

از : زیبا خواجه نوری

ابزارهای تکمیلی سیستم برنامه ریزی منابع سازمان Extended Enterprise Application Tools

در بازار نرم افزارهای Extended Enterprise امروزی ، سیستم های کاربردی طراحی شده با قابلیت اتصال به یکدیگر و با پشتیبانی ERP وجود داشته که عبارتست از :

Customer Relationship Management CRM : سیستمهای CRM ابزارهایی Front End بوده که جهت بدست آوردن ، Aggregate ، آنالیز و توزیع داده ها در سطح سازمان از مشتریان بالفعل و بالقوه پیش بینی گردیده است . این پروسس در تمام طول بازاریابی ، فروش ، سرویس دهی و با هدف درک بهتر توقعات مشتریان از خدمات یا کالا اتفاق می افتد . دو هدف اصلی CRM :

هدف اول : کمپانی را قادر به شناخت ، برقراری تماس ، و جلب مشتریان جدید می نماید . کار فرایند تولید پروفایلهای بازار و مشتری ، بازاریابی ، مدیریت فرایندهای Quota / Proposal از طریق مذاکره را خودکار می سازد . با شتاب بخشیدن و بهبود پروسس هایی که توسط آنها مشتریان بالقوه شناسایی می شوند ، کمپانی فرصت تمرکز بر روی منابع محدود شناخته شده ای از بازار را می یابد .

هدف دوم : بهبود ارتباط با مشتریان فعلی ، این کار با شناسایی فرصتهای Cross – Selling و افزایش ظرفیت از طریق بهبود سرویسهای بعد از فروش انجام می پذیرد .

با آنالیز الگوهای فروش ، سیستم های CRM قادر به ارائه پیشنهاداتی در رابطه با Cross-Selling سرویسهای با ارزش افزوده بالاتر برای مشتریان فعلی ، و براساس سوابق و رفتارهای پیشین آنان می باشد .

جلب مشتری جدید هزینه بالاتری نسبت به نگهداری مشتری موجود داشته و بهمین دلیل سیستمهای بر مبنای Retention Focused (نگهداری مشتری) از اهمیت بیشتری برخوردار می شوند . برای دست یابی به این

اهداف ، یک سیستم یکپارچه کامل CRM اطلاعات مشتریان را از هر نقطه تماس بدست می آورد و (تلفن ، تماس با فروشنده ، کار با وب سایتهای مربوطه ، پست و یا e-mail ، ...) و داده ها را در محل مناسبی جمع بندی (aggregate) و ذخیره می نماید . این اطلاعات پس از یک سازماندهی ، قابل آنالیز شدن و دست یابی از راههای مختلف توسط کاربران مختلف سازمان می باشد .

Supply Chain Management SCM : سیستم های کاربردی Back Office بوده که جهت ارتباط با عرضه کنندگان ، سازندگان ، توزیع کنندگان و فروشندگان در یک شبکه تولید و توزیع پیش بینی و طراحی شده و بنابراین به سازمان امکان تعقیب و هماهنگ کردن جریانهای مواد و اطلاعات را از فرایندهای ساخت و توزیع تامشتریان می دهد .

از نظر قابلیت دریکپارچه کردن اطلاعاتی شرکای کاری ، سیستمهای SCM تحولی وسیع از سیستمهای اولیه برنامه ریزی سازمانی Enterprise Planning مانند MRP می باشد . SCM باامکانپذیر کردن بااشتراک گذاری داده های بسیار زیاد در بین این شرکای زنجیره توزیع ، انعطاف پذیری و بازدهی در تولید را افزایش می بخشد .

سه هدف عمده از سیستمهای SCM عبارتند از :

هدف اول : کاهش هزینه انبارداری توسط برقراری توازن بین عرضه و تقاضا – بااستفاده از الگوهای پیچیده برنامه ریزی جهت پیش بینی تقاضاها ، سیستمهای پیش بینی کننده SCM بر اساس اطلاعات موجود در Database های سازمان عمل می نمایند . این سیستمهای پیش بینی کننده ، هم چنین هر گونه تغییری در داده های زنجیره توزیع را در این پیش بینی ، حتی سریعتر از روشهای قبلی محاسباتی اعمال می نماید و به کمپانیها امکان پیش بینی دقیق تر الگوهای تقاضا و زمانبندی کارتولید را می دهد .

هدف دوم : کاهش هزینه تولید با هم جهت کردن جریان کالاها در کل فرایند تولید وبا بهبود روند جریان اطلاعات بین سازمان ، عرضه کننده ، و توزیع کنندگان .

سیستمهای ترابری یا Logistic Oriented مثل مدیریت حمل و نقل ، مدیریت انبار و موجودی ، سیستمهای کاربردی برنامه زمانبندی کارخانه (Schedule Application) ، تماما درجهت کاهش هزینه های تولید هستند . بااطمینان از وجود ارتباط Real Time بین قسمتهای مختلف در زنجیره توزیع اینگونه سیستمهای کاربردی ، زمان بهدر رفته و نیز نیار به نگهداری در انبار را کاهش داده و از ایجاد گلوگاه در فرایند تولید جلوگیری می نماید .

هدف سوم : افزایش رضایت مشتری با ایجاد سرعت و هماهنگی ، سیستمهای SCM به سازمان امکان کاهش زمان تحویل Lead Time را داده ، کیفیت را بالا برده و نیز قابلیت‌های Customization بیشتری را ارائه می نمایند . هم چنین ارتباط و جلب مشتری را بهبود می بخشند .

پروسس SCM با سیستمهای کاربردی Forecasting , Data mining که اطلاعات موجود در Database سازمان را آنالیز می نمایند شروع می شود . الگوریتمهای برنامه ریزی جهت انجام پیش بینی هایی درمورد تقاضا استفاده شده که بر اساس آنها جداول تولید و سفارشات بعدی مورد بررسی و پیش بینی قرار می گیرند .

ارزش سیستمهای کاربردی SCM در ظرفیت یکپارچه کردن عرضه کنندگان ، سازندگان ، توزیع کنندگان در سیستمهای تحت اینترنت ، اینترنت و اکسترانت بوده که تمامی عواملی را بحساب می آورد که شامل : تقاضای مورد انتظار ، ظرفیت ذخیره سازی ، تولید ، منابع مالی ، محدودیت های زمانی و اهداف مادی می باشد . از طریق همکاری های توسعه یافته بین شرکای زنجیره توزیع (Supply Chain) که این سیستم را بوجود آورده اند ، سازمان مرزهای عملیاتی خود را گسترش می بخشد .

عرضه کنندگان بهتر قادر به تامین نیازهای سازمان از نظر مواد بوده و سازمان نیز بنحوبهتری قادر به زمانبندی کردن فرایندهای تولید و مدیریت موجودیها و انبار های خود خواهد بود ، و هم چنین امور حمل و نقل بطور مناسبتری هماهنگی در زمانهای تحویل مواد و توزیع محصولات را انجام داده و پی گیری سفارشات مشتریان نیز بهتر انجام خواهد شد .

: EAI

سازمان به توسعه تمرکز خود و نیز قدرت استفاده از امکانات اینترنت ، از قسمت Back Office (یعنی قسمتی که ERP بهتر سازماندهی می شود) تا Front Office علاقمند است . ایجاد ارتباطی اساسی بین مشتریان و سیستمهای مدیریت روابط انسانی تحت اینترنت CRM و نیز بین عرضه کنندگان و سیستم مدیریت زنجیره عرضه تحت اینترنت SCM نیز از طرفی دیگر ، امری مهم جهت بررسی می باشد .

حال در بسیاری محیطهای اطلاعاتی ، سیستمها و اجزای متفاوتی وجود دارند از جمله سیستمهای قدیمی و سیستمهای جدید CRM و SCM ، که با آخرین سیستمهای تکمیل شده ERP یکپارچه و هماهنگ نیستند . چنین

هماهنگی و یکپارچگی توسط گروه جدیدی از راه حل‌های (Solution) نرم افزاری و سرویس‌های بنام EAI یا Enterprise Application Integration انجام می‌پذیرد .

منابع :

1. www.ITtoolbox.com