

به نام خدا

معرفی

سامانه مدیریت مشتریان صدرا

شماره سند: SAS-SadraCRM-01

www.sasadra.com

فهرست مطالب

۴.....	مقدمه
۴.....	نقشه سایت
۵.....	ویژگی‌ها و خدمات
۶.....	اتوماسیون فروش
۶.....	مدیریت متقاضیان و مشتریان بالقوه
۷.....	مدیریت فرصت‌ها
۷.....	مدیریت مخاطبین
۷.....	مدیریت گزارش‌ها و تقویم
۷.....	گزارش‌ها و داشبوردها
۸.....	اتوماسیون بازاریابی
۸.....	مدیریت اقدامات و کمپین‌های تبلیغاتی
۸.....	مدیریت موارد کاری (تیکت)
۹.....	فرم‌های سامانه
۹.....	مدیریت حساب‌های کاربری
۹.....	اطلاعات تماس
۱۰.....	مدیریت فرصت‌ها
۱۰.....	مدیریت مشتریان بالقوه (Lead)
۱۱.....	هدف و فهرست اهداف (Target Lists)
۱۱.....	فیلدهای فهرست هدف
۱۱.....	بکارگیری فهرست هدف
۱۳.....	مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی (Campaign)
۱۳.....	پیش‌نیازهای کمپین ایمیلی
۱۳.....	انواع کمپین
۱۴.....	ایجاد کمپین
۱۴.....	Tracker URL
۱۴.....	ایجاد رکورد بازاریابی ایمیلی
۱۵.....	ایجاد قالب ایمیل
۱۵.....	تست کمپین
۱۵.....	ارسال کمپین
۱۵.....	وضعیت کمپین

۱۶	صف ایمیل
۱۶	بازده سرمایه‌گذاری (ROI)
۱۶	مشاهده از طریق دسکت
۱۶	نشانه‌گذاری به عنوان ارسال شده
۱۷	مدیریت توافق‌نامه (Quote)
۱۸	مدیریت موارد کاری (تیکت‌ها)
۱۸	مدیریت وظایف
۱۸	اسناد و مدارک
۱۹	یادداشت‌ها
۱۹	تقویم و ملاقات‌ها
۱۹	مدیریت کارکنان
۲۰	جستجو
۲۰	گزارش‌ها
۲۱	قابلیت‌های دیگر سامانه
۲۱	ساختار دسکت
۲۳	دیگر موارد

مقدمه

مدیریت ارتباط با مشتری^۱ به تمامی فرایندها و فناوری‌هایی گفته می‌شود که در سازمان‌ها برای شناسایی، ترغیب، ارتباط، گسترش، حفظ و ارائه خدمات بهتر به مشتریان به کار می‌رود. مدیریت ارتباط با مشتری، یک نظام اطلاعاتی یکپارچه است که برای برنامه‌ریزی، تعامل، زمانبندی و کنترل فعالیت‌های فروش از ابزارهایی همچون ارتباطات وبی، تلفن، ایمیل و غیره نیز استفاده می‌کند.

مستند جاری به معرفی اجمالی قابلیت‌های متنوع محصول «سامانه مدیریت مشتریان صدرا» پرداخته و با هدف برآورده نمودن نیازهای به کارگیری این محصول در پروژه‌های مرتبط، تهیه و تنظیم گردیده است.

نقشه سایت

مرور نقشه سایت، روشی سریع و مناسب برای آشنایی با قابلیت‌های این محصول است:

ایمیل‌ها	اطلاعات تماس	موارد کاری	کمیته‌های تبلیغاتی
مشاهده ایمیل‌های من	ایجاد اطلاعات تماس	ایجاد مورد کاری	ویزارد ایجاد کمیته تبلیغاتی
قالب جدید ایمیل	دریافت از وی‌کارد	موارد کاری	ایجاد کمیته تبلیغاتی (کلاسیک)
فهرست قالب ایمیل	اطلاعات تماس‌ها	ایمپورت موارد	کمیته‌های تبلیغاتی
	ایمپورت اطلاعات تماس		خبرنامه‌ها
		اسناد و مدارک	قالب ایمیل جدید
	حساب‌های کاربری	ایجاد مستند	فهرست قالب ایمیل
	ایجاد شناسه کاربری	فهرست	ویزارد تنظیم ایمیل
	شناسه‌های کاربری	مستندات	تنظیمات
	ایمپورت حساب‌های کاربری		ایجاد فرم مشتری بالقوه
	مشتریان بالقوه		
	ایجاد مشتری بالقوه		
	دریافت از وی‌کارد		
	مشتریان بالقوه		
	ایمپورت مشتری بالقوه		
	فرصت‌ها		
	ایجاد فرصت		
	فهرست فرصت‌ها		
	ایمپورت فرصت‌ها		

شکل ۱: نقشه سایت

۱. CRM - Customer Relationship Management

ویژگی‌ها و خدمات

بطور کلی این محصول از مؤلفه‌های زیر تشکیل شده است:

- حساب‌های کاربری
- اطلاعات تماس
- فرصت‌ها
- مشتریان بالقوه
- تقویم و جلسات
- کمپین‌های تبلیغاتی
- موارد کاری (تیکت‌ها)
- وظایف

در کنار این موارد بخش‌های زیر نیز وجود دارند:

- محصولات و کاتالوگ
- توافق‌نامه و قرارداد
- اهداف و فهرست هدف
- وظایف
- اسناد و قالب‌ها
- یادداشتهای
- تماس‌های تلفنی
- ایمیل‌ها
- گزارش‌ها
- کارکنان

شکل ۲: نمایی از سامانه

اتوماسیون فروش

ابزار اتوماسیون فروش به تیم فروش امکان می‌دهد تا از طریق سازماندهی متقاضیان، مخاطبان، مشترکین، و ارزیابی و اولویت‌بندی فرصت‌ها و همچنین نظارت و تحلیل کانال‌های فروش، فرایند فروش را ساده سازند.

فرایند اتوماسیون فروش^۱ یکی از بخش‌های مهم «سامانه مدیریت مشتریان صدرا» بوده و نشان‌دهنده تمرکز بر بخش فروش می‌باشد. این فرایند شامل برخی فعالیت‌های کلیدی است که عبارتند از: مدیریت متقاضیان، مدیریت فرصت‌های فروش، مدیریت مسیرهای فروش، پیش‌بینی فروش، تحلیل فروش و غیره. این سامانه، بخش‌های مختلفی از این اتوماسیون را پشتیبانی می‌کند که در ادامه توضیح داده شده است.

مدیریت متقاضیان و مشتریان بالقوه

مدیریت متقاضیان به معنای فرایند تبدیل آنها به مشتریان واقعی است. «سامانه مدیریت مشتریان صدرا» سطح وسیعی از عملیات مدیریت متقاضیان فروش را ارائه می‌دهد:

- ❖ دریافت اطلاعات مشتریان و متقاضیان از منابع مختلف
- ❖ بررسی شرایط مشتریان برای انجام اقدامات بعدی بازاریابی

۱. Sales Force Automation

- ❖ تبدیل متقاضیان بالقوه به بالفعل
- ❖ ایجاد گزارش‌های سفارشی

مدیریت فرصت‌ها

مدیریت فرصت‌های فروش یکی دیگر از فرایندهای مهم بوده که به وسیله «سامانه مدیریت مشتریان صدرا» پشتیبانی شده و شامل گزینه‌های زیر است:

- ❖ پیگیری فرصت‌های فروش از ابتدا تا انتها
- ❖ ارتباط فرصت‌ها با مشتریان بالقوه به منظور بهره‌گیری بهتر از فرصت‌ها

مدیریت مخاطبین

- ❖ پیگیری کلیه مخاطبین و فرصت‌ها، فعالیت‌ها و جزئیات دیگر مربوط به آنها
- ❖ ایجاد مخاطبین رتبه‌بندی شده، جهت هماهنگی بهتر

مدیریت گزارش‌ها و تقویم

- ❖ مدیریت نامه‌های الکترونیکی
- ❖ مدیریت جزئیات ملاقات‌ها و تماس‌های مشتریان به وسیله تقویم
- ❖ مدیریت وظایف روزانه کاربران مبتنی بر تقویم

گزارش‌ها و داشبوردها

- ❖ گزارش‌های پیش‌ساخته برای اتوماسیون نیروی فروش
- ❖ تحلیل و بررسی مرحله‌ای و ماهانه کانال‌های فروش
- ❖ فرصت‌های فروش پیش‌رو با توجه به متقاضیان موجود
- ❖ مشاهده جزئیات داشبوردها بر اساس زمان و وضعیت فرصت‌ها

اتوماسیون بازاریابی

«سامانه مدیریت مشتریان صدرا» بخش‌های مختلفی از اتوماسیون بازاریابی را پشتیبانی می‌کند که در ادامه در این بخش توضیح داده شده است.

مدیریت اقدامات و کمپین‌های تبلیغاتی

- ❖ مدیریت اقدامات تبلیغاتی مبتنی بر روش‌های متنوع مانند خبرنامه و ایمیل
- ❖ پیگیری تأثیر اقدامات تبلیغاتی با استفاده از اطلاعات دریافتی از مشتریان
- ❖ مدیریت ایمیل‌ها بر اساس اطلاعات موجود از متقاضیان، مشترکین و مخاطبین
- ❖ ارسال انبوه ایمیل‌های تبلیغاتی به فهرست‌های منتخب

مدیریت موارد کاری (تیکت)

- ❖ مرتب‌سازی و پیگیری تمامی موارد کاری و مشکلات مشتریان
- ❖ ارائه راه‌حل برای مشکلات

فرم‌های سامانه

مدیریت حساب‌های کاربری

The screenshot shows a web form titled 'ایجاد' (Create) for adding a new account. The form is organized into two columns. The left column contains fields for 'نام:' (Name), 'وب سایت:' (Website), 'نشانی ارسالی:' (Email address), 'شهر:' (City), 'استان:' (Province), 'کدپستی:' (Postal code), and 'کشور:' (Country). The right column contains fields for 'نام خانوادگی:' (Last name), 'عنوان:' (Title), 'بخش:' (Department), 'نام شناسه:' (ID name), 'نشانی اصلی:' (Main address), 'شهر:' (City), 'استان:' (Province), 'کدپستی:' (Postal code), and 'کشور:' (Country). There are also checkboxes for 'کپی از سمت راست:' (Copy from right) and 'اصلی نامتایل نامعتبر:' (Main email invalid). A 'توضیحات:' (Comments) field is at the bottom.

شکل ۳: ایجاد حساب کاربری

اطلاعات تماس

The screenshot shows a web form titled 'ایجاد' (Create) for adding contact information. The form is organized into two columns. The left column contains fields for 'تلفن:' (Phone), 'تلفن همراه:' (Mobile phone), 'نشانی:' (Address), 'شهر:' (City), 'استان:' (Province), 'کدپستی:' (Postal code), and 'کشور:' (Country). The right column contains fields for 'نام:' (Name), 'نام خانوادگی:' (Last name), 'عنوان:' (Title), 'بخش:' (Department), 'نام شناسه:' (ID name), 'نشانی اصلی:' (Main address), 'شهر:' (City), 'استان:' (Province), 'کدپستی:' (Postal code), and 'کشور:' (Country). There are also checkboxes for 'کپی از سمت راست:' (Copy from right) and 'اصلی نامتایل نامعتبر:' (Main email invalid). A 'توضیحات:' (Comments) field is at the bottom.

شکل ۴: ایجاد اطلاعات تماس

مدیریت فرصت‌ها

شکل ۵: ایجاد فرصت

مدیریت مشتریان بالقوه (Lead)

شکل ۶: ایجاد مشتری بالقوه

همچنین امکان ساخت از اطلاعات vCard و ارسال ایمیل جمعی نیز وجود دارد.

هدف و فهرست اهداف (Target Lists)

شکل ۷: ایجاد فهرست هدف

یک فهرست هدف، مجموعه‌ای از افراد و سازمان‌هاست که می‌توان آنها را به یک کمپین بازاریابی انبوه، افزود و یا از آن کاست. هدف‌ها با توجه به شرایطی مانند زمان، موقعیت جغرافیایی و ... در یک گروه هدف، جمع آوری می‌شوند.

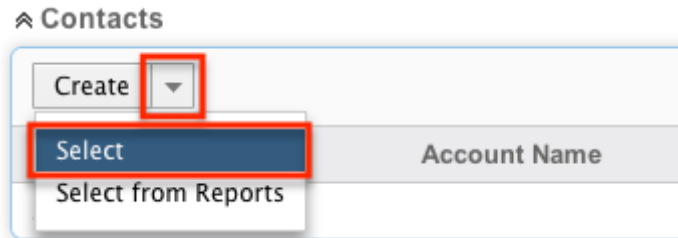
فیلدهای فهرست هدف

یک فهرست هدف، شامل فیلدهایی مانند نام، نوع و توصیف است. نوع یک فهرست، نشان دهنده آنهایی است که عضو فهرست هستند و یا آنهایی که از آن خارجند. بدین ترتیب:

- **Default:** فهرستی از افراد اصلی دریافت کننده ایمیل کمپین است.
- **Seed:** فهرست آنهایی که لازم است ایمیل کمپین را دریافت کنند ولی در آمار کمپین، پیگیری نشوند.
- **Suppression List:** فهرست افرادی که ایمیل کمپین را دریافت نمی‌کنند. این فهرست با توجه به شناسه، نشانی ایمیل و یا دامنه، تشکیل می‌شود.
- **Test:** فهرست افراد دریافت کننده ایمیل برای اطمینان از درستی متن و قالب ایمیل‌ها پیش از ارسال آنها به فهرست **Default**. ایمیل کمپین را می‌توان بارها به **Test** فرستاد. این کار با استفاده از دکمه **Delete Test Entries** در صفحه **View Status** و در بین ارسال‌ها انجام می‌شود.

بکارگیری فهرست هدف

یک فهرست هدف را می‌توان با موجودیت‌هایی مانند **Account**، **User**، **Lead**، **Contact** و **Target** بکار برد. برای این کار، در **Target Lists** یک مورد را انتخاب نموده و سپس مطابق شکل زیر عمل کنید:

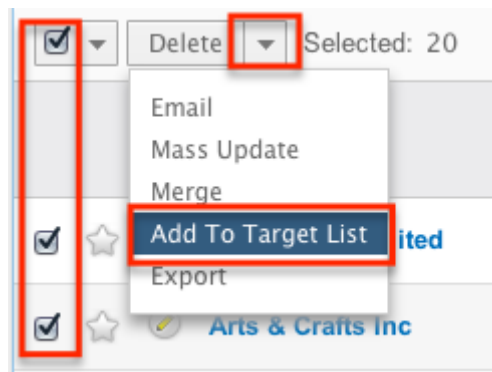


شکل ۸: انتخاب تماس

نکته: در صورتی که تعداد رکوردها برای ساختن فهرست هدف، زیاد است این کار را در دسته‌های کوچکتر انجام دهید تا مشکل کمبود حافظه بر روی میزبان پیش نیاید.

نکته: اگر چندین هدف با یک نشانی ایمیل دارید، سامانه آنها را تکراری تلقی کرده و به صورت تصادفی یکی را انتخاب نموده و ایمیل کمپین را ارسال می‌کند.

می‌توان از پنل بخش‌های Account، User، Lead، Contact و Target نیز به یک Target List افزود. برای این کار مطابق شکل زیر عمل کنید:



شکل ۹: افزودن به Target List

استفاده از روش Import کردن Target

نمی‌توان Target List را مستقیماً Import کرد اما امکان Import اهداف وجود دارد و از آن طریق می‌توان به Target List افزود.

مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی (Campaign)

The screenshot shows a web-based form for creating a campaign. The form is titled 'ایجاد' (Create) and includes several input fields and dropdown menus. Key fields include:

- نام:** (Name) - A text input field.
- تاریخ شروع:** (Start Date) - A date picker with format (mm/dd/yyyy).
- تاریخ پایان:** (End Date) - A date picker with format (mm/dd/yyyy).
- واحد پول:** (Currency) - A dropdown menu currently set to 'ریال' (Rial).
- وضعیت:** (Status) - A dropdown menu.
- نوع:** (Type) - A dropdown menu.
- انتظارات:** (Expectations) - A text input field.
- هزینه مورد انتظار:** (Expected Cost) - A text input field.
- درآمد مورد انتظار:** (Expected Revenue) - A text input field.
- هدف:** (Goal) - A text input field.
- توصیف:** (Description) - A text input field.

 The form also has buttons for 'ذخیره' (Save) and 'لغو' (Cancel), and a 'بازگشت' (Back) button at the bottom right.

شکل ۱۰: ایجاد کمپین

این بخش برای مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی و بازاریابی ایمیلی و غیر ایمیلی استفاده می‌شود. کمپین مبتنی بر ایمیل برای ارسال انبوه پیام‌ها و یا خبرنامه نیز به کار می‌رود. اندازه‌گیری میزان موفقیت کمپین نیز بخش دیگری از این عملیات است.

نکته: فیلد Impressions تعداد کلیک‌های مورد انتظار از جانب دریافت کنندگان را بیان می‌کند.

پیش‌نیازهای کمپین ایمیلی

- **Outbound Emails:** تنظیمات ارسال ایمیل بوده که از صفحه مدیریت قابل انجام است.
- **Bounce Handling Account:** تنظیم آن نیز از طریق صفحه مدیریت است.
- **Campaigns Scheduler:** برای زمانبندی ارسال ایمیل‌ها بکار می‌رود.
- **Bounced Emails Scheduler:** برای زمانبندی ایمیل‌های Bounced است.

انواع کمپین

- **Newsletter:** برای ارسال ایمیل در فواصل زمانی
- **Email Campaign:** ارسال انبوهی از ایمیل‌ها به قصد ایجاد مشتری بالقوه یا Lead. گیرندگان می‌توانند با انتخاب opt-out از دریافت ایمیل انصراف دهند.
- **Non-email based Campaign:** کمپین رادیویی، تلویزیونی، چاپ کاغذی و غیره

ایجاد کمپین

به دو روش کلاسیک و ویزارد می‌توان کمپین ایجاد کرد. در بخش **Target List** یک کمپین، کافی است فهرست هدف مورد نظر را انتخاب کنیم.

Tracker URL

می‌توان لینکی در متن ایمیل‌های ارسالی قرار داد تا در صورت کلیک شدن توسط گیرنده، سامانه آن را لاگ کند. البته می‌توان لینکی برای انصراف (**opt out**) از دریافت ایمیل‌های بیشتر نیز قرار داد.

- Tracker Name: نام داخلی Tracker URL
- Opt-out Link: برای انصراف
- Tracker URL: برای URL مقصد که با لینک کردن، گیرندگان ایمیل به آن می‌روند.

ایجاد رکورد بازاریابی ایمیلی

هنگامی که یک کمپین ایمیلی ایجاد می‌شود می‌باید ابتدا یک رکورد بازاریابی ایمیلی که متن پیام‌ها را مشخص می‌کند ایجاد کرده و **Target List** دریافت کننده ایمیل انبوه کمپین را نیز تعیین نمود.

برای هر بار ارسال ایمیل از یک کمپین می‌بایست یک ایمیل بازاریابی جداگانه ساخت. مثلاً کمپین خبرنامه ماهانه به ۱۲ رکورد ایمیل با قالب جدا و دریافت کننده یکسان نیاز دارد.

برای ساختن **Email Marketing**، از بخش **Detail** کمپین و انتخاب **Create** استفاده کنید:

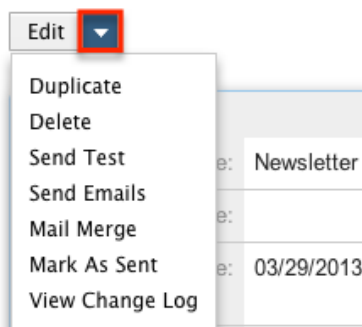
- **Send This Message To** برای ارسال ایمیل به فهرست‌های هدف مرتبط با کمپین جاری است.
- **Use Mailbox** تمامی جواب‌های خودکار از جانب ایمیل‌های نامعتبر را دریافت می‌کند.
- **From Name** نام فرستنده ایمیل
- **From Email Address** ایمیل فرستنده است.
- **Reply-to Name** نام Reply

ایجاد قالب ایمیل

طراحی و محتوای ایمیل‌های کمپین با قالب آن میسر است و می‌توان با استفاده از متغیرهای خاص، آن را مناسب‌سازی کرد.

تست کمپین

پیشنهاد می‌شود برای اطمینان از درستی محتوا و قالب ایمیل، ابتدا آن را به فهرست تستی بفرستید. برای این کار رکورد کمپین را انتخاب کرده و از بخش **Action** گزینه **Send Test** را انتخاب کنید.



شکل ۱۱: گزینه‌های عملیات کمپین

پس از آنکه تست کمپین، تکمیل شد و قبل از ارسال به گیرندگان واقعی، می‌باید برای جلوگیری از اضافه شدن آمارهای ارسال تستی، دکمه **Delete Test Entries** را انتخاب کنید.

ارسال کمپین

پس از پیکربندی و تست کمپین، می‌توان ارسال را زمانبندی کرد. از بخش **Action** گزینه **Send Emails** را انتخاب کرده و رکورد بازاریابی ایمیلی را کلیک کنید. با انتخاب **Send** پیام‌ها در صف انتظار برای ارسال قرار می‌گیرند.

وضعیت کمپین

پس از اجرای کمپین، می‌توان نتایج، تأثیر و پیشرفت کمپین را رصد کرد؛ مواردی مانند گیرندگانی که پیام را دیده‌اند، آنها که **tracker URL** را کلیک کرده‌اند و تعداد مشتریان بالقوه و تماس‌هایی که در اثر این کمپین ایجاد شده‌اند. برای این کار، دکمه **View Status** را کلیک کنید.

می‌توان نمودار وضعیت کمپین را با تغییر Filter Chart By کنترل کرد.

صف ایمیل

ایمیل‌های منتظر برای ارسال را در Message Queue ببینید. آنها تا زمان شروع بازاریابی ایمیلی آنجا می‌مانند.

بازده سرمایه‌گذاری (ROI)

برای مشاهده درآمد حاصله نسبت به درآمد مورد انتظار، و هزینه‌های واقعی نسبت به بودجه کمپین از صفحه View ROI استفاده کنید. نحوه محاسبه درآمد عملی، از فرصت‌های مرتبط با کمپین است که در مرحله Closed Won قرار دارند.

مشاهده از طریق دسکت

در بخش دسکت‌های آماده، برخی موارد مانند گزارش بالاترین کمپین‌ها آمده است.

نشانه‌گذاری به عنوان ارسال شده

برای کمپین‌های غیر ایمیلی، لازم است ارسال آنها را در سامانه ثبت نمود و سپس وضعیت آنها را رصد کرد.

مدیریت توافق‌نامه (Quote)

Create + Create

Save Cancel

GENERAL INFORMATION

Subject:

Abbreviation: Status:

PDF Template:

Description:

CONTACT INFORMATION

Account:

Client Contact:

Technical Contact of Client:

Contact Person:

Technical Contact:

DEADLINES

شکل ۱۲: ایجاد توافق‌نامه

محصولاتی که سازمان به مشتریان می‌فروشد در توافق‌نامه می‌آید که می‌توان نسخه PDF آن را ایجاد کرد و برای مشتریان فرستاد.

مدیریت موارد کاری (تیکت‌ها)

شکل ۱۳: ایجاد مورد کاری

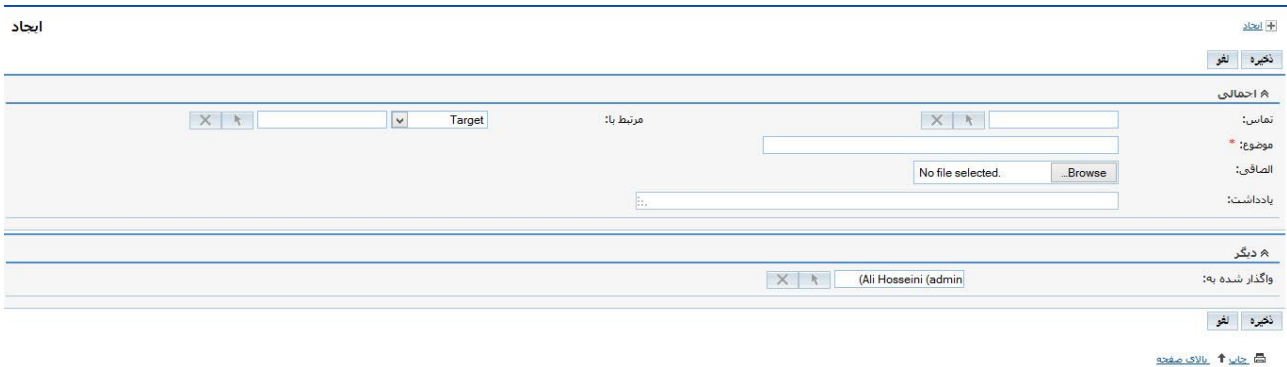
مدیریت وظایف

شکل ۱۴: ایجاد وظیفه

اسناد و مدارک

شکل ۱۵: ایجاد سند

یادداشت‌ها



ایجاد یادداشت

نظریه نظریه

احتمالی

تماس: [Field]

موضوع: [Field]

الفاظ: [Field]

یادداشت: [Field]

مرتبط با: [Field]

Target [Field]

No file selected. [Browse]

دیگر

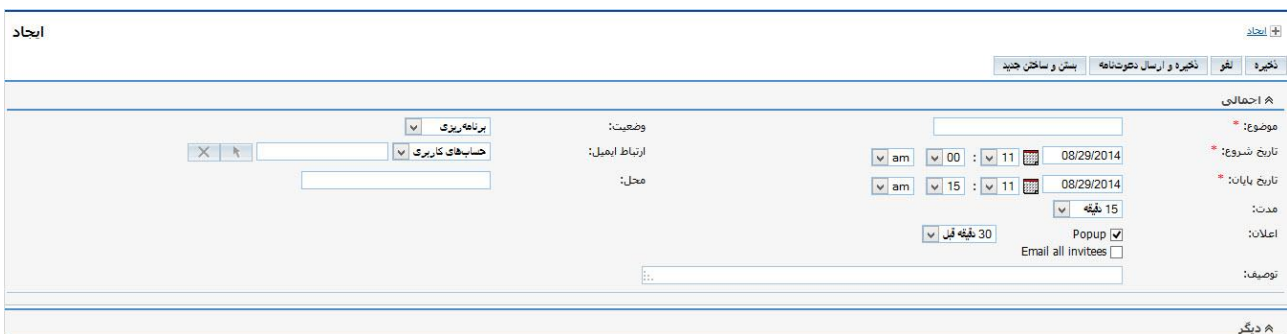
واگذار شده به: (Ali Hosseini (admin)

نظریه نظریه

حذف بالا صفحه

شکل ۱۶: ایجاد یادداشت

تقویم و ملاقات‌ها



ایجاد

نظریه نظریه

بیش و ساختن جدید

احتمالی

موضوع: [Field]

تاریخ شروع: 08/29/2014 11:00 am

تاریخ پایان: 08/29/2014 15:15 am

مدت: 15 دقیقه

اعلان: Popup Email all invitees

توضیحات: [Field]

وضعیت: [Field]

ارتباط ایمیل: [Field]

محل: [Field]

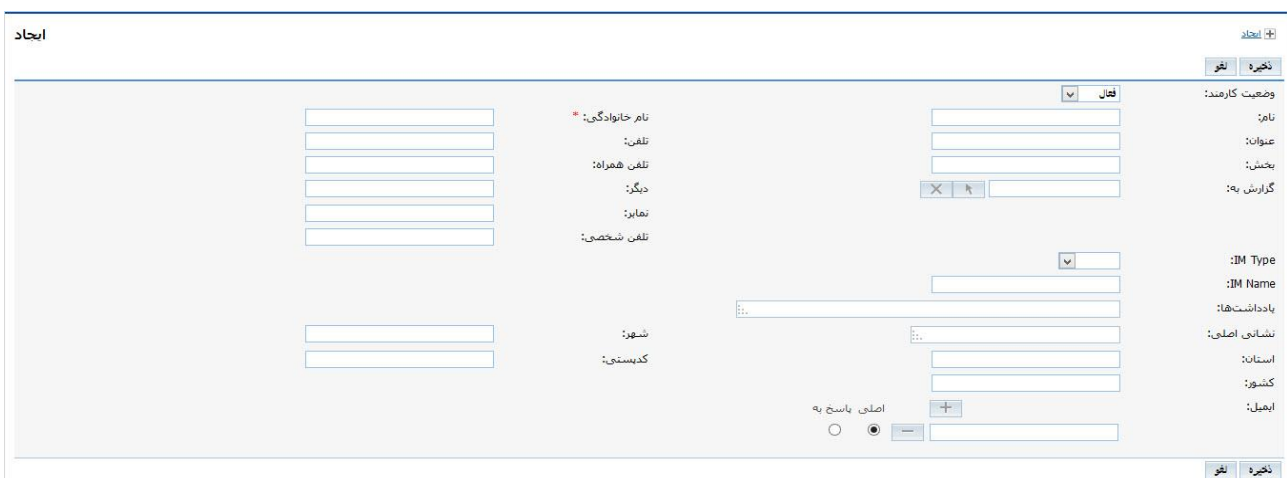
برنامه‌ریزی [Field]

حساب‌های کاربری [Field]

دیگر

شکل ۱۷: تنظیم ملاقات

مدیریت کارکنان



ایجاد

نظریه نظریه

وضعیت کارمند: [Field]

نام: [Field]

عنوان: [Field]

بخش: [Field]

گزارش به: [Field]

IM Type: [Field]

IM Name: [Field]

یادداشت‌ها: [Field]

نشانی اصلی: [Field]

استان: [Field]

کشور: [Field]

ایمیل: [Field]

نام خانوادگی: [Field]

تلفن: [Field]

تلفن همراه: [Field]

دیگر: [Field]

تلفن شخصی: [Field]

شهر: [Field]

کدپستی: [Field]

اصلی پاسخ به:

نظریه نظریه

شکل ۱۸: افزودن کارکنان

جستجو

برخی آیتم‌های بخش جستجو :

- My Items: جستجو در مواردی که به کاربر جاری منتسب شده است.
- My Favorites: جستجو در موارد محبوب کاربر جاری
- Layout Options: پیکربندی فهرست نتایج
- Saved Searches: مدیریت جستجوهای ذخیره شده

تنظیمات Global Search در بخش مدیریت موجود است.

گزارش‌ها

امکان استفاده از گزارش‌های از پیش آماده و یا طراحی گزارش‌های جدید نیز وجود دارد. برخی فرمت‌های پشتیبانی شده گزارش عبارت است از pdf xls html و دیگر موارد.

قابلیت‌های دیگر سامانه

ساختار دسکت

از قابلیت‌های دیگر این سامانه، امکان به کارگیری دسکت‌ها برای ترکیب و ساخت سفارشی صفحه Home است. از نمونه این دسکت‌های آماده می‌توان موارد زیر را نام برد:

اشکالات من	فهرست مشتریان بالقوه
اطلاعات تماس من	فهرست ملاقات‌ها
ایمیل من	مستندات من
تقویم من	موارد کاری من
شناسه‌های کاربری من	وظایف باز من
فرصت‌های برتر	وظایف پروژه من
فرصت‌های بسته شده	کمپین‌های تبلیغاتی اول
فهرست تماس‌ها	یادداشت‌های من

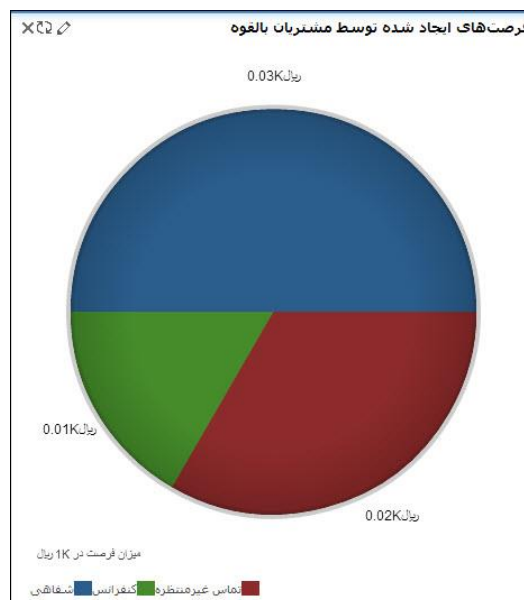
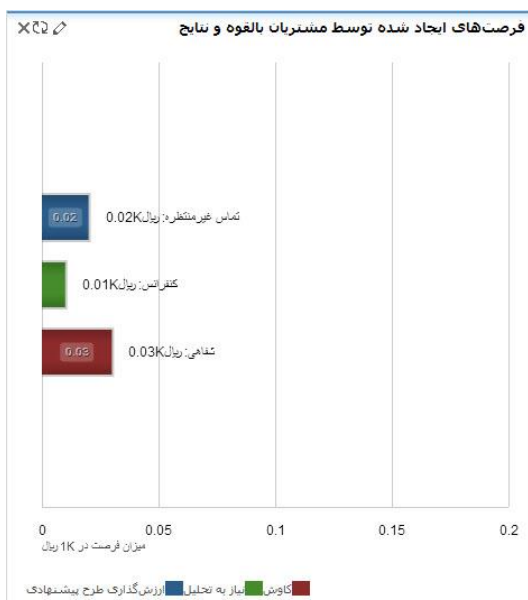


شکل ۲۰: دسکت‌های نمودار



شکل ۱۹: دسکت‌های ماژول

دو مورد از دسلت‌های اجرا شده نیز در ادامه آمده است:



شکل ۲۲: نمودار فرصت‌های ایجاد شده توسط مشتریان بالقوه و نتایج

شکل ۲۱: نمودار فرصت‌های ایجاد شده توسط مشتریان بالقوه

دیگر موارد

برخی از دیگر قابلیت‌های این سامانه عبارت است از:

- نگهداری فهرست آخرین عملیات و مشاهدات
- به‌روزرسانی انبوه
- یافتن رکوردهای تکراری
- ادغام و یا کپی نمودن اطلاعات رکوردها برای افزودن سرعت ویرایش اطلاعات
- سفارشی‌سازی صفحات به همراه قابلیت کشیدن و رها کردن بخش‌ها (Drag & Drop)
- جستجوی جامع و ذخیره‌سازی جستجوها
- امکان Import و Export اطلاعات
- امکان چاپ و گزارش‌گیری در تمامی صفحات
- نگهداری تاریخچه تغییرات
- مدیریت باگ و اشکالات
- خبرخوان یا فید
- پشتیبانی از چند-زبانی
- مدیریت میزبان
- راهنمای کاربری