www.leadgenius.com/>

Izboljšanje procesa ustvarjanja potencialnih strank in upravljanja z zmogljivo kombinacijo strojnega učenja in strokovne človeške inteligence. LeadGenius omogoča ekipi, da gradi trajne in smiselne

odnose z vsemi pomembnimi odločevalci. Trg je potrebno razviti tako, da prepozna nove možnosti, potrdi segmente potrošnikov in osebnosti kupcev, optimizira obstoječo bazo potencialnih strank in izboljša doseg e-pošte.

LeadIQ

<https://leadIQ.com/>

LeadIQ omogoča izjemno enostavno iskanje, zlasti na LinkedInu. To je eden najhitrejših in najpreprostejših načinov za prodajne ekipe in zaposlovalce, da sestavijo sezname preverjenih kontaktnih podatkov iz spleta in jih sinhronizirajo v Salesforce in številne druge CRM-je.

LeanData

<https://www.leandata.com/>

Pri prodaji obstaja nekaj takega, kot je prileganje vodilnega predstavnika. Obetavna prednost, ki vodi do napačne ponovitve, zlahka postane izgubljena priložnost. LeanData izboljša prodajni proces tako, da omogoča natančne prilagoditve strategije usmerjanja potencialnih strank. Uporaba vizualne intuitivne funkcije LeanData za upravljanje potencialnih strank, ki temeljijo na vpogledu, da optimiziramo svoj zgornji potencial z doslednim dodeljevanjem pravih potencialnih strank pravim predstavnikom.

MapAnything

<https://www.salesforce.com/products/sales-cloud/tools/empower-field-workforce/?red=mapanything.com>

MapAnything zagotavlja popolno vidljivost dejavnikov, občutljivih na lokacijo, ki vplivajo na podjetje. V svojo infrastrukturo Salesforce ali ServiceNow je potrebno vključiti funkcije geoanalitika, kartiranja in geoproduktivnosti MapAnything in pričakovati, da bomo težave strank reševali točno tam, kjer boli, in izboljšali meritve točno tam, kjer je to pomembno.

Mintigo

<http://www.mintigo.com/>

Mintigo zbira in analizira na tisoče korporativnih podatkovnih točk, vključno s financami, tehnološkimi naročinami, osebjem in nakupnim vedenjem. Z izvajanjem teh podatkovnih točk z ustreznimi modeli in podatki v CRM-ju Mintigo nato da prednost potencialnim strankam glede na vrednost, ki jo lahko ustvarijo za podjetje.

Affinity

<https://www.affinity.co/>

Affinity, platforma za obveščanje o odnosih, analizira vedenjske vzorce potencialnih strank in v realnem času daje priporočila, kako se najbolje povezati s svojimi strankami v vsakem trenutku cikla angažiranja. Potrebna je integracija orodja Affinity s našimi orodji za iskanje v zbirki orodij, da bomo med pisanjem e-pošte ali brskanjem po spletu pridobili uporabne podatke (omembe družbenih medijev, novice o podjetju itd.) o stranki.

Reachable

<http://reachable.com/>

V poslu močni odnosi pogosto pomenijo močan prihodek. Reachable pomaga ekipi izkoristiti moč osebnih in korporativnih odnosov za ustvarjanje vrednosti, povečanje produktivnosti in spodbujanje

samomotivacije. Uporaba orodja Reachable izboljša timsko sodelovanje, pospeši prodajo in identifikacijo najboljših točkovnih oseb za sodelovanje ali zahtevo za napotitev, ko se obrnemo na potencialne stranke.

Rafiner

<https://refiner.io/>

Vsako podjetje SaaS, ki želi iti na višji trg, mora najprej razumeti, katere so njegove najboljše prodajne priložnosti. Brez tega prodajalci tvegajo, da izgubijo čas za obdelavo slabih potencialnih strank in zamudijo priložnosti z visoko vrednostjo. Refiner je programska oprema za kvalifikacijo vodilnih strank, ki podjetjem B2B SaaS pomaga odkriti svoje najbolj vroče kvalificirane potencialne stranke na avtopilotu in svojim prodajalcem zagotavlja vpogled v to, na katere od svojih potencialnih strank bi se morali osredotočiti, kdaj naj se obrnejo in katere informacije bi lahko uporabili, da bo prodajni pogovor bolj relevanten.

Salesvue

<https://salesvue.com/>

Salesvue je bil namensko ustvarjen kot izvorna funkcija Salesforce, da bi prodajnim strokovnjakom pomagala avtomatizirati celoten potek dela: od iskanja potencialnih strank do negovanja potencialnih strank. Uporaba orodja Salesvue poveča število sestankov in pretvori več potencialnih strank – brez napak, zamud in težav z uporabnostjo, ki se običajno pojavljajo pri drugih, tujih rešitvah drugih proizvajalcev, ki delujejo v okolju Salesforce.

SalesWings

<https://www.saleswingsapp.com/>

SalesWings je priročno orodje za spremljanje in merjenje, kako se potencialni kupci odzivajo na trenutna sporočila. Ta zbirka vtičnikov, API-jev, dodatkov in aplikacij ima možnost zaznavanja specifičnega vedenja (kot so sodelovanje z glasili, obiski spletnega mesta in posebni razdelki ali teme, ki jih zanimajo). Ko so izpolnjeni pogoji sprožitve, SalesWings pošlje obvestila v realnem času, tako da se lahko takoj odzovemo na pozitivne signale.

Troops

<https://www.troops.ai/>

Nova generacija prodajnih strokovnjakov zahteva nabor orodij, ki so usklajeni z njihovimi navadami in preferencami, ki brezhibno združujejo delo in življenjski slog, da ostanejo motivirani in pripravljeni za visoko zmogljivost. Troops uporablja pogovorno umetno inteligenco, da pomaga ekipam, da dobijo, kar potrebujejo (iz okornih CRM-jev), hitro, enostavno in na poti prek bota na Slacku. Nič več ni treba brskati po temnem močvirju običajnih CRM-jev.

Velocify Pulse

https://www.icemortgagetechnology.com/velocif?velociify_redirect=true

Kot že ime pove, Velocify Pulse pospešuje prodajni proces, hkrati pa izboljšuje natančnost, s katero ekipe iščejo in pritegnejo potencialne stranke.

Uporaba platforme s Salesforceom, poveča produktivnost vseh v ekipi – od iskalcev in SDR do zapiralcev in menedžerjev.

Wiza

<https://wiza.co/>

Wiza pretvori iskanja v prodajnem navigatorju LinkedIn v seznime preverjenih e-poštnih sporočil potencialnih strank. Uporaba orodja Wiza za izvoz vseh iskanj in shranjenih seznamov potencialnih strank v čisti .csv, pripravljen za dosego. Potrebno je povezati svoj račun s Salesforce, Outreach ali HubSpot, da pospešimo svoj potek dela.

Xant.ai

<https://www.insidesales.com/>

Prej znan kot Inside Sales, Xant je prodajna platforma s polnimi funkcijami, ki uporablja AI, strojno učenje, znanost o podatkih in napovedno analitiko za spodbujanje produktivnosti in rasti prihodkov. Zmogljive izvirne funkcije za prodajne klice, točkovanje priložnosti, kvalifikacijo potencialnih strank in napovedovanje, da podjetje popelje na višjo raven. Nič ne pospeši prodajne uspešnosti bolje kot navadna, preprosta znanost.

Orodja za upravljanje uspešnosti prodaje**Altify**

<https://uplandsoftware.com/altify/>

Altify pomaga določiti dejavnike, ki imajo največji vpliv na hitrost prodaje, delež zmag in druge meritve. Ne glede na to, ali moramo prilagoditi določeno prodajno dejavnost ali razviti nove veščine za razvoj poslovanja, nam bo Altify pokazal, kako najbolje premakniti iglo.

AlwaysHired

<https://www.alwayshired.com/>

Tehnološka podjetja, ki sodelujejo z AlwaysHired, lahko pričakujejo, da bodo imela visokokakovostni nabor talentov, iz katerega bodo lahko vključili tehnološko podkovane prodajne strokovnjake. AlwaysHired je navdušujoč bootcamp za prodajalce, ki želijo nadgraditi svoje veščine, tudi usposabljanje kandidatov, da postanejo dobro seznanjeni s trendi in jezikom tehnologije. Vsaka organizacija, ki namerava prodajati tehnološke izdelke, bo imela koristi od te redke podskupine prodajalcev.

Ambition

<https://ambition.com/>

Programska oprema lahko pomaga izboljšati meritve, vendar so ljudje, ki stojijo za blagovno znamko, tisti, ki na koncu pritegnejo dobiček. Da bi prodajni strokovnjaki ostali osredotočeni in motivirani, Ambition ugotovi, katere meritve imajo največji vpliv na podjetje, nato pa spodbudi prodajne predstavnike, ki se odlično obnesejo pri teh meritvah. Ambition ponuja motivacijske lestvice najboljših za vzpostavitev preglednosti in odgovornosti, kazalnike v realnem času za vzbujanje osredotočenosti in analitiko podatkov za povečanje učinkovitosti posameznika in ekipe.

Betts Recruiting

<https://bettsrecruiting.com/>

Betts Recruiting dela temelje za ambiciozna, hitra podjetja, ki potrebujejo vrhunsko osebje, ki vodi svoje prodajne prostore.

Betts Recruiting je odlično orodje, če potrebujemo predhodno pregledane in optimalno pripravljene prodajne stroje na naši strani.

Bigtincan

<https://www.bigtincan.com/>

Bigtincan, ki ga poganjata umetna inteligenca in strojno učenje, samodejno dostavi priporočeno vsebino vsaki posamezni stranki v kateri koli napravi in na vsaki stopnji prodajnega cikla. Bigtincan se integrira z CRM in zagotavlja inteligenco v realnem času, ki pomaga prilagajati zavarovanja, predstavitve in dinamične prodajne priročnike kadar koli in na poti. Opozorila o uporabi v realnem času pomagajo razumeti, kako se potencialne stranke ukvarjajo z vsebino. Samodejne posodobitve CRM in napovedno modeliranje spodbujajo produktivnost prodajnih predstavnikov.

Faktor 8

<https://factor8.com/>

Če potrebujemo usposabljanje za ljudi v svojih notranjih prodajnih operacijah, je Factor 8 ekipa, ki spravi naše predstavnike v vrhunsko formo. Factor 8 se osredotoča na B2B prodajo za mala in srednja podjetja, vendar delujejo in sodelujejo z velikimi blagovnimi znamkami, kot so IBM, HP, Google in SAP. Za razliko od skoraj vseh elementov na tem seznamu, Factor 8 tehnično ni programska oprema, ki jo uvajamo v celotni organizaciji, temveč vir naborov spretnosti, ki jih je mogoče kupiti, kjer se lahko naša ekipa nauči vsega, kar potrebuje za dosledno zagotavljanje visoke zmogljivosti.

HireVue

<https://www.hirevue.com/>

Nadgradnja programa zaposlovanja in usposabljanja. HireVue je platforma, ki temelji na videu, ki pomaga organizacijam odkriti, oceniti in usposobiti vrhunske talente. Uporaba analitične zmogljivosti HireVue pomaga prepoznati kandidate, ki bodo ustrezali našemu idealnemu profilu za vsako prodajno vlogo v svoji ekipi. Uporaba platforme za natančno inštruiranje in za uporabo vzdrževanja vrhunske prodajne pripravljenosti.

Hoopla

<https://www.hoopla.net/>

Hoopla je celovita platforma za upravljanje uspešnosti, katere cilj je zgraditi kulturo odličnosti in sodelovanja. Z uporabo analitike podatkov, igerifikacije in drugih funkcij Hoopla pripelje vse na isto stran in ohranja prodajne ekipe osredotočene na doseganje svojih ciljev. Dinamične lestvice najboljših in vizualizirane meritve spodbujajo zavzetost osebja in motivirajo vse, da dajo vse od sebe. Hooplo je mogoče integrirati s CRM, aplikacijami za produktivnost in drugo programsko opremo.

LevelEleven

<https://leveleleven.com/home-2/>

LevelEleven je sistem za upravljanje prodajnih dejavnosti, ki se opira na podatke o angažiranosti, vedenju in uspešnosti, da svojo prodajno ekipo prilagodi v vrhunsko formo. Platforma določi ključne dejavnike, ki prevesijo tehniko v korist podjetja, nato pa vodi prodajalce, kako najbolje preoblikovati to inteligenco v zaključene posle.

Uporaba orodja LevelEleven je smiselna za izgradnjo kulture visoke učinkovitosti in rasti prihodkov.

MindTickle

<https://www.mindtickle.com/>

Ker so znanje in veščine ekipe ključnega pomena, je prodajna pripravljenost strateška komponenta, ki si je ne moremo privoščiti, da bi jo prezrli. MindTickle je platforma za omogočanje prodaje od začetka do konca, ki vodi zastopnike in vodje skozi prodajni cikel z uporabo strukturiranih učnih poti, igranja vlog in analitike. Prodajno ekipo je potrebno 'opremiti' s spretnostmi in znanjem, ki jih potrebujejo za uspeh, od vklopa do stalne pripravljenosti.

PointForward

<https://www.pointforwardsoftware.com/>

PointForward je rešitev za upravljanje uspešnosti od začetka do konca, ki pomaga hitro in stroškovno učinkovito usposobiti prodajne predstavnike. Uporaba orodja PointForward, z namenom, da olajšamo vključitev novih prodajnih delavcev, okrepimo veščine za pridobivanje poslov in vzpostavimo najboljše prakse, ki dosledno prinašajo pozitivne rezultate v vsakem scenariju.

Qstream

<https://qstream.com/>

Uspešnost ekipe je zelo odvisna od vodstva, ki stoji za njo. Qstream opremlja prodajne trenerje in vodje s kvalitativnimi in kvantitativnimi vpogledi, ki očitno premaknejo iglo na pomembne meritve. Ta rešitev združuje informacije o KPI iz CRM-ja, ocene kompetenc, usposabljanje za veščine, bazo znanja in opazovanja v obliki videa, da prodajne strokovnjake opremlja s pravimi prodajnimi pristopi, vedenjem in sporočili, ko pritegnejo stranke v realnem času.

QuotaPath

<https://www.quotapath.com/>

QuotaPath avtomatizira izračun provizij in izboljša razumevanje kompleksnih načrtov za nakupe, s čimer spodbuja učinkovitejši in natančen prodajni proces za ekipe. S sinhronizacijo podatkov v realnem času iz HubSpot in Salesforce ter prilagojenimi nadzornimi ploščami, predstavniki in vodje pridobijo globlje razumevanje svojih zaslužkov in kvot, vse na modelu freemium. S funkcijo izplačil so vsi v ekipi plačani natančno in pravočasno.

SAP Commissions

<https://www.sap.com/products/commissions.html>

SAP Commissions je nagrajeni ponudnik prodajne programske opreme, katerega nabor rešitev zajema trženje, uspešnost prodaje, učenje in izkušnjo strank. SAP Commissions, storitev prodajnih nadomestil v paketu avtomatizira postopek nadomestil, hkrati pa naredi program nagrajevanja katere koli organizacije hiter in natančen. Uporaba orodja SAP provizije z namenom, da ustvarimo in upravljamo sofisticiran program spodbud, ki zmanjšujejo spore in preplačila, hkrati pa motivirajo ekipe za neposredno in posredno prodajo, da dosežejo višjo raven uspešnosti.

ThinkSmartOne

<https://thinksmartone.com/en/>

Uspeh pri prodaji je močno odvisen od vedenja, odnosa in navad. ThinkSmartOne je platforma za spodbujanje in nagrajevanje, ki pomaga krepiti in standardizirati zmagovalno vedenje med prodajnimi strokovnjaki. Z uporabo igerifikacije, avtomatizacije, poročanja in komunikacije v realnem času ThinkSmartOne spodbuja visoko zmogljivost in vrhunsko rast.

Veelo

<https://veeloinc.com/>

Veelo ponuja celovito rešitev za upravljanje uspešnosti prodaje s centralizacijo omogočanja, optimizacije, vključitve in usposabljanja na eni platformi. Z uporabo umetne inteligence, strojnega učenja in vedenjske znanosti Veelo priporoča popoln pogovor ali najpomembnejšo učno pot v pravem trenutku za povečanje produktivnosti in povečanje uspešnosti. Uporaba orodja Veelo za hitrejšo vključitev novih prodajalcev z namenom, da jih spodbudimo, da hitreje dosežejo vrhunsko učinkovitost.

Xactly

<https://www.xactlycorp.com/>

Svojo kompenzacijsko strategijo lahko (in moramo) uskladiti s svojimi cilji rasti. Platforma Xactly lahko pomaga narediti to lažje, hitreje in s presenetljivimi stopnjami uspeha. Xactly je platforma za spodbujanje, kompenzacije in upravljanje učinkovitosti v oblaku, ki je zasnovana namensko za prodajne organizacije poslovnega razreda. Razvijanje načrtov spodbud, ki zagotavljajo optimalno prodajno uspešnost. Xactly naj samodejno upravlja zapletene izračune in se osredotoči na to, da bo ekipa izboljšala svojo zmagovalno stopnjo. Uporaba analitike za pridobivanje uporabnega vpogleda v dinamiko kompenzacije uspešnosti. Izkoriščanje podatkov panoge z namenom, da vidimo, kako konkurenca kompenzira njihov nabor talentov.

Orodja za povezovanje s kupci

Accent Acceleration

<https://accent-technologies.com/sales-enablement-solution/>

Popoln vpogled v vsako prodajno situacijo ekipi omogoča, da naredi prave poteze, ki neposredno vplivajo na njihov rezultat. S Accent Accelerate pridobimo popoln vpogled v priložnosti, prodajne dejavnosti in vedenje strank – ključne informacije, ki ekipo spodbujajo k doseganju višjih stopenj zmag. S pomočjo Accentove analitike podatkov, orodij za sledenje in vizualizacijo v realnem času lahko krmarimo po zapletenih prodajnih situacijah, dajemo prednost najbolj dragocenim priložnostim in določimo najboljši korak naprej.

Highspot

<https://www.highspot.com/>

Highspot uporablja umetno inteligenco in strojno učenje za upravljanje in dostavo vsebine za vsak edinstven scenarij sodelovanja. Uporaba orodja Highspot z namenom, da bodo prodajni zastopniki ostri s pravimi moduli za usposabljanje. Potrebno je izvesti dobro zasnovane priročnike in navdušiti stranke s prepričljivo vsebino prek e-pošte, ciljnih strani ali spletnih predstavitev ter omogočiti vodjem prodaje, ekipam in strankam, da odkrijejo in ukrepajo na podlagi ustreznih informacij ali vpogleda. Integriranje Highspot v Salesforce in pridobivanje podatkov v realnem času o tem, kako se potencialne stranke odzivajo na naša sporočila.

Klyck

<https://www.klyck.io/>

Kakovost vsebine pomembno vpliva na nakupno vedenje potencialnih strank, vendar je pomemben tudi način, na katerega je dostavljena. Klyckova integracija z CRM omogoča predstavnikom, da zgradijo

interaktivne predstavitve kar znotraj platforme. Poleg tega predstavniki prihranijo čas s Klyckovimi naprednimi možnostmi iskanja in filtriranja, ki olajšajo hitro iskanje najustreznejše prodajne vsebine.

Seismic

<https://seismic.com/>

Elitni prodajni strokovnjaki se potrudijo, da razumejo ključne boleče točke svojih potencialnih strank in prilagodijo sporočila, da jih obravnavajo. Toda tudi najučinkovitejši prodajalci lahko izgubljajo čas z iskanjem prave vsebine, ki bi jo poslali potencialnim strankam ob pravem času. Potem ni vedno jasno, katera vsebina je bila najbolj privlačna za potencialno stranko. Seismic je platforma za omogočanje prodaje za podjetja. Med svojimi številnimi zmožnostmi blesti kot sistem za upravljanje vsebine, ki zagotavlja posodobljene različice, napovedna priporočila vsebine za vsak posel in analitiko, ki predstavnikom pokaže, katera vsebina najbolj vpliva in je najbolj primerna.

SetSail

<https://www.setsail.co/>

SetSail je vodilno orodje za izvrševanje prihodkov. Pomaga pri povečanju produktivnosti prodaje, saj spodbuja prihodkovne ekipe, da se osredotočijo na pravo vedenje. Da bi se vsak predstavnik obnašal kot najboljši je pomembno, da nagradimo najboljše prakse v realnem času.

Showpad

<https://www.showpad.com/>

Showpad omogoča ekipi in strankam, da najdejo, delijo ali predstavijo popolno vsebino za vsako situacijo. Povečanje prodajne uspešnosti na način, da pritegnemo in navdihnemo stranke z boljšimi pogovori, ki spodbujajo akcijo.

Veelo

<https://veeloinc.com/>

Veelo ponuja celovito rešitev za upravljanje uspešnosti prodaje s centralizacijo omogočanja, optimizacije, vključitve in usposabljanja na eni platformi. Z uporabo umetne inteligence, strojnega učenja in vedenjske znanosti Veelo priporoča popoln pogovor ali najpomembnejšo učno pot v pravem trenutku za povečanje produktivnosti in povečanje uspešnosti. Uporaba orodja Veelo za hitrejšo vključitev novih prodajalcev z namenom, da jih spodbudimo, da hitreje dosežejo vrhunsko učinkovitost.

Orodja za prodajno angažiranost

Bloobirds.com

<https://www.bloobirds.com/>

Zasnovan za odpravo skrbniških nalog prodajnih zastopnikov in menedžerjev, Bloobirds pomaga ekipi pri pretoku skozi njihov sistem, da postane prodaja bolj intuitivna. Vse to ob zbiranju ključnih vpogledov, ne da bi se zanašali na zloglasno pozabljive prodajalce, da izpolnijo CRM. Povlecimo in spustimo svoj prodajni priročnik na njihovo uporabniku prijazno platformo in si oglejmo rezultate, kot je 210-odstotno povečanje kvalificiranih prodajnih priložnosti. Bloobirds podpira prodajno in iskalno ekipo na vsakem koraku, hkrati pa pomaga voditeljem pri sprejemanju boljših odločitev.

Cirrus Insight

<https://www.cirrusinsight.com/>

Prehod med e-pošto in Salesforce je lahko dolgočasen in zagotovo vzame smešno veliko časa. Cirrus Insight omogoča, da delamo znotraj svoje e-pošte, medtem ko imamo Salesforce na voljo za nemoteno vodenje naše korespondence s pametnim vpogledom, ki sklone posel. S Cirrus Insight se vsi e-poštni podatki, urniki in nadaljnja dejanja samodejno sinhronizirajo s Salesforceom, kar odpravlja potrebo po vnosu podatkov, ročnih posodobitvah in drugih dolgočasnih opravilih. Prihranimo si čas, povečamo produktivnost in neprimerljivo obvladujemo domene v svoji e-pošti.

Mailshake

<https://mailshake.com/>

Mailshake omogoča pošiljanje prilagojenih hladnih e-poštnih sporočil v velikem obsegu, sodelovanje s potencialnimi strankami prek telefona in družbenih medijev ter ustvarjanje zaporedij vse v enem – vse na eni nadzorni plošči. Izkoristimo personalizacijo združevanja pošte in samodejno spremljanje, da izboljšamo in povečamo doseg e-pošte. Prihranimo čas z vgrajenim telefonskim klicnikom. In izboljšamo stopnje povezovanja s prodajnimi kadenci, ki sodelujejo s potencialnimi strankami na več družbenih kanalih.

Outreach

<https://www.outreach.io/>

Outreach je vodilna platforma za prodajno udejstvovanje, ki pomaga slediti tempu, analizirati in avtomatizirati e-poštna in glasovna sporočila strankam. Z integracijo Outreach-a v CRM nam nikoli ne bo treba ročno beležiti dejavnosti in rezultatov sporočanja, kar nam bo omogočilo več časa za rezervacijo več sestankov, sklepanje poslov in sprejemanje bolj utemeljenih odločitev. Vrhunsko raziskovalno podjetje je pred kratkim ugotovilo, da organizacije, ki uporabljajo Outreach, dobijo 387-odstotno donosnost naložbe – to je 5x več, kar je najvišje v panogi. Prav tako sprosti 20 % časa prodajnih zastopnikov, da se osredotočijo na dodatne prodajne dejavnosti, kar nam omogoča 3-mesečno vračilno dobo.

PersistIQ

<https://www.persistiq.com/>

Minili so dnevi zamujenih nadaljnjih ukrepov z možnostmi ali izgubljanja ur vsak dan za beleženje informacij v CRM. PersistIQ je sistem za prodajno orkestracijo, ki je enostaven za uporabo in ki ga prodajalci uporabljajo za proaktivno ustvarjanje novih priložnosti. S PersistIQ prodajalci hitro ustvarijo več dotikov in večkanalne komunikacijske kampanje, ki vključujejo e-pošto, glasovna in ročna opravila, ki so sinhronizirana z CRM. Te kampanje spodbujajo visokokakovostne in prilagojene stične točke s potencialnimi strankami, povečujejo število prodajnih aktivnosti in vzdržujejo prodajne organizacije vsak dan.

Reply

<https://reply.io/>

Odgovor avtomatizira doseg, hkrati pa ohranja prilagojene pogovore z vsakim od potencialnih strank in spremlja njihovo vedenje skozi čas. Uporaba orodja Odgovori z namenom, da razširimo svojo odhodno komunikacijo po več kanalih in povečamo sodelovanje. Uporabimo ga za povečanje vhodne prodaje in negovanje odnosov z obstoječimi računi. Integrirajmo Reply s svojim CRM, poiščimo e-pošto potencialnih strank na LinkedInu, učinkoviteje začnimo klicne seje in izkoristimo prednosti analitike, ki temelji na podatkih, da sprejemamo pametnejše prodajne odločitve.

SalesHandy

<https://www.saleshandy.com/>

SalesHandy omogoča enostavno doseganje potencialnih strank in sklepanje poslov. Pošiljamo lahko hladna e-poštna sporočila in e-poštne kampanje. Samodejno spremljanje in razporejanje e-pošte zagotavljata, da nikoli ne zamudimo priložnosti. Spajanje pošte nam omogoča, da povečamo personalizacijo in dobimo več odprtih sporočil. Analitika SalesHandy omogoča vpogled v splošno uspešnost, tako da lahko hitreje povečamo angažiranost.

SalesLoft

<https://salesloft.com/>

SalesLoft ponuja prodajnim organizacijam možnost, da gradijo, delijo in izvajajo svoj vzorec prodajnih korakov po e-pošti, telefonu in družabnih omrežjih. Prodajalcem pomagajo vzpostaviti več povezav in zapreti več poslov. Sledenje e-pošti v realnem času pomaga ekipam, da se odzovejo na nakupovalne signale, vgrajeno klicanje pa uporabnikom omogoča klicanje, beleženje in snemanje klicev od koder koli. SalesLoft se integrira z več kot 35 drugimi ponudniki prodajne tehnologije.

SPOTIO

<https://spotio.com/>

SPOTIO je celovita programska oprema za upravljanje prodaje na terenu za vodje prodaje in zastopnike. Dostavljen prek intuitivne mobilne aplikacije za predstavnike na terenu in namizne aplikacije za vodje, SPOTIO centralizira dejavnosti prodajne ekipe, da omogoči večjo produktivnost, večji prihodek in več sklenjenih poslov.

VanillaSoft

<https://vanillasoft.com/>

VanillaSoftov edinstven mehanizem za določanje prednosti potencialnih strank samodejno ponudi »naslednjo najboljšo vodilno stranko« prodajnemu zastopniku na podlagi nakupne namere (dohodne spletne potencialne stranke se dvignejo na vrh), različnih atributov profila potencialnih strank in nadaljnje kadence. Ni seznamov za upravljanje. Ko prodajni zastopnik zaključi poskus dosega, se samodejno prikaže naslednja najboljša potencialna stranka, kar dramatično poveča produktivnost in prihodek na zastopnika.

Yesware

<https://www.yesware.com/>

Yesware je storitev, ki je enostavna za uporabo, ki deluje v ozadju e-poštnega odjemalca, se sinhronizira s CRM in nudi predpisujočo analitiko o tem, kako najbolje pritegniti potencialne stranke v vsaki fazi prodajnega cikla. Yesware sledi in analizira e-pošto, klice in predstavitvene podatke, zbrane iz mape »Prejeto«, nato pa se samodejno sinhronizira s Salesforceom, kar zagotavlja več preglednosti, hkrati pa odpravlja potrebo po ročnem vnosu podatkov.

Orodja za prodajno in tržno inteligenco

Intricate.ly

<https://www.intricate.ly/>

Pridobimo lahko podrobnosti o uvajanju digitalnih izdelkov, uporabi in porabi v realnem času za več kot 20.000 izdelkov v več kot 7 milijonih podjetij. Če želimo pritegniti ali dati prednost potencialnim strankam glede na porabo ali uporabo za določen izdelek (tj. AWS S3), kategorijo (tj. CDN) ali digitalni primer uporabe (tj. Big Data) si moramo ogledati orodje Intricate.ly, ki ponuja brezplačno razširitev za Chrome.

Artesian

<https://artesian.co/>

Artesian zagotavlja ustrezen vpogled v realnem času o strankah, njihovem svetu in o tem, kaj jim je najbolj pomembno. Pri uporabi orodja Artesian, bolje razumemo svoj trg, bolj inteligentno kvalificiramo potencialne stranke in vzdržujemo sodelovanje s strankami, ki prinaša pomembne in produktivne rezultate.

Clearbit

<https://clearbit.com/>

Z dostopom do 200 milijonov stikov v 20 milijonih podjetij platforma Clearbit daje prave informacije o potencialnih strankah, kadar in kje jih potrebujemo. Platforma lahko poišče nove potencialne stranke na podlagi naših ciljnih demografskih ali firmografskih podatkov in identificira spletni promet ter zagotovi vpogled v poimenovane račune.

D&B Hoover's

<https://www.dnb.com/products/marketing-sales/dnb-hoovers.html>

Poznavanje svojega občinstva in sveže, natančne informacije o potencialnih strankah pomagata nastaviti pravi ton za sodelovanje s strankami. Hoover's strankam zagotavlja tržno inteligenco že od devetdesetih let prejšnjega stoletja in vodi bazo podatkov z več kot 85 milijoni podjetij in 100 milijoni strokovnjakov v skoraj tisoč segmentih industrije. Če želimo hiter način za zbiranje notranjih informacij o novi potencialni stranki, je Hoovers dostojno orodje za uporabo. Dobro znana skrivnost: to orodje nam lahko pomaga pri iskanju potencialnih strank s takojšnjimi potrebami.

DiscoverOrg

<https://discoverorg.com/>

Z uporabo platforme DiscoverOrg, usmerimo potencialne stranke, ki so kvalificirane za trženje, v sistem naše ekipe za razvoj prodaje. Konfigurirajmo vedenjske sprožilce, da nam bodo v realnem času dali informacije o tem, ali so ciljne stranke pripravljene na nakup. Uporabimo podrobne in redno posodobljene organizacijske diagrame naših potencialnih strank, da določimo pravo osebo za vsak posel. S pridobitvijo Zoominfo leta 2019 je DiscoverOrg zdaj še bolj popolna baza podatkov o stikih in podjetjih.

Emissary

<https://emissary.io/>

Poglobimo svoje znanje o potencialnih strankah z visoko vrednostjo. Kot platforma, ki prodajnim strokovnjakom omogoča povezovanje z nekdanjimi vodstvenimi delavci ciljnih podjetij, Emissary

pomaga pridobiti jasnejše razumevanje ekosistema in motivacije ključnih strank. Uporaba Emisary platforme za oblikovanje zmagovalne strategije sodelovanja.

EverString

<https://www.zoominfo.com/solutions/zoominfo-everstring>

Posodobimo prodajne in marketinške ekipe z obveščevalno platformo, ki jo poganja umetna inteligenca, in pospešimo svojo prodajo. Intuitivni uporabniški vmesnik EverString pomeni, da vsaka ekipa svojo igro izenači z neto novimi potencialnimi obeti, prednostnim vhodnim pretokom potencialnih strank in ustreznimi vpogledi o vsakem računu in stiku. Z platformo EverString se lahko v svojem skladu ekipa končno osredotoči na tisto, kar dela najbolje: prodajo.

FirstRain

<https://www.aurea.com/library/firstrain/>

Pravi podatki bodo pomagali vzpostaviti pozitivne povezave s potencialnimi strankami. Pravi vpogled, pridobljen ob pravem času, bo pomagal graditi odnose in pretvoriti potencialne stranke v plačljive stranke. FirstRain se osredotoča na pridobivanje ustreznih informacij in na oblikovanje pravočasnih vpogledov za spodbujanje strategij rasti in krepitev prodaje. FirstRain spremlja poslovne, družbene medije in finančne dejavnosti ključnih strank ter krepi ekipo s poglobljenim znanjem in analitiko.

FullContact

<https://www.fullcontact.com/>

FullContact je močna kontaktna platforma za strokovnjake, ekipe in podjetja. Njihova razširitev za Chrome postavi Gmail na 'steroidne' – zagotavlja zanesljive podatke o potencialnih strankah, tako da lahko bolje prodajamo in pridobivamo več poslov.

KickFire

<https://www.kickfire.com/>

KickFire obogati nabor z odklepanjem novih potencialnih strank in priložnosti, ugotavljanjem, kateri izdelki in storitve najbolj odmevajo pri našem ključnem občinstvu, in točkovanjem potencialnih strank, ki pomagajo pri določanju prednostnih nalog. KickFire uporablja spletno sledenje, obvestila v realnem času in zmogljivo analitiko, da zagotovi popolno vidljivost prodajnega procesa in nas ohranja pred konkurenco.

Lead411

<https://www.lead411.com/>

Lead411 je platforma Sales Intelligence, ki odkrije uporabne vpogleda za prodajne/marketinške ekipe, da jim pomaga ciljati na podjetja/stike, za katere je veliko bolj verjetno, da bodo kupovali določene izdelke in storitve. Z uporabo tehnologije in svoje ekipe razkrijejo visokokakovostne potencialne stranke za naše rešitve skupaj z zelo natančnimi kontaktnimi podatki. Lead411 pomaga svojim strankam premagati njihovo konkurenco.

Mattermark

<https://mattermark.com/>

Mattermark obogati bazo strank z dinamičnimi, posodobljenimi informacijami o naših ciljnih podjetjih, vključno z lokacijo, številom zaposlenih, krogi financiranja in številnimi drugimi podatki. Uporaba

platforme Mattermark z namenom, da poglobimo svoje razumevanje ključnih potencialnih strank in začnemo bolj smiselne pogovore, ki vodijo do prodaje.

TAM Calculator by Cognism

https://info.cognism.com/tam-calculator?utm_source=blog&utm_medium=tamcalculator_blog&utm_campaign=marketing&utm_term=content

Pri sprejemanju pomembnih poslovnih odločitev bi morala biti glavna prednostna naloga vedeti, kako velik je naš tržni delež. Cognism je ustvaril brezplačen Total Addressable Market ali TAM kalkulator, ki nam pomaga razumeti velikost našega bodočega trga. Preprosto moramo vnesti svoja ciljna merila, vključno z naslovom in delovno dobo, podjetji, lokacijo in še več. Ko je ta korak končan, bo kalkulator preslikal velikost in obseg našega celotnega naslovnega trga. To bi nam moralo omogočiti boljše poslovne odločitve za naprej.

UpLead

<https://www.uplead.com/>

UpLead je spletna platforma za obveščanje o prodaji B2B, ki nam omogoča iskanje med več kot 54 milijoni spletnih profilov, da nas hitro poveže s kvalificiranimi potencialnimi strankami. Njegovo ogromno bazo podatkov lahko uporabimo za iskanje novih potencialnih strank ali posodobitev in obogatitev obstoječe baze podatkov potencialnih strank. Vse, kar moramo storiti, je vnesti podatke o osebi naše idealne stranke, vključno z njihovo lokacijo in spletno tehnologijo, ki jo uporabljajo, da pridobimo vse potencialne stranke, ki jih potrebujemo.

ZoomInfo

<https://www.zoominfo.com/>

Medtem ko od te posodobitve še vedno deluje neodvisno, je Zoominfo leta 2019 prevzel DiscoverOrg. Ta združitev je sledila prevzemu podjetja Datanyze s strani ZoomInfo leta 2018. Te tri zbirke podatkov o strankah skupaj predstavljajo en močan center obveščanja strank.

Vainu

<https://www.vainu.com/>

Vainu je platforma za obveščanje o prodaji, ki podjetjem pomaga doseči obsežno personalizacijo v prodaji in trženju. Vainu, ki ga poganja tehnologija za zbiranje, branje in razumevanje vseh kdaj napisanih informacij o podjetju, omogoča te vpoglede v podjetje v realnem času, ki jih je enostavno uporabiti neposredno v obstoječih poslovnih sistemih svojih strank. Vainu se brezhibno integrira s priljubljenimi CRM-ji, kot so HubSpot, MS Dynamics, Pipedrive in Salesforce. S to integracijo lahko popravimo in posodobimo zastarele informacije, izpolnimo praznine v svojih podatkih z izčrpnimi firmografskimi in tehnološkimi informacijami, avtomatiziramo delovne tokove na podlagi sprožilcev podatkov in dobimo celosten pregled podjetja v enem pogledu.

2.4 Digitalna orodja v podporo procesu proizvodnje v proizvodnih podjetjih oziroma izvajanja storitev v storitvenih podjetjih

ERP (*Enterprise Resource Planning*) digitalna orodja v procesu proizvodnje izdelkov in storitev

Digitalna orodja ERP v procesu proizvodnje ali nujenja storitev, pomaga podjetjem avtomatizirati naloge za povečanje proizvodnje izdelkov ali storitev, izboljšanje kakovosti, izpolnjevanje predpisov in zadovoljstvo kupcev. Uporabniki lahko spremljajo tudi svoj inventar, dobavno verigo, ključne KPI-je in drugo. Obstajajo rešitve za različne proizvodne vidike in industrije, storitveni sektor, strojne delavnice, CAM-CAD, CRM od semena do prodaje in še več.

Načini uporabe

Za to vrsto digitalnih orodij običajno obstajajo trije načini uporabe/uvajanja: lokalni, oblak in hibridni oblak.

- Na lokaciji: To programsko opremo hranite izključno na računalnikih in strežnikih v vaši organizaciji. Ta metoda vam in vaši ekipi omogoča dostop do podatkov, sprejemanje ukrepov in nadzor strojev je možen samo z določenega delovnega mesta.
- Oblak: Uporabite programsko opremo iz katerega koli računalnika, tablice, telefona ali drugih mobilnih naprav z močno internetno povezavo s praktično katere koli lokacije. Vi, vaša ekipa ali osebje IT lahko kadar koli in kjer koli opravljate naloge, pregledujete KPI in drugo.
- Hibridni oblak: ustrezno dodelite in nadzorujte informacije z javnimi in zasebnimi oblaki. Javni oblak vam, vaši ekipi in osebju IT omogoča pregledovanje in dostop do informacij iz katere koli naprave na kateri koli lokaciji. Zasebni oblak, ki deluje kot lokalno, vam omogoča shranjevanje občutljivih podatkov in nastavitev omejitev glede tega, kdo jih lahko vidi in ne.

Primarne koristi

Te platforme imajo več prednosti za nemoteno delovanje vašega podjetja. Njihove prednosti vključujejo prihranek denarja, povečanje produktivnosti in pridobivanje srečnejših strank.

Prihranek časa in denarja

Preden so ta orodja postala običajna, so morala podjetja vnašati informacije v preglednice ali ročno s svinčnikom in papirjem. Dodeljevanje podatkov praviim ljudem je bilo počasno in je morda vsebovalo nekaj napak, zaradi česar so ljudje začeli znova ali večkrat brskali podatke.

Zahvaljujoč ERP-ju za proizvodnjo pa morate v sistem vnesti pomembne podrobnosti le enkrat, ta pa se posodablja v vašem podjetju v realnem času. Ta orodja vam tudi prihranijo režijske stroške, stroške zalog in dobaviteljev, saj racionalizirajo in ponujajo pregledne informacije.

Povečanje produktivnosti

Ko enkrat vnesete podatke, lahko vi in vaša ekipa preidete na visoko prioriteten odgovornosti. Ta poenostavitev vam omogoča, da opravite več dela, s čimer povečate svojo produktivnost in hitreje zagotovite visokokakovostne izdelke za prodajo.

Povečanje zadovoljstva strank

Zadovoljstvo dosegate s povečanjem produktivnosti in hitrejšim posredovanjem vaših izdelkov strankam. Več strank bo želelo vlagati v vaše blago in povedati drugim, kar bo povečalo vašo bazo strank.

Izboljšanje sodelovanja

Običajno uporabniki vlagajo v ERP, ker je sestavljen iz modulov, ki pripadajo drugim oddelkom (npr. računovodstvo, upravljanje odnosov s strankami (CRM), HR, avtomatizacija trženja (MA) itd.) za enoten sistem. Vendar pa so ti in drugi moduli pomembni tudi za proizvodne obrate, ker potrebujejo kadrovske zadeve, računovodstvo in plače za zaledne in front office operacije. Povezovanje teh funkcij v eno osrednjo aplikacijo ohranja vse procese na isti strani za posredovanje informacij, sodelovanje pri projektih in dodeljevanje posodobitev.

Kako izbrati primerno rešitev

Izbira ustrezne rešitve za vaše podjetje ni enostavna. Ponudnikov je toliko, da vas bo vsaka rešitev, ki vam jo ponudijo, hitro prevzela. Za lažjo odločitev sledite naslednjim devetim korakom, da boste hitro izločili idealne programe, ki ustrezajo vašim poslovnim potrebam:

- Vzpostavitev: razumite, zakaj potrebujete novo rešitev, in prepoznajte napake v vaših trenutnih praksah.
- Sodelovanje: ustanovite izbirno komisijo z vodjo projekta, notranjimi in zunanjimi zainteresiranimi stranmi, vodji oddelkov in drugimi, da dobite jasnejšo sliko o tem, kaj iščete v novi rešitvi.
- Definirajte: nastavite seznam zahtev in funkcij za vaše orodje z vpogledi vaše izbirne ekipe v prejšnjem koraku.
- Porazdelite: preglejte, kako se potencialni prodajalci ujemajo z vašimi zahtevami.
- Utemeljitev: vzemite si čas in razmislite, ali potrebujete novo rešitev, iščete dodatke ali ste se pripravljene držati trenutne rešitve/protokolov.
- Dokažite: prosite prodajalce, da vam pokažejo, kako izpolnjujejo vaše zahteve s predstavitvami, dokazi koncepta (POC) ali primeri uporabe, če se odločite vlagati v novo platformo ali kupiti dodatke k vašemu trenutnemu sistemu.
- Razvrstitev: razvrstite potencialne prodajalce glede na njihove demo ocene in ocene zahtev ter njihove skupne stroške lastništva (TCO).
- Pogajajte se: sedite s svojim vrhunskim prodajalcem, da pregledate in se pogajate o pogojih. Če potrebujete pravno perspektivo ali se v pogojih zdi nekaj narobe, odnesite pogodbo v pregled k odvetniku ali odvetniški pisarni. Če ste s prodajalcem zadovoljni, ste pripravljeni na podpis pogodbe.
- Podpis: Nadaljujte s podpisom pogojev in določite trden načrt izvajanja.

Kako začeti primerjavo primernih digitalnih orodij

Ko imate popoln in kompetenten seznam funkcij, potrebnih za vašo ERP rešitev v proizvodnem procesu, je dobro, da začnete pregledovati in primerjati prodajalce. Oglejte si, katera vodilna programska oprema je boljša, ko gre za upravljanje proizvodnje, transport, računovodstvo in še več. Ne glede na to, kako ocenjujete svoj seznam proizvodne programske opreme ERP, poskrbite, da boste izvedeli poglobljeno primerjavo z vsemi funkcijami in ponudniki, ki so vam pomembni, ter se uskladite z vašim podjetjem.

Stroškovno in cenovno ovrednotenje

Nakup novega orodja je velika naložba. Ko napredujete v iskanju idealnega orodja/programskega sistema, morate ovrednotiti številne zahteve. Evaluacija naj vključuje:

- Določanje proračuna: določite, koliko ste pripravljeni porabiti in zgornjo mejo za vaš proračun.
- Izбира primerne naročniškega načrta: preglejte cene in naročniške načrte, če so na voljo. Kateri načrti imajo vse ali večino vaših želenih funkcij? Razmislite tudi o možnosti, da nekaj časa začnete z cenovno ugodnejšim paketom in med napredovanjem v poslu preklopite na višjega.
- Ni vsako orodje dobro: razumeti morate, da samo zato, ker ima rešitev diamantno ceno, to še ne pomeni, da vam bo dala diamantne rezultate. Če je mogoče, prosite prodajalce za demonstracije ali brezplačne preizkuse programske opreme, da boste imeli občutek za to. Ne bi kupili novega avtomobila, ne da bi ga prej opravili testno vožnjo, kajne? To načelo velja tudi za programske rešitve.

Najboljši ERP sistemi v procesu proizvodnje

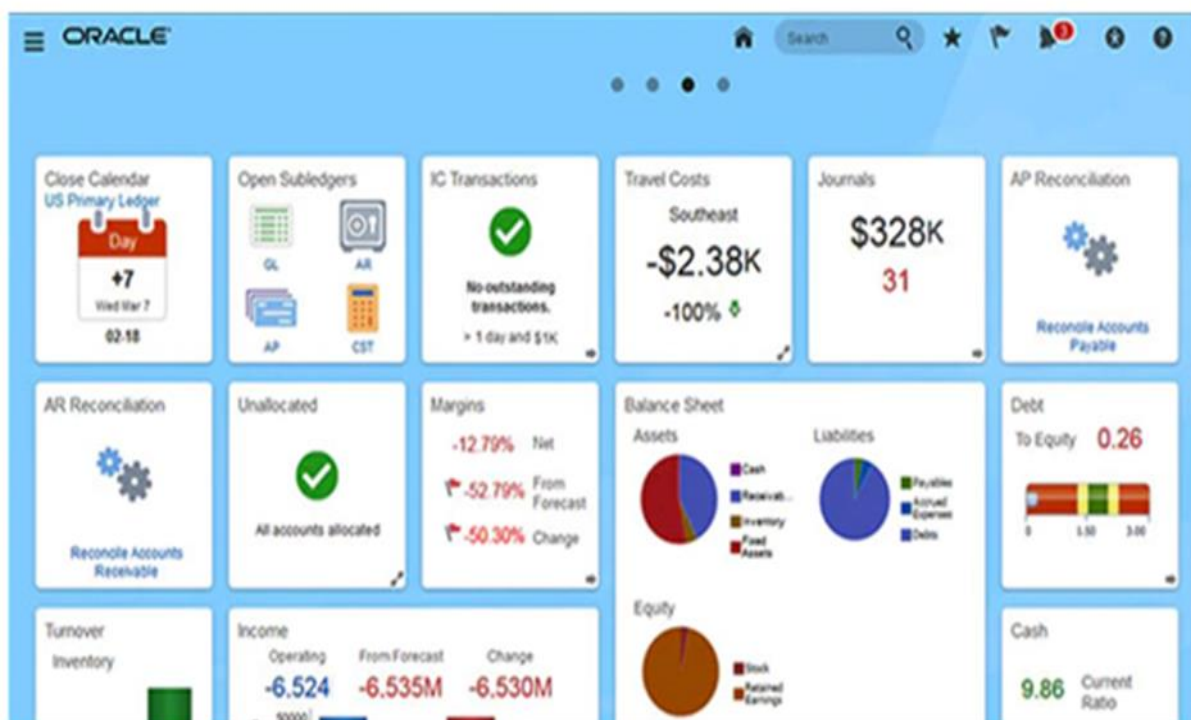
Trenutno so najaktualnejši naslednji ERP sistemi:

									
Oracle ERP Cloud	SAP S/4HANA	NetSuite	Acumatica	Infor CloudSuite	SYSPRO	DELMIAworks	Kinetik	Dynamics 365	Plex Systems
87	83	82	77	73	71	67	67	63	60
									Analyst Verified

Oracle ERP Cloud

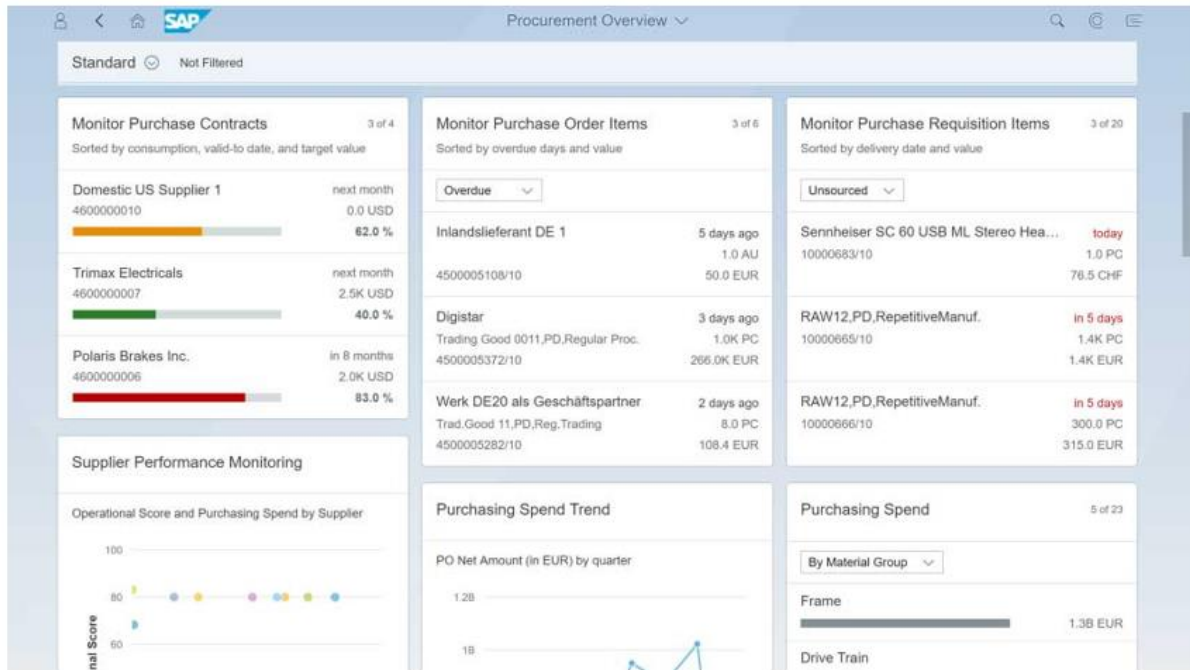
Oracle ERP Cloud je orodje, ki ponuja enotno lokacijo za nadzor poslovnih postopkov v celotnem podjetju. Informacije lahko upravljate z nadzornimi ploščami v realnem času in povečate dobiček z naprednimi atributi finančnega upravljanja.

Nekateri njegovi bistveni moduli vključujejo nabavo, upravljanje tveganja, upravljanje portfelja projektov, finance in upravljanje uspešnosti podjetja.



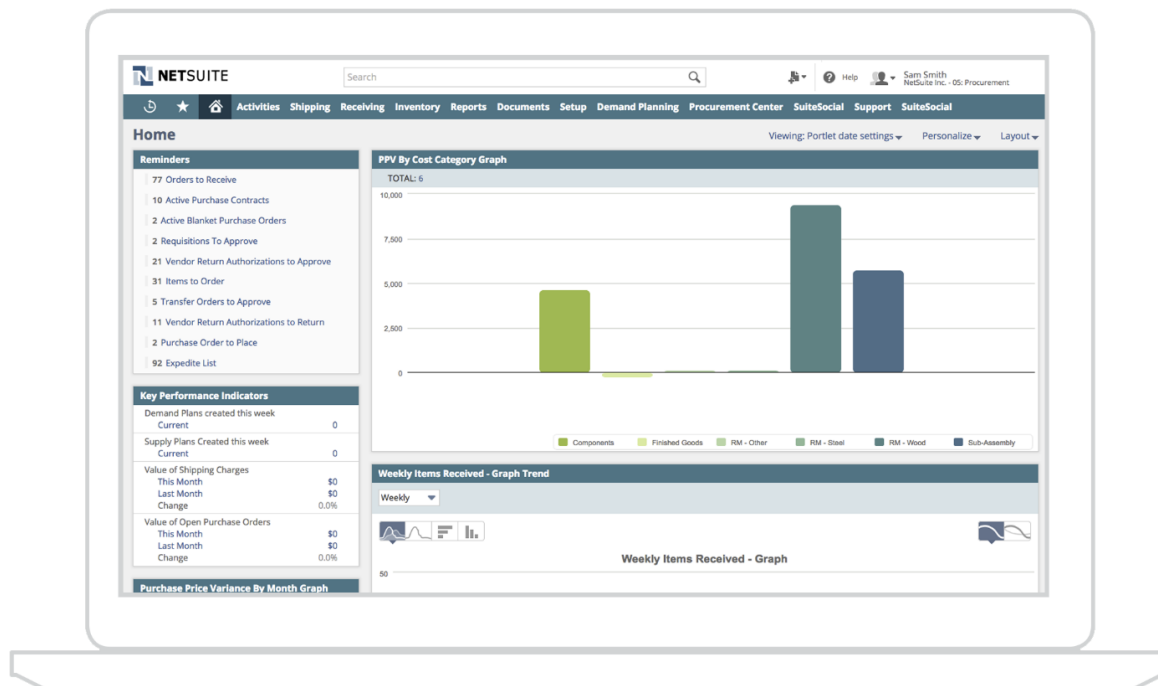
SAP S/4HANA

SAP S/4 HANA uporablja umetno inteligenco in strojno učenje, da pospeši proizvodni proces, uskladi z zahtevami podjetja in vam pomaga pri skrbnem odločanju. Upravljanje premoženja, upravljanje prodaje, upravljanje dobavne verige in upravljanje nabav so njegove vrhunske značilnosti.



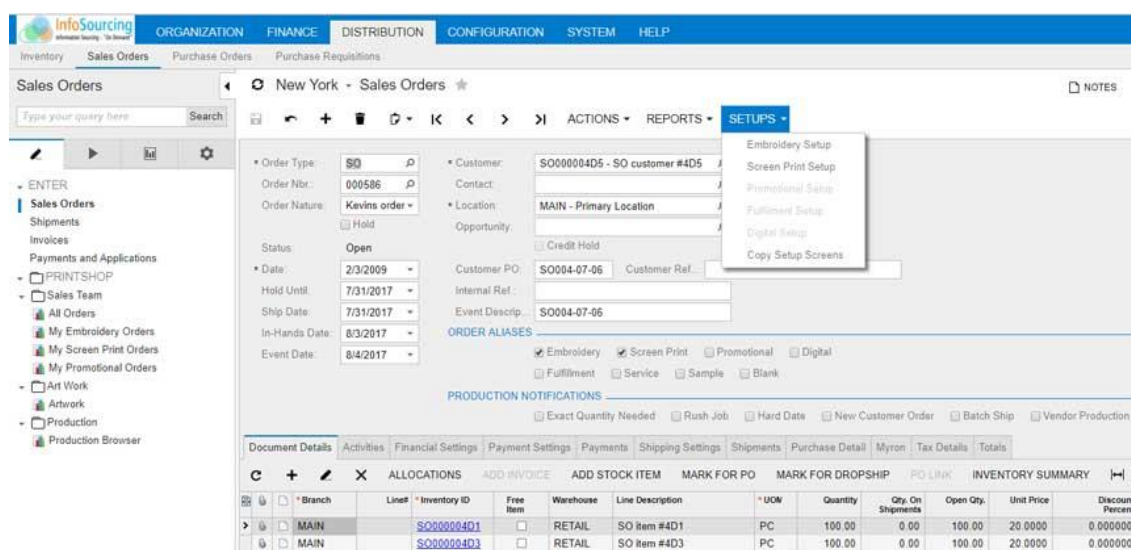
NetSuite

NetSuite ERP je rešitev v oblaku, ki ponuja avtomatske in centralizirane dodatke za različne poslovne oddelke, kot so CRM, distribucija, upravljanje dobavne verige in drugo. Je prilagodljiv in ima nizke stroške lastništva zaradi samodejnega vzdrževanja programske opreme. Do podatkovnih informacij lahko dostopate v realnem času in gradite prilagojene nadzorne plošče, ki so idealne za vašo organizacijo. Vodenje skladišč, transport in logistika, računovodstvo proizvodnje in vodenje proizvodnje so nekatere od njegovih prednostnih lastnosti.



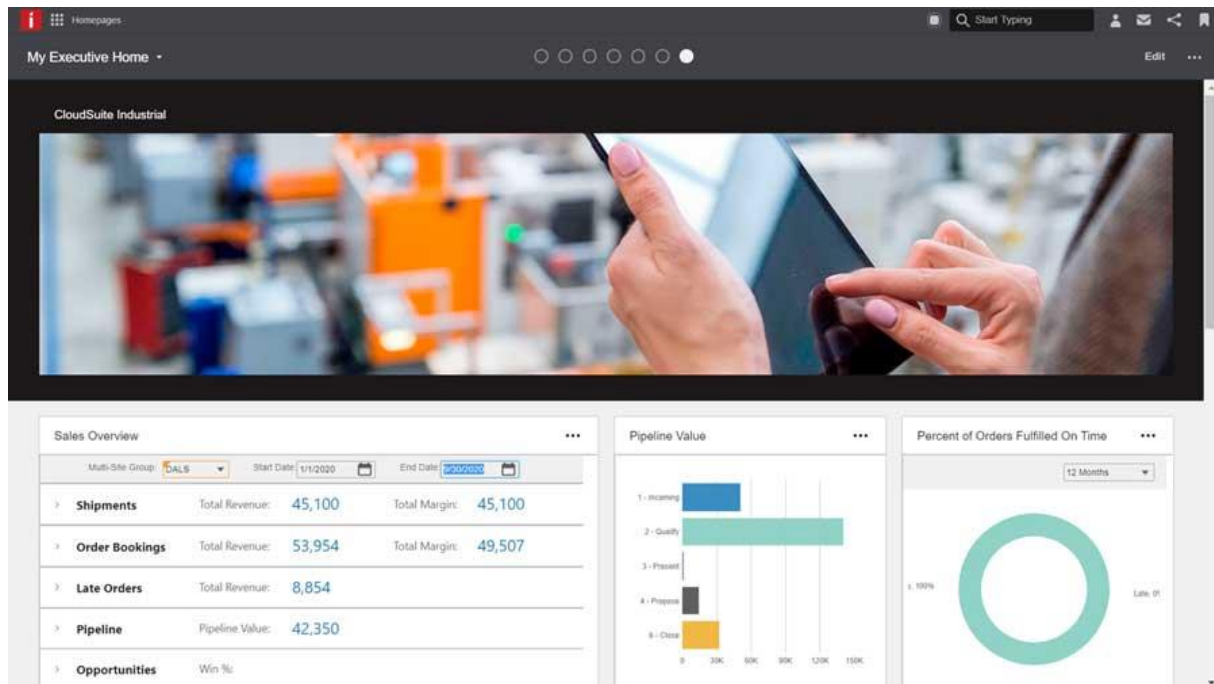
Acumatica

Orodje Acumatica vam omogoča pregled poslovnih transakcij in finančnega stanja podjetja v realnem času na centralizirani lokaciji. To je aplikacija v oblaku in lokalna aplikacija, ki služi malim in srednje velikim podjetjem. Glavna knjiga, upravljanje gotovine, davčno upravljanje, upravljanje valut, obračunavanje obveznosti in terjatev ter odloženih prihodkov so njegovi najboljši moduli.



SyteLine

Orodje Infor SyteLine omogoča proizvajalcem in distributerjem, da povečajo delovanje in se prilagodijo hitrim spremembam prek oblaka. Načrtovanje in planiranje rokov, poslovna inteligenca (BI), proizvodno računovodstvo ter upravljanje kakovosti in storitev so njegovi najboljši dodatki.



2.5 Digitalna orodja v podporo upravljanja človeških virov v podjetju

Orodja za upravljanje človeških virov (HRM – human resource management)

Orodja HRM ponujajo širok nabor tehnoloških rešitev, ki organizacijam pomagajo učinkovito upravljati svoje vsakodnevne dejavnosti HRM. Procesi HRM temeljijo na skladnosti in ročno izvajanje je okorno, dolgotrajno in naporno. Kadrovska orodja izkoriščajo moč avtomatizacije, ki osebju HRM omogoča, da prihrani čas, zmanjša stroške in enostavno upravlja svoje zaposlene.

Orodja HRM obravnavajo vse temeljne kadrovske postopke od prošenj za novo zaposlitev do odhodnih razgovorov z zaposlenimi. Na podlagi zahteve se lahko organizacije odločijo za preprosto programsko opremo za kadrovske zadeve, ki obravnava vsakodnevne administrativne naloge, kot so upravljanje dopustov, upravljanje časovnega lista itd. Podjetja pa se lahko odločijo tudi za programsko opremo, ki obravnava strateška področja upravljanja s kadri, kot sta zaposlovanje in upravljanje uspešnosti.

Izbira pravega orodja HRM je zapleten proces, saj je vpleteno veliko načrtovanja in ocenjevanja. Preden pridete do izbire, morate pripraviti podroben načrt, oceniti organizacijske potrebe in oceniti razpoložljive rešitve.

Funkcije, ki jih mora imeti orodje HRM

Prepoznavanje in sestavljanje seznama pomembnih funkcij lahko pomaga organizacijam izločiti orodja HRM, ki ne ustrezajo njihovim edinstvenim procesnim potrebam.

Bistveni vidiki za idealno HRM orodje:

1. Enostavnost uporabe
2. Hitra izvedba
3. Večkanalni dostop
4. Zbiranje poročil, pripravljenih za uporabo
5. Brezhibna integracija z orodji tretjih oseb
6. Samopostrežni portal za zaposlene
7. Prilagodljivost, da ustreza edinstvenim potrebam
8. Razširljivost za prilagoditev rasti poslovanja

Aktualna HRM orodja

Kissflow HR Cloud

Kissflow je HRM oblak vse v enem, ki podjetjem omogoča, da učinkovito ustvarjajo, spreminjajo in upravljajo svoje kadrovske procese. Kissflow je vnaprej opremljen z vrsto modulov za upravljanje človeških virov od sledenja kandidatom in vključevanja zaposlenih do pregledov uspešnosti do izstopa iz službe in upravljanja nasledstva.

Njegovi natančni vpogledi, ki temeljijo na podatkih, omogočajo menedžerjem, da sprejemajo odločitve na podlagi podatkovnih točk in ne na podlagi občutkov.

Zmogljlive funkcije:

- Tisto, kar loči Kissflow HR Cloud, so njegovi avtomatizirani sprožilci delovanja, ki sprožijo izboljšanje učinkovitosti za zaposlene, ki stopijo čez določeno točko nasičenosti.
- Vgrajeni nabor talentov, avtomatizirana obvestila in socialno sodelovanje so druge funkcije, ki določajo trende.
- Poleg tega se Kissflow HR Cloud brezhibno integrira z drugimi programskimi rešitvami drugih proizvajalcev, kot so sistemi ERP in programska oprema za obračun plač, tako da lahko poleg Kissflowa uporabljate katero koli orodje, ki ga že uporabljate, tako da ni izgubite podatkov ali težav z združljivostjo.

Zoho People

Zoho People je programska oprema za upravljanje kadrov v oblaku, ki se uporablja za pomoč organizacijam pri upravljanju in organiziranju podatkov zaposlenih. Zasnovan z mislijo na mala in srednja podjetja, lahko poskrbi tudi za velika podjetja. Na platformi so številna orodja, ki vam omogočajo sledenje dopustom, upravljanje urnikov, ustvarjanje obrazcev po meri, upravljanje ocen uspešnosti in še več.

Je veliko bolj pregleden kot nekateri njegovi konkurenti, čeprav ne tako bogat s funkcijami kot nekateri od njih. Z avtomatizacijo vseh vaših poslovnih procesov zaposlovanja pomaga vaši kadrovske ekipi sprostiti svoj čas in se dejansko osredotočiti na delo, ki je pomembno.

iCIMS Talent Acquisition

To je programska oprema za nabor zaposlenih, ki ponuja številne dinamične funkcije, vključno s prilagodljivim kariernim portalom, ki kandidatom omogoča iskanje poklicnih priložnosti. Za podjetja, ki jih zanima uporabno kadrovske orodje, lahko to v veliki meri pospeši in poenostavi postopek pridobivanja talentov.

Podjetja imajo dostop do platforme, ki jim omogoča zaposlovanje kakovostnih zaposlenih, izboljšanje procesa zaposlovanja ter prepoznavanje in interakcijo s pravimi kandidati. Poleg tega iCIMS Talent Acquisition vključuje tudi distribucijo družbenih medijev, optimizacijo iskalnikov za karierno spletno mesto in objavo na oglasnih deskah.

Na splošno, ko gre za uporabne HR aplikacije, je iCIMS Talent Acquisition ena izmed najbolj konkurenčnih na trgu. Je eden največjih ponudnikov programske opreme kot storitve (SaaS) za pridobivanje talentov in rešitve za upravljanje. Programsko opremo uporablja skoraj 3200 organizacij po vsem svetu.

Breezy HR

Breezy HR je še eno orodje za upravljanje kadrov, namenjeno malim, srednjim in velikim podjetjem. Ena največjih prodajnih prednosti Breezyja je dejstvo, da se brezhibno integrira z vašimi obstoječimi orodji za hr. Ni vam treba skrbeti za izgubo podatkov med selitvijo in integracijo. Breezy poskrbi za vse samodejno.

Ni omejeno na zaposlovanje. Prav tako lahko spremljate trenutne zaposlene in poenostavite komunikacijo. Poleg tega se brezhibno povezuje tudi s LinkedInom in AngelList, da najde kakovostne kandidate.

ADP

ADP je HRM orodje v oblaku. V primerjavi z drugimi kadrovskimi orodji, ki ponujajo posebne rešitve, je ADP rešitev vse v enem, ki združuje upravljanje kadrov, plačil, talentov, časa ter davkov in ugodnosti. ADP uporablja več kot 650.000 strank v več kot 110 državah. To je spletno kadrovske orodje, ki ga lahko izvajajo podjetja vseh vrst in velikosti.

ADP je leta 2016 prejel nagrado za podjetje leta za kadrovske rešitve s strani Frost & Sullivan. Prejel je tudi bonitetno oceno AA s strani Standard & Poor in Moody's.

2.6 Digitalna orodja v podporo procesu skladiščenja

WMS (Warehousemanagement system) oz. Sistemi za upravljanje skladiščenja/logistike

WMS sistemi predstavljajo informacijsko rešitev za upravljanje in spremljanje vseh procesov logistike, tako v skladiščni distribuciji kot v proizvodnji.

Sistem za upravljanje logistike v podjetju je digitalno orodje, ki pomaga upravljati vsakodnevne operacije v logistiki in nudi preglednost zalog podjetja od konca do konca. Zmožljivosti rešitve WMS segajo od sprejemanja in odlaganja zalog, komisioniranja, pakiranja in pošiljanja naročil do pravočasnega dopolnjevanja zalog.

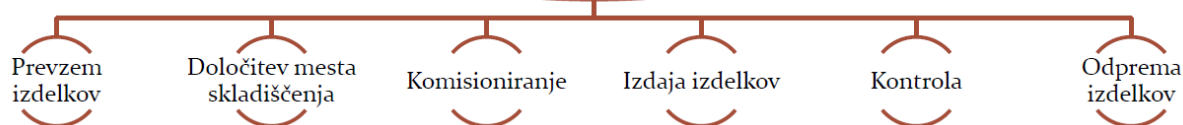
Ne glede na to, ali gre za samostojno aplikacijo, integriran sistem ERP ali rešitev po meri, digitalno orodje WMS pomaga tudi pri načrtovanju in upravljanju razpoložljivih virov v logistiki, kar poveča produktivnost z optimalnimi kadrovskimi rešitvami. Pomagajo tudi pri izvajanju gibanja blaga (fizičnega in digitalnega) v in okoli skladišča ali sistema skladišč, povezanih z enim vmesnikom.

WMS sistemi/orodja skrbijo za:

- ekonomično VODENJE in KOORDINACIJO potrebnih aktivnosti (tehnologija), opreme (tehnika) in delovne sile (organizacija) v procesu skladiščenja,
- predstavljajo sistem nadzora, ki zagotavlja celovit vpogled na vsa dogajanja v in okoli skladišča.



WMS (Warehouse management system) in LOGISTIČNE AKTIVNOSTI



WMS orodja podpirajo tako avtomatske sisteme in skladišča (material k človeku) kot ročno uporabo (človek k materialu). V prvem primeru koordinirajo avtomatske transportne naprave, da samodejno premikajo blago, v drugem pa s pomočjo mobilne tehnologije vodijo in spremljajo skladiščnika pri delovnih operacijah.

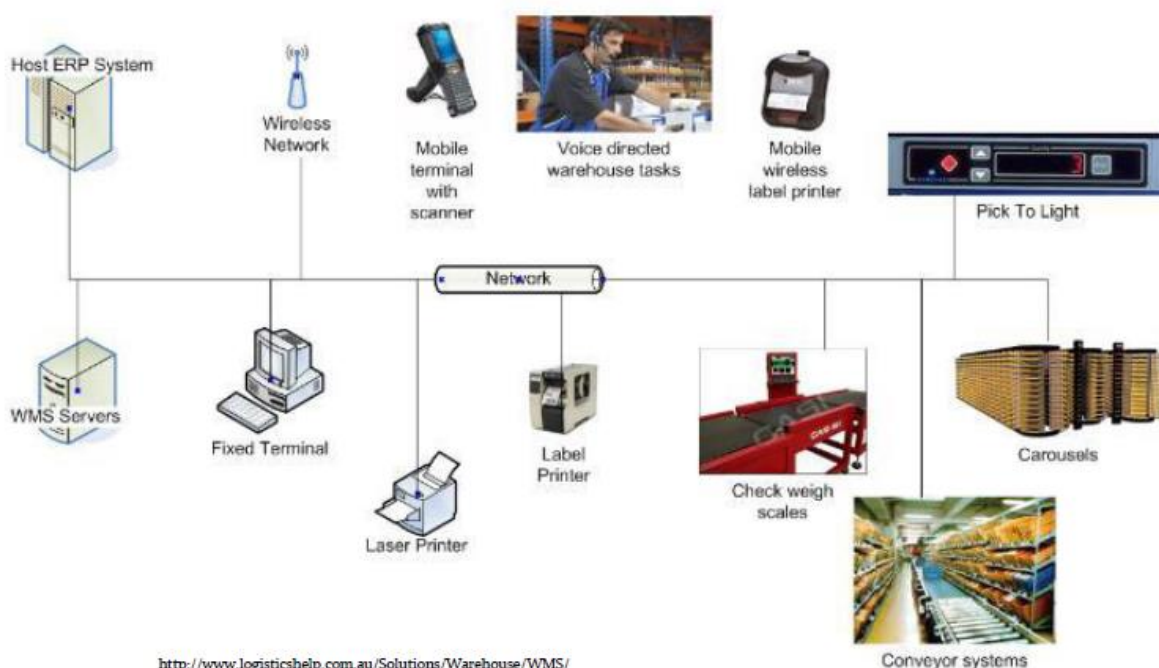
Sodobna arhitektura omogoča povsem enostavno prilagajanje povečevanju obsega prometa (**skalabilnost**) in visoko prilagodljivost (**fleksibilnost**), vse to pa brez vpliva na integriteto sistema WMS. Enostaven in intuitiven uporabniški vmesnik omogoča **hitro učenje** in **enostavno uporabo**.

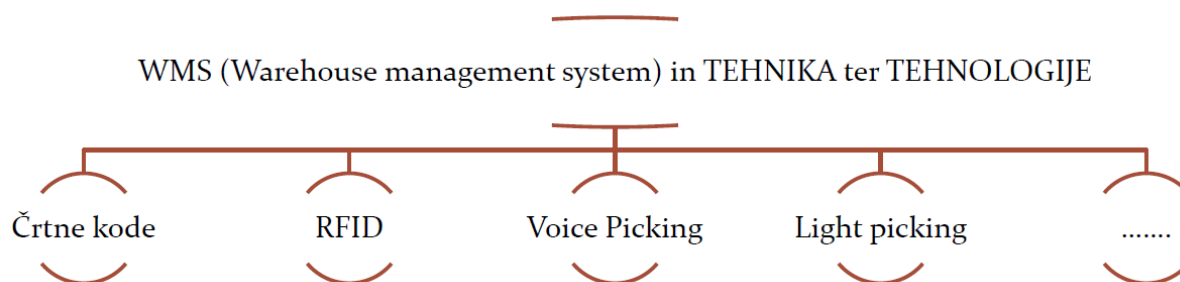
Sami programi omogočajo tudi digitalizacijo papirne dokumentacije celotnega procesa:

- Izdelavo elektronskih delovnih nalogov za prevzem, izdajo, odpremo, preskladiščenje, komisioniranje ipd.
- Sledenje.
- Pripravo statističnih poročil.
- Obračun stroškov.
- Tiskanje identifikacijskih nalepk s črtno kodo ter programiranje RFID-značk.
- Pripravo ter tiskanje dokumentov

WMS tehnika ter tehnologije

WMS sistemi in orodja uporabljajo sodobno IKT opremo, ki je uporabna/prilagodljiva v vseh fazah proizvodnega procesa.





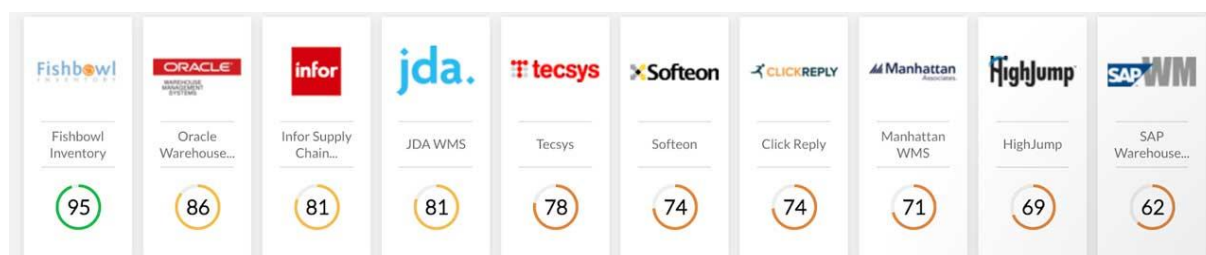
Cilji WMS

Podjetja po navadi uvedejo digitalne WMS sisteme, ki jim omogočajo:

- Zagotoviti učinkovito ekonomiko skladišča (organizacijo in optimalno zagotovitev kadrovskih potreb, nadzor nad skladiščnimi procesi..),
- Maksimalen izkoristek prostora (kvadratura/prostornina),
- Učinkovita uporaba opreme in delovne sile,
- Prevzem izdelkov, določitev skladiščnega mesta, komisioniranje, izdaja, odprema.
- Neoviran dostop do zalog (neposreden dostop do posameznih artiklov ključna za doseganje dodane vrednosti),
- Učinkovito upravljanje zalog,
- Učinkovito premikanje blaga (zahteva tudi največji vložek delovne sile in opreme),
- Maksimalna zaščita blaga (tega hraniti in ohraniti v nespremenjenem stanju),
- Ustrezna skrb za blago (pokazatelj dobrega skladiščenja je vsekakor urejenost celotnega skladišča),

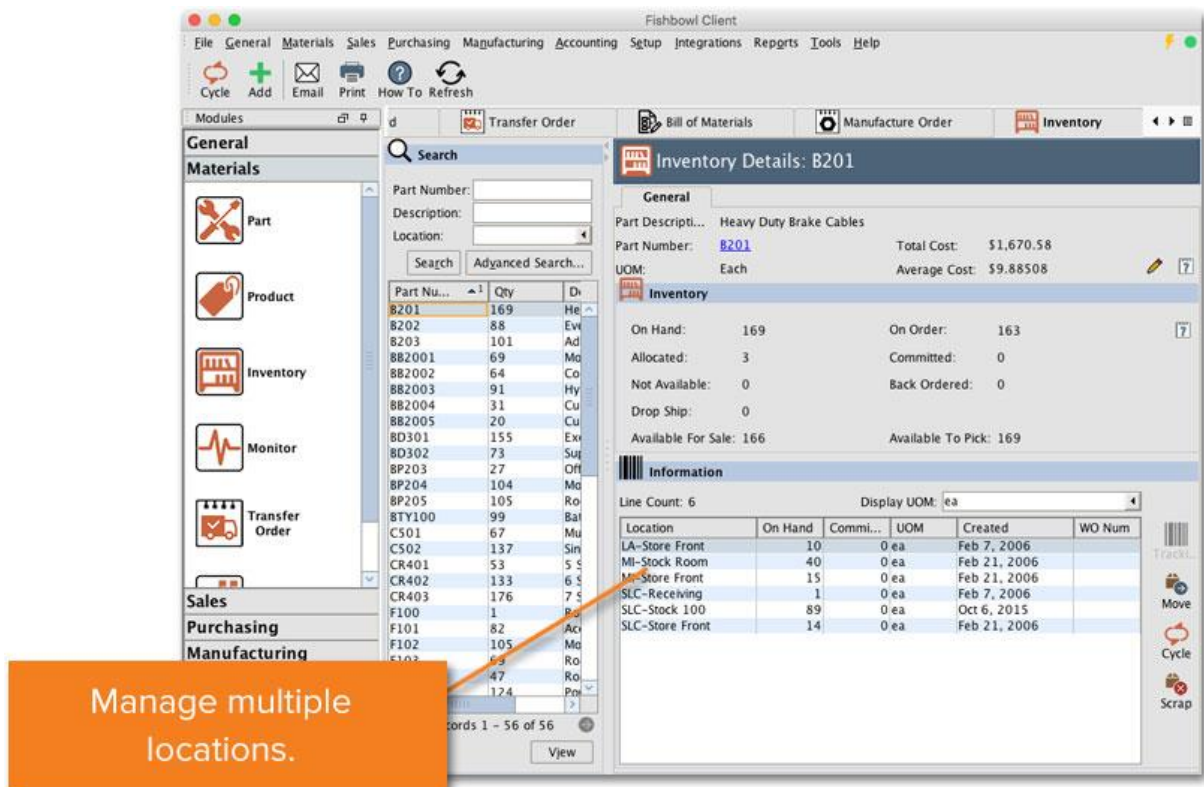
Najboljša digitalna orodja za upravljanje v skladiščenju/logistiki

Najboljša programska oprema za upravljanje logistike za podjetje tista, ki popolnoma ustreza njegovim edinstvenim zahtevam. To pa so trenutni najboljše WMS orodja, ki jih lahko uporabite:



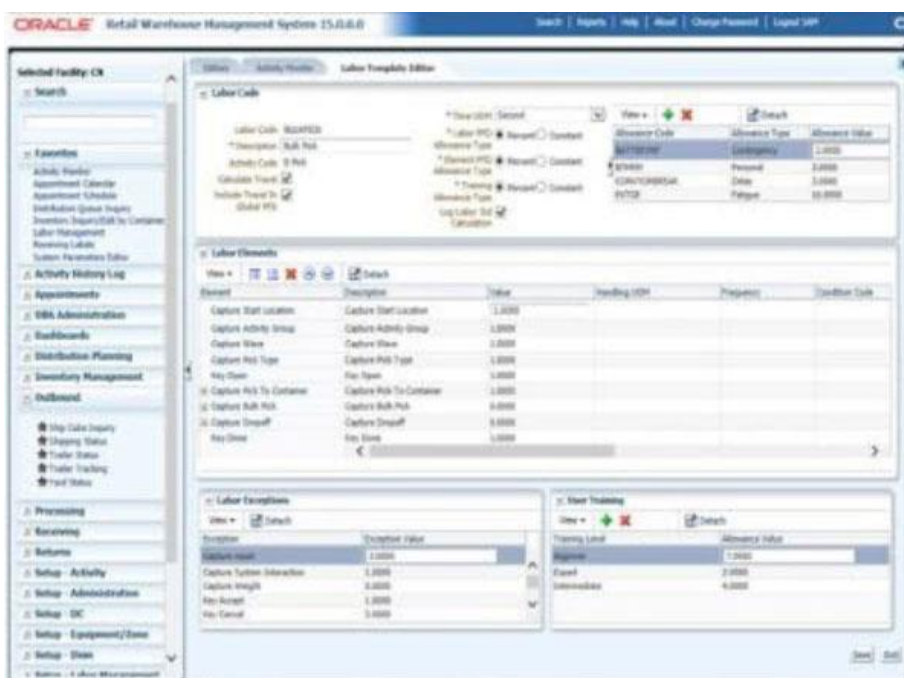
Fishbowl Inventory

Fishbowl Inventory z avtomatizacijo poenostavi proizvodnjo, upravljanje zalog in dnevne skladiščne dejavnosti. Njegove zmogljivosti za sledenje sredstev, skupaj s podporo za več lokacij, več valut in pošiljanje, so dobra izbira za podjetja, ki temeljijo na proizvodnji, distribuciji, pošiljanju in upravljanju blaga.



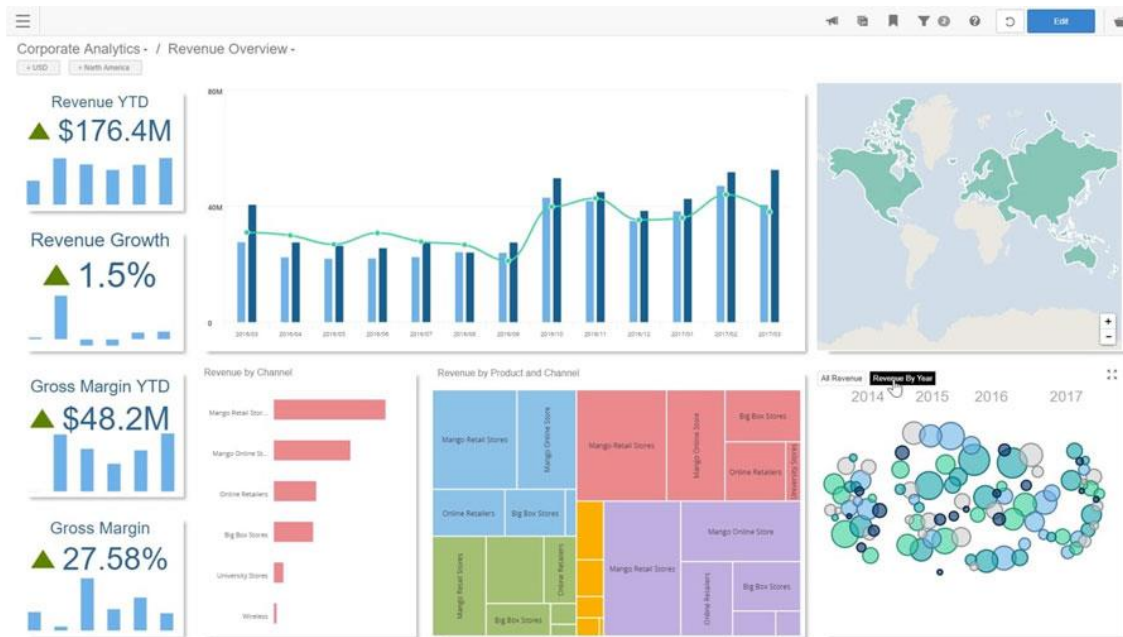
Oracle Warehouse Management

Oracle WMS je vodilni svetovni ponudnik rešitev za logistiko v številnih panogah. Rešitev, ki temelji na oblaku, uporablja sodobne tehnike logistike in inteligenco za zmanjšanje stroškov zalog, izboljšanje produktivnosti dela in spremljanje poslovanja. Podpira tudi odhodno dodelitev, podporo 3PL, večkanalno izpolnjevanje in navzkrižno povezovanje za povečanje zadovoljstva strank in partnerjev.



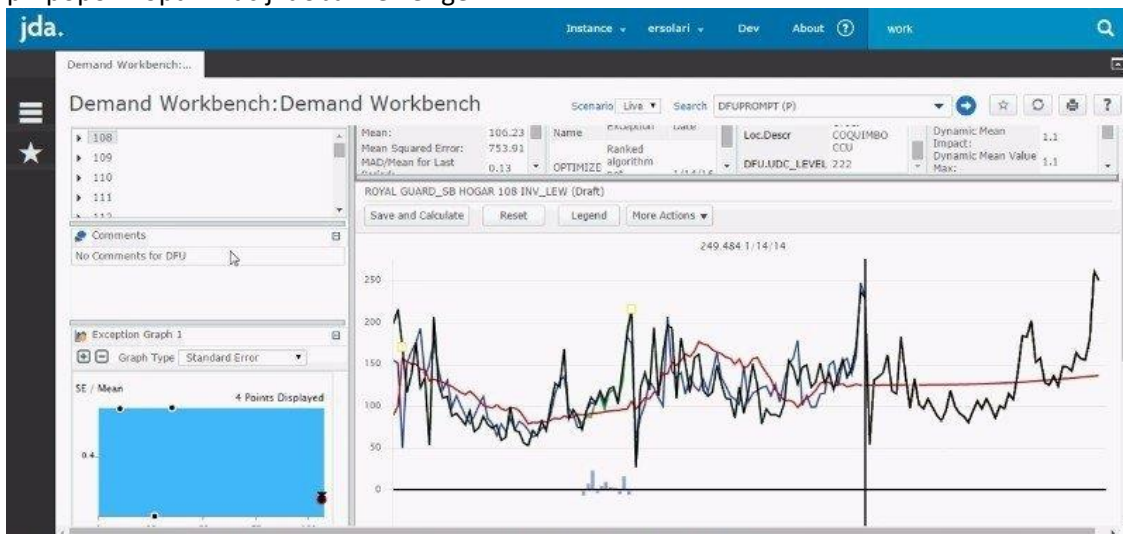
Infor Supply Chain Management

Infor Supply Chain Management je celovita rešitev za več-podjetniška poslovna omrežja, ki uporablja tehnologijo umetne inteligence, ki temelji na podatkih, za optimizacijo operacij od začetka do konca, od načrtovanja in nabave do izvedbe in izpolnjevanja. Njegove zmogljivosti zbirke v oblaku in Infor Nexus sistem povezujejo podjetja z dobavitelji, proizvajalci, bankami in 3PL-ji ter združujejo fizične in finančne procese dobavne verige.



JDA WMS

JDA-jeva programska oprema za upravljanje logistike v podjetju uporablja avtomatizacijo, ki jo poganja umetna inteligenca, za optimizacijo izrabe delovne sile, storitev za stranke in skladiščnih procesov. S sposobnostmi za prilagodljivost delovnega poteka, dinamično upravljanje nalog in avtomatizacijo opravi pomaga podjetjem v proizvodnji, maloprodaji in storitvah, distribuciji in logistiki ter gostinstvu pri popolni optimizaciji dobavne verige.



Tecsys

Tecsys WMS je dobro zaokrožena programska oprema z možnostmi upravljanja naročil, upravljanja distribucije in dostave. Njegov modul poslovne inteligence podpira izobražene procese odločanja in načrtovanja.

Carrier Service Logo	To Customer	Ship To Name	Order	Shipment	Packages of Load	Total Volume	Total Weight	Ship To Address	Trailer ID	Ship Sequence	Outbound Order	Outbound Order Details
	GENERAL MEDICAL HOSPITAL	NEONATAL INTENSIVE CARE	8069	00063	3	0.33271	12.85200		00201	1	Outbound Order	Outbound Order Details
	GENERAL MEDICAL HOSPITAL	PEDIATRIC INTENSIVE CARE	8070	00064	3	0.29634	8.58000		00201	2	Outbound Order	Outbound Order Details
	GENERAL MEDICAL HOSPITAL	PEDIATRIC INTENSIVE CARE	8072	00066	3	0.33987	10.71000		00201	3	Outbound Order	Outbound Order Details
Group Totals for Carrier Service Logo RAM												
Sum					9	0.96182	32.13200					
	SHIRE DAY SERVICE, INC.	STATION 2	8049	00043	1	0.12188	3.42000			9	Outbound Order	Outbound Order Details
	SHIRE DAY SERVICE, INC.	STATION 2	8050	00043	1	0.04003	1.14000			9	Outbound Order	Outbound Order Details
Group Totals for Carrier Service Logo GAB												
Sum					2	0.16191	4.56000					
	OBLEY'S FULFILLMENT	SARA COMB	81423	00040	2	0.00000	0.00000			6	Outbound Order	Outbound Order Details
Group Totals for Carrier Service Logo FEDEX												
Sum					0	0.00000	0.00000					

2.7 Digitalna orodja v podporo procesu logistike

TMS (Transport management system) – digitalna orodja v podporo procesu transporta

TMS so poslovne rešitve / digitalna orodja, ki zagotavlja upravljanje voznega parka, delovnih procesov ter zaposlenih v procesu transporta v podjetju.

Sistemi TMS igrajo pomembno vlogo v različnih procesih, zlasti na področju upravljanja in optimizacije dobavne verige. Platforma za upravljanje transporta/logistike izkorišča zmogljivo avtomatizacijo in analitiko, hkrati pa uporablja ERP in sisteme skladiščenja za poenostavljen tovorni promet. Špediterjem zagotavlja dragocene vpoglede, ki optimizirajo hitrost, zmanjšajo izdatke za pošiljke, izboljšajo načrtovanje in še več.

Funkcije TMS so:

1. Upravljanje voznega parka.
2. Upravljanje delovnih procesov.
3. Upravljanje virov v podjetju.

Upravljanje voznega parka

- Sledenje vozilom in tovoru
- Popoln nadzor nad voznim parkom

- Navigacijo voznika in optimizacijo poti
- Popolno telemetrijo voznega parka
- Optimizacijo porabe goriva
- Optimizacijo delovnega časa in voženj voznika

Upravljanje delovnih procesov v logistiki

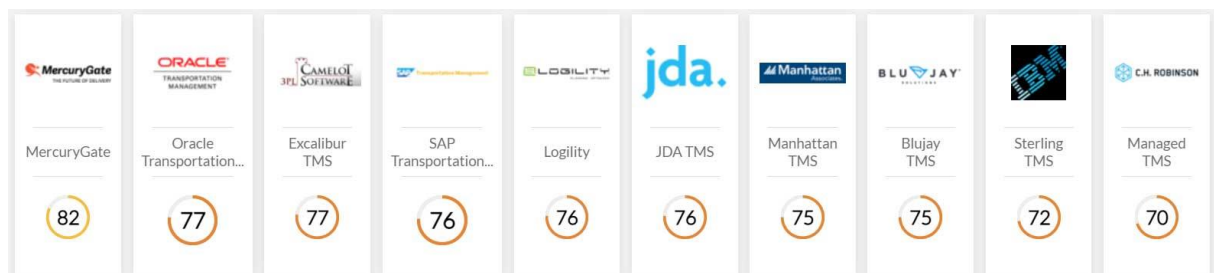
- Učinkovito delovanje delovnih procesov
- Učinkovito upravljanje zaposlenih in nalog
- Optimizacijo delovnih postopkov
- Neomejeno komunikacijo med uporabniki sistema
- Integracijo z osrednjim informacijskim sistemom ter razširitev njegove funkcionalnosti

Upravljanje virov v podjetju

- Sledenje vozil/voznikov ter nalog, ki jih opravljajo
- Spremljanje stroškov po vozilih, zaposlenih, nalogah in/ali stroškovnih mestih
- Učinkovito porabo virov podjetja
- Izdelavo naprednih analiz in poročil
- Ugotavljanje ozkih grl v poslovanju podjetja
- Integracijo z osrednjim informacijskim sistemom ter razširitev njegove funkcionalnosti

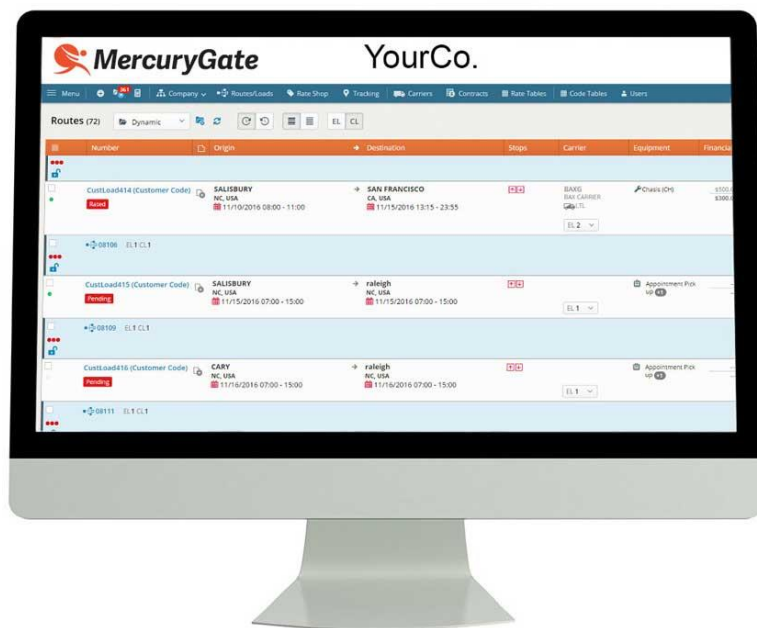
Najboljša TMS podporna orodja

Izbira najboljše programske opreme TMS je lahko za mnoge uporabnike zastrašujoča in ogromna izkušnja. To je zato, ker lahko raziskovanje in zbiranje znanja s toliko rešitvami TMS na trgu zahteva veliko truda in časa. S tem namenom vam spodaj navajamo nekaj aktualnih najustrežnejših orodij:



MercuryGate

MercuryGate ponuja rešitve za prevoz, poravnavo tovarov, poslovno obveščanje, sodelovanje in načrtovanje. Platforma omogoča podrobno vpogled v vse operacije in naloge, ki so vključene v transport. Pomaga najti optimalne poti za prihranek stroškov in časa ter povečati stopnjo zadovoljstva strank. Samodejni postopki zaračunavanja in izdajanja računov povečajo učinkovitost in preprečijo verjetnost napak, ki bi sicer lahko nastale med ročnimi vnosi.



Oracle Transportation Management

Oracle Transportation Management, sestavni del Oracle Cloud SCM, ponuja rešitve ponudnikom logističnih storitev in pošiljateljem za podporo načrtovanju delovanja, obveščanju o transportu, upravljanju voznega parka, pridobivanju prevoznikov in še več. Kombinacija teh orodij pomaga načrtovati in obdelovati optimizirane pošiljke z minimalnimi stroški, spremljati in upravljati flote ter avtomatizirati procese, kar pušča več časa na voljo za ključne naloge in odločanje.

ORACLE Transportation and Global Trade Management

Search

LNMDemoAdmin

Rate Load Definitions: SCHEFFLER RLD

Save Save and Close Cancel Actions

Rate Load Definition Header Rate Offering Structure Rate Record Structure 1 Rate Record Structure 2

Rate Load Definition ID

Rate Load Definition ID SCHEFFLER RLD

Description SCHEFFLER RATE LOAD DEFINITION

Domain Name EBSMASTER

Template Rate Offering ID SCHF-TL TEMPLATE

Rate Records

Template Rate Record ID	Rate Record Structure	Include	Reorder
SCHF-TL PER MILE TEMPLATE	Rate Record Structure 1	☒	↑ ↓
SCHF-TL PER SHIPMENT TEMPLATE	Rate Record Structure 2	☒	↑ ↓

Involved Parties

Involved Party Contact ID	Communication Method	Involved Party Qualifier ID
SCHF	EMAIL	LOGISTICS

Excalibur TMS

Excalibur TMS je enostaven za uporabo in svojim uporabnikom ponuja številne prednosti. Njegova orodja olajšajo transport z izboljšano ravno produktivnosti, nižjimi stroški in večjo učinkovitostjo. Uporabnikom omogoča, da konfigurirajo svoj vmesnik tako, da ustrezajo njihovim potrebam, kar ima za posledico hitro implementacijo in produktivnost. Čeprav je na voljo kot samostojen izdelek, je učinkovitejši in robustnejši, če se uporablja skupaj z Excalibur WMS sistemom.

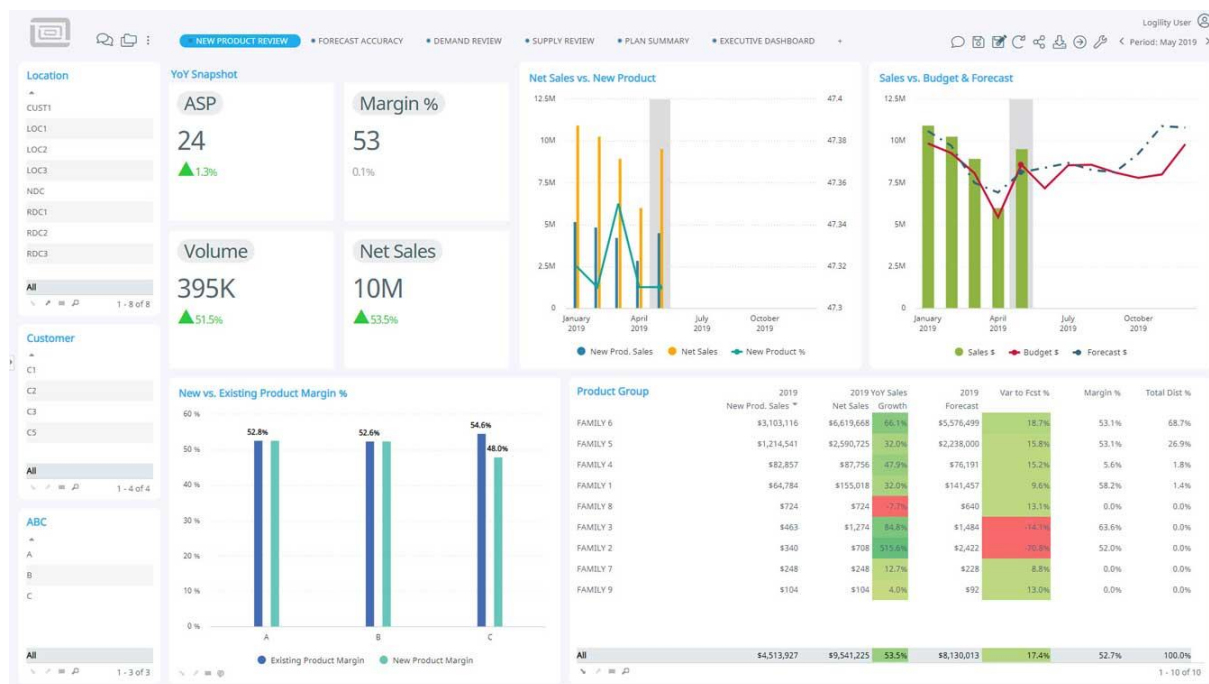
SAP Transportation Management

SAP Transportation Management, eden od modulov SAP SCM, ponuja orodja za upravljanje tovora, naročil in transporta, analitiko, načrtovanje in drugo. Omogočajo izboljšano sledenje in vidljivost v poteku in izvedbi pošiljke. Naloge, ki jih poganja avtomatizacija, pomagajo povečati splošno učinkovitost in produktivnost znotraj organizacije.



Logility

Logility je programska oprema za dobavno verigo, ki temelji na umetni inteligenci, ki jo je mogoče namestiti v oblaku ali na mestu uporabe. Ponuja upravljanje virov, optimizacijo dobave in maloprodaje, skladnost s kakovostjo, upravljanje življenjskega cikla in druge zmogljivosti. Podjetjem pomaga izboljšati načrtovanje, znižati stroške in povečati natančnost z orodji za organiziranje transporta.



Priloga 1: PREDLOG OBRAZCA

PREDLOGA ZA POVZETEK DOBRE PRAKSE

Opis dobre prakse	
»Naziv«	
Dobra praksa	
Tema	Vsebina
Povzetek	Kaj je smisel in izziv (problem), ki se obravnava? Navedite kratek opis problema in rešitve.
Partnerji in deležniki	Kdo je ciljna skupina dobre prakse? Kdo so uporabniki dobre prakse? Kdo so institucije, partnerji in drugi izvajalci, ki so sodelovali pri izvedbi?
Metodološki pristop	Kakšna metodologija je bila uporabljena za reševanje izhodiščnega problema in kaj je vodilo k rešitvi? Kako je potekala izvedba?
Vrednotenje	Ali je bila narejena evaluacija s strani strokovnjakov in končnih uporabnikov? Kako se je obneslo v praksi?
Pridobljene izkušnje	
Tema	Vsebina
Dejavniki uspeha	Kakšni so pogoji, ki morajo biti vzpostavljeni za ponovitev ali prenos dobre prakse? In nasprotno, s kakšnimi izzivi/omejitvami se je potrebno spopasti pri prenosu prakse?
Ponovljivost in/ali prenosljivost znanja	Kakšne so možnosti za razširitev prakse oziroma aplikacijo v drugem sektorju? Ali obstajajo posebne zahteve, ki morajo biti izpolnjene, da se omogoči ponovljivost ali prenos?
Splošne informacije	
Kontaktne podatke	Vpišite kontaktne podatke ljudi ali projekta, ki lahko posredujejo več informacij o dobri praksi.
URL ali spletna stran	Ali obstaja povezava na opisan primer oziroma povezava s spletno stranjo na kateri se projekt lahko identificira?

Priloga 2: PRIMER DOBRE PRAKSE:

POVZETEK DOBRE PRAKSE

Opis dobre prakse	
<i>BAJUBO – orodje za digitalizacijo poslovnih funkcij v podjetju</i>	
Dobra praksa	
Tema	Vsebina
Povzetek	Gre za orodje, ki omogoča digitalizacijo primarnih poslovnih funkcij podjetja, te povezuje v digitalizirano celoto, poenostavlja digitalizacijo drugih poslovnih funkcij ter zagotavlja potrebne podatke za uvajanja umetne inteligence v poslovanje. Programska rešitev lahko zaposlene razbremeni posameznih opravil in jih opravi namesto zaposlenih (npr. naroča material), prav tako pa ga je mogoče povezati tudi v trženjski splet različnih digitalnih kanalov (npr. družbena omrežja, oglaševanje na digitalnih kanalih, e-novičniki ipd.), spremlja rezultate in omogoča povezovanje različnih poslovnih subjektov. Gre za primer digitalizacije številnih drobnih, v različne poslovne modele vtkanih poslovnih procesov, ki uporabniku omogoča avtomatizacijo poslovanja in usmerjanje pozornosti zaposlenih v kompleksnejše, razvojne izzive podjetja. Hkrati aplikacija v epidemioloških razmerah omogoča omejitve stikov (tudi popolno) brez omejitev v poslovanju podjetij, HOTREC obratov in prodajnih oddelkov. Bajubo je model digitalizacije, ki podjetjem omogoča učinkovit, hiter, enostaven in celovit prehod v digitalno dobo, z množico pozitivnih sinergijskih učinkov na poslovanje, uporabnikom omogoča epidemiološko varno, enostavno in uporabniško prijazno izkušnjo, na družbo kot celoto pa naslavlja reševanje vrste težav.
Partnerji in deležniki	Ciljna skupina in uporabniki so vsa podjetja, ki želijo digitalizirati, nadgraditi, posodobiti svoje poslovanje. Orodje pa se lahko prilagodi tudi za uporabo v javni upravi, šolstvu, zdravstvu... Razvoj orodja je bil podprt s strani Republike Slovenije in Evropskega sklada za regionalni razvoj. Pri razvoju pa so poleg podjetja Bajubo CO d.o.o., sodelovali tudi strokovnjaki Digitalnega inovacijskega stičišča (DIH) Slovenije.
Metodološki pristop	Rešitev, ki jo iščejo podjetja, je prilagodljiv način digitalizacije, ki ga je mogoče integrirati v poslovne modele in dejavnosti, ne glede na to, ali gre za segment poslovanja s končnimi kupci ali poslovnimi uporabniki. Poleg naštetega Bajubo ponuja možnost naročanja na različnih kanalih poslovnim uporabnikom ali potrošnikom omogoča obliko naročanja, ki jim je tisti trenutek najbližje. Sploh v času, ko zaradi epidemioloških razmer družba stremlji k ohranjanju varnih stikov in kolikor se le da brezstičnega poslovanja, Bajubo lahko, denimo, v procesu naročanja nadomesti tržnika in tudi rizične osebnostne stike v času pandemije.
Vrednotenje	V praksi je orodje za digitalizacijo poslovnih funkcij podjetja Bajubo zelo priljubljeno pri MSP. Rast uvedbe orodja pri novih strankah (končnih uporabnikih) to samo potrjuje. Njegovo uporabnost in kvaliteto pa potrjujejo tudi strokovnjaki Digitalnega inovacijskega stičišča Slovenije, ki so sodelovali pri razvoju orodja.

Pridobljene izkušnje	
Tema	Vsebina
Dejavniki uspeha	Omenjena dobra praksa nima posebnih zahtev ali omejitev za ponovitev ali prenos. Izkušnje na trgu kažejo, da ima veliko prednosti pri ponovni uporabi tudi pri internacionalizaciji MSP: • ker že deluje, • ker je orodje preizkušeno, • ker se prilagaja obstoječim protokolom in poslovnim modelom, • ker fizična velikost in razpršenost podjetja ni ovira, • ker je skladna z zakonodajo, • ker je orodje povezljivo z zunanjimi informacijskimi sistemi (opera, računovodski programi...), • ker ne zastareva, ampak se organsko tekoče posodablja in nadgrajuje z najsodobnejšimi poslovnimi orodji, • ker odpadejo začetne investicije v razvoj modela in programiranje, • ker ni nevarnosti, za napačne digitalizacijske razvojne odločitve, ki imajo lahko za posledico zaostajanje za konkurenco, • ker omogoča vključevanje, digitalizirano poslovno sodelovanje in koordinacijo, z zunanjimi podpornimi neodvisnimi sistemi.
Ponovljivost in/ali prenosljivost znanja	Podjetje Bajubo Co. v sklopu svojega produkta, ki so ga poimenovali Bajubo, omogoča uporabniku prijazen model digitalizacije, ki ga je mogoče aplicirati na različna področja delovanja poslovnih subjektov. Opisani model za digitalizacijo MSP je možno enostavno uporabiti tudi pri internacionalizaciji podjetij saj omogoča uporabo orodja v vseh procesnih fazah. To orodje podjetjem pomaga h konkurenčnejšemu in lažjemu nastopu na tujih trgih.
Splošne informacije	
Kontaktne podatke	Bajubo Co. d.o.o. Cesta v Laško 22 3000 CELJE info@bajubo.com mob.: ++386 51 686 586
URL ali spletna stran	https://bajubo.com/

LITERATURA IN VIRI

Jararr, F. Y., & Zairi, M. (2019a). *Best practice transfer for future competitiveness: a study of best practices* (raziskovalno delo). Keighley: European Centre for best practice management.

Jararr, F. Y., & Zairi, M. (2019b). *Internal transfer of best practice for performance excellence: a global survey* (raziskovalno delo). Keighley: European Centre for best practice management.

Jararr, Y., & Zairi, M. (2019c). *Knowledge management and future work* (raziskovalno delo). Keighley: European Centre for best practice management.

Jararr, Y., Schiuma, G., & Zairi, M. (2019d). *Defining organisational knowledge: a best practice perspective* (raziskovalno delo). Keighley: European Centre for best practice management.

Žezlina, J. (2011). Kako do boljšega medgeneracijskega sodelovanja v organizacijah. Finance. Najdeno na: <http://podjetnistvo.finance.si/315819/Kako-do-bolj%B9ega-medgeneracijskega-sodelovanja-v-organizacija>.

Orodje »Digital Maturity Benchmark »
<https://digitalmaturitybenchmark.withgoogle.com/en/advertisers/>

Orodje »PROPULSION – DMAT tool«
<https://www.ionology.com/digital-maturity-assessment-tool/>

Oracle ERP Cloud
<https://www.oracle.com/erp/>

SAP S / 4HANA
<https://www.sap.com/slovenia/products/s4hana-erp.html>

Net Suite
<https://www.netsuite.com/portal/products/erp.shtml>

Acumatica
<https://www.acumatica.com/>

SyteLine
<https://www.infor.com/solutions/erp/syteline>

Kissflow HR Cloud
<https://kissflow.com/hr/>

ZOHO People

<https://www.zoho.com/people/>

iCIMS Talent Acquisition

<https://www.icims.com/products/talent-cloud-recruiting/>

Breezy HR

<https://breezy.hr/>

ADP

<https://www.adp.com/about-adp.aspx>

Fishbowl inventory

<https://www.fishbowlinventory.com/>

Oracle WM

<https://www.oracle.com/scm/logistics/warehouse-management/>

Infor Supply Chain Management

<https://www.oracle.com/scm/logistics/warehouse-management/>

JDA WMS

<https://warehouse.ida.com/contact/>

Tecsys

<https://www.tecsys.com/supply-chain-solutions/warehouse-management/>

MercuryGate

<https://mercurysgate.com/tms-solutions/transportation-management-system/>

Oracle TM

<https://www.oracle.com/scm/logistics/transportation-management/>

Excalibur TMS

<https://www.3plsoftware.com/solutions/tms>

SAP TM

<https://www.sap.com/products/transportation-logistics.html>

Logility

<https://www.logility.com/>

Orodje »Digital Maturity Benchmark «

<https://digitalmaturitybenchmark.withgoogle.com/en/advertisers/>

Orodje »PROPULSION – DMAT tool«

<https://www.ionology.com/digital-maturity-assessment-tool/>

Demandbase

<https://www.demandbase.com/>

Lucidchart Sales Solution

<https://www.lucidchart.com/pages/solutions/sales>

PFL

<https://www.pfl.com/>

Prelay

<https://www.prelay.com/>

Revegy

<https://www.revegy.com/>

RollWorks

<https://www.rollworks.com/>

Smart Rooms (Journey Sales)

<https://journeysales.com/smart-rooms-product/>

Terminus

<https://terminus.com/>

6sense

<https://www.aviso.com/>

Bombora

<https://bombora.com/>

Clari

<https://www.clari.com//>

ClicData

<https://www.clicdata.com/solutions/role/sales-manager/>

Crystal

<https://www.crystalknows.com/>

Datahug (SAP Sales Cloud)

<https://www.sap.com/acquired-brands/what-is-datahug.html>

Domo

<https://www.domo.com/>

Geckoboard

<https://www.geckoboard.com/>

InsightSquared

<https://www.insightsquared.com/>

Mediafly

<https://www.mediafly.com/valuestory-value-selling-roi-tco-calculators/>

People.ai

<https://people.ai/>

RingLead

<https://www.ringlead.com/>

Sisense

<https://www.sisense.com/>

SpringML

<https://www.springml.com/>

Tableau

<https://www.tableau.com/>

TopOPPS

<https://www.xactlycorp.com/>

TrustSphere

<https://www.trustsphere.com/>

Boxxstep

<https://boxxstep.com/>

Aircall

<https://aircall.io/>

Chorus

<https://www.chorus.ai/>

ConnectAndSell

<https://connectandsell.com/>

Demodesk

<https://www.demodesk.com/>

Dialpad

<https://www.dialpad.com/products/sales-dialer/>

ExecVision

<https://www.execvision.io/>

FrontSpin

<https://www.frontspin.com/>

Gong

<https://www.gong.io/>

GoToMeeting

<https://www.goto.com/meeting>

Jiminny

<https://www.jiminny.com/>

Nextiva

<https://www.nextiva.com/products/commercial-phone-service.html>

Refract

<https://www.refract.ai/>

Salesfolks

<https://salesfolks.com/>

Skype

<https://www.skype.com/en/>

Zoom

<https://zoom.us/>

Allbound

<https://www.allbound.com/>

Bit

<https://bit.ai/>

BrainShark

<https://www.brainshark.com/>

ClearSlide

<https://www.clearslide.com/>

Conga

<https://conga.com/>

Consensus

<https://goconsensus.com/>

DocSend

<https://www.docsend.com/>

Folloze

<https://www.folloze.com/>

Guru

<https://www.getguru.com/>

Prezi

<https://prezi.com/>

Upland RO Innovation

<https://uplandsoftware.com/roinnovation/>

Videolicious

<https://dashboard.videolicious.com/login>

Vidyard

<https://www.vidyard.com/>

Adobe Sign

<https://www.adobe.com/si/sign.html>

Better Proposals

<https://betterproposals.io/>

Concord

<https://www.concordnow.com/>

DealHub

<https://dealhub.io/>

DocuSign

<https://www.docusign.com/>

GetAccept

<https://www.getaccept.com/>

HelloSign

<https://www.hellosign.com/>

Proposify

<https://www.proposify.com/>

Qvidian

<https://uplandsoftware.com/qvidian/>

Signaturely

<https://signaturely.com/>

SpringCM

<https://www.springcm.com/>

Agile CRM (brezplačno za do 10 uporabnikov)

<https://www.agilecrm.com/>

Airtable (Ponuja brezplačno različico z omejenimi funkcijami)

<https://www.airtable.com/templates/sales-and-customers/expvjTzYAZareV1pt/sales-crm>

Apptivo (brezplačno za do 3 uporabnike)

<https://www.apptivo.com/>

Close.io

<https://close.com/>

Copper

<https://www.copper.com/>

Contactually (za nepremičninske strokovnjake)

<https://www.contactually.com/>

CRMNEXT (Za finančne storitve)

<https://www.crmnext.com/>

Membrain

<https://www.membrain.com/>

Freshsales (Ponuja brezplačen za vedno zagonski načrt z omejenimi funkcijami)

<https://www.freshworks.com/crm/sales/>

HubSpot CRM

<https://www.hubspot.com/products/crm>

Infusionsoft (Keap)

<https://keap.com/keap-max-classic>

Insightly

<https://www.insightly.com/>

Messagely

<https://www.messagely.com/>

Microsoft Dynamics CRM

<https://dynamics.microsoft.com/en-us/>

Oracle NetSuite

<https://www.netsuite.com/portal/home.shtml>

Pipedrive

<https://www.pipedrive.com/>

Pipeliner

<https://www.pipelinersales.com/>

Rollio

<https://www.rollio.ai/>

Salesflare

<https://salesflare.com/>

Salesforce

<https://www.salesforce.com/>

Sellsy

<https://go.sellsy.com/en/home>

Teamgate

<https://www.teamgate.com/home/>

Zendesk Sunshine

<https://www.zendesk.com/platform/>

Zoho

<https://www.zoho.com/>

Kolektiv[i]

<https://collectivei.com/>

Autoklose

<https://autoklose.com/>

ContactOut

<https://contactout.com/>

EmailAnalytics

<https://emailanalytics.com/>

Mixmax

<https://www.mixmax.com/>

Opensense

<https://www.opensense.com/>

ZynBit

<https://www.cirrusinsight.com/>

Apollo

<https://www.apollo.io/>

ClickPoint

<https://www.clickpointsoftware.com/lead-management-software.html>

Cognism

<https://www.cognism.com/>

Conversica

<https://www.conversica.com/>

DataFox

<https://www.datafox.com/>

DealSheet

<https://oism.co.uk/Solution/dealsheet/>

DealSignal

<https://www.dealsignal.com/>

Dooly

<https://www.dooly.ai/>

Drift

<https://www.drift.com/>

Fileboard

<https://fileboard.com/>

Growbots

<https://www.growbots.com/>

Growlabs

<https://www.rollworks.com/>

Hubspot

<https://www.hubspot.com/products/sales/sales-leads>

Hull

<https://www.hull.io/>

Infor Sales Portal

<https://www.infor.com/solutions/service-sales/configure-price-quote>

Intercom

<https://www.intercom.com/>

Leadfeeder

<https://www.leadfeeder.com/>

LeadFuze

<https://www.leadfuze.com/>

LeadGenius

<https://www.leadgenius.com/>

LeadIQ

<https://leadIQ.com/>

LeanData

<https://www.leandata.com/>

MapAnything

<https://www.salesforce.com/products/sales-cloud/tools/empower-field-workforce/?red=mapanything.com>

Mintigo

<http://www.mintigo.com/>

Affinity

<https://www.affinity.co/>

Reachable

<http://reachable.com/>

RaFiner

<https://refiner.io/>

Salesvue

<https://salesvue.com/>

SalesWings

<https://www.saleswingsapp.com/>

Troops

<https://www.troops.ai/>

Velocify Pulse

https://www.icemortgagetechnology.com/velocif?velociify_redirect=true

Wiza

<https://wiza.co/>

Xant.ai

<https://www.insidesales.com/>

Altify

<https://uplandsoftware.com/altify/>

AlwaysHired

<https://www.alwayshired.com/>

Ambition

<https://ambition.com/>

Betts Recruiting

<https://bettsrecruiting.com/>

Bigtincan

<https://www.bigtincan.com/>

Faktor 8

<https://factor8.com/>

HireVue

<https://www.hirevue.com/>

Hoopla

<https://www.hoopla.net/>

LevelEleven

<https://leveleven.com/home-2/>

MindTickle

<https://www.mindtickle.com/>

PointForward

<https://www.pointforwardsoftware.com/>

Qstream

<https://qstream.com/>

QuotaPath

<https://www.quotapath.com/>

SAP Commissions

<https://www.sap.com/products/commissions.html>

ThinkSmartOne

<https://thinksmartone.com/en/>

Veelo

<https://veeloinc.com/>

Xactly

<https://www.xactlycorp.com/>

Accent Acceleration

<https://accent-technologies.com/sales-enablement-solution/>

Highspot

<https://www.highspot.com/>

Klyck

<https://www.klyck.io/>

Seismic

<https://seismic.com/>

SetSail

<https://www.setsail.co/>

Showpad

<https://www.showpad.com/>

Veelo

<https://veeloinc.com/>

Bloobirds.com

<https://www.bloobirds.com/>

Cirrus Insight

<https://www.cirrusinsight.com/>

Mailshake

<https://mailshake.com/>

Outreach

<https://www.outreach.io/>

PersistIQ

<https://www.persistiq.com/>

Reply

<https://reply.io/>

SalesHandy

<https://www.saleshandy.com/>

SalesLoft

<https://salesloft.com/>

SPOTIO

<https://spotio.com/>

VanillaSoft

<https://vanillasoft.com/>

Yesware

<https://www.yesware.com/>

Intricately

<https://www.intricately.com/>

Artesian

<https://artesian.co/>

Clearbit

<https://clearbit.com/>

D&B Hoover's

<https://www.dnb.com/products/marketing-sales/dnb-hoovers.html>

DiscoverOrg

<https://discoverorg.com/>

Emissary

<https://emissary.io/>

EverString

<https://www.zoominfo.com/solutions/zoominfo-everstring>

FirstRain

<https://www.aurea.com/library/firstrain/>

FullContact

<https://www.fullcontact.com/>

KickFire

<https://www.kickfire.com/>

Lead411

<https://www.lead411.com/>

Mattermark

<https://mattermark.com/>

TAM Calculator by Cognism

<https://info.cognism.com/>

UpLead

<https://www.uplead.com/>

ZoomInfo

<https://www.zoominfo.com/>

Vainu

<https://www.vainu.com/>

Pecoro – Total purchasing control

<https://pecoro.com/>

Promena e-Sourcing

<https://www.promena.net/home>

Trade Gecko

<https://www.tradedgecko.com/>

Orderhive

<https://www.orderhive.com/>

Oracle Procurement Cloud

<https://www.oracle.com/applications/erp/procurement-cloud.html>

Spendesk

<https://www.spendesk.com/>

Planergy

<https://planergy.com/>

Gatekeeper

<https://www.gatekeeperhq.com/>

Veego

<https://www.veego.com/>