



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

**Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων, Πωλήσεις, Προμήθειες και ERP
Συστήματα Ανοικτού Κώδικα**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

του

Μερτζεμέκη Παναγιώτη

Επιβλέπων:

Δρ. Λουκής Ευριπίδης, Καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου

Μέλη εξεταστικής επιτροπής:

Δρ. Καρύδα Μαρία, Καθηγήτρια του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου

Δρ. Χαραλαμπίδης Ιωάννης, Καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου

Σάμος, Ιούλιος 2023

Σκόπιμα λευκή σελίδα

Ευχαριστίες

Για την εκπόνηση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω πρωτίστως τον επιβλέποντα Καθηγητή μου, Δρ. Λουκή Ευριπίδη. Αρχικά για την ευκαιρία που μου έδωσε να συνεργαστούμε, καθώς και για τις πολύτιμες και παραγωγικές υποδείξεις του, αλλά και τη συνεχή καθοδήγηση που μου παρείχε. Ήταν ο αρωγός για να ασχοληθώ με τον τομέα των Πληροφοριακών Συστημάτων και να εμβαθύνω στα Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων καθώς εκτός της Διπλωματικής μου Εργασίας και η πρακτική που έκανα ήταν πάνω σε αυτόν τον τομέα.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους κοντινούς μου ανθρώπους, ιδιαίτερα την οικογένειά μου η οποία με στήριξε σε όλες μου τις αποφάσεις και έκανε αρκετή υπομονή και υποχωρήσεις.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους μου που ακόμα και χωρίς την φυσική παρουσία τους μου υπενθύμιζαν όλα αυτά τα όνειρα που έχουμε πει ότι θα υλοποιήσουμε και κατόρθωναν να επαναφέρουν στο προσκήνιο τα κίνητρα που είχα θέσει. Η ενθάρρυνση και η υποστήριξή τους μέχρι να περατωθεί η εργασία ήταν συγκινητική.

© 2023

του

Μερτζεμέκη Παναγιώτη

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Σκόπιμα Λευκή σελίδα

Πίνακας Περιεχομένων

1. Εισαγωγή.....	15
1.1. Ορισμός Πληροφοριακών Συστημάτων.....	15
1.2. Ορισμός Ολοκληρωμένων Συστημάτων Διαχείρισης Πόρων (ERP).....	16
1.3. Ιστορία των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	16
1.4. Δομή Διπλωματικής Εργασίας.....	17
2. Μεθοδολογία	19
3. Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management – CRM).....	21
3.1. Ορισμός CRM.....	21
3.1.1. Partner Relationship Management PRM.....	21
3.1.2. Employee Relationship Management – ERM.....	22
3.2. Κατηγορίες CRM.....	22
3.3. Επεξήγηση Βασικών Όρων.....	23
3.4. Πλεονεκτήματα των CRM.....	24
3.5. Μειονεκτήματα των CRM.....	26
3.6. Κριτήρια Επιλογής CRM.....	27
3.7. Στήσιμο του CRM (Set Up).....	29
4. Ολοκληρωμένα Συστήματα Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα (Open Source Software)....	31
4.1. Ορισμός Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα.....	31
4.2. Ιστορική Αναδρομή Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα.....	31
4.3. Πλεονεκτήματα Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα.....	32
4.4. Μειονεκτήματα Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα.....	33
4.5. Εφαρμογές ERP λογισμικού ανοικτού πηγαίου κώδικα.....	35
5. Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα Dolibarr.....	38
5.1. Παρουσίαση Dolibarr.....	38
5.2. Αρχιτεκτονική Dolibarr.....	38
5.3. Πλεονεκτήματα Dolibarr.....	38
5.4. Υποσυστήματα και Λειτουργίες του Dolibarr.....	40
5.4.1 Υποσύστημα CRM & Πωλήσεων.....	40
5.4.2 Υποσύστημα Ανθρώπινου Δυναμικού.....	42
5.4.3 Υποσύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου & Διαδικτύου.....	43
5.4.4 Υποσύστημα Προϊόντων και Αποθεμάτων.....	43
5.4.5 Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης.....	46
5.4.6 Υποσύστημα Μάρκετινγκ.....	47
5.4.7 Υποσύστημα Παραγωγικότητας.....	48
5.4.8 Υποσύστημα Ανάπτυξης.....	49
6. Εγκατάσταση και Παραμετροποίηση Dolibarr.....	51
6.1. Εγκατάσταση Dolibarr.....	51
6.2. Παραμετροποίηση Dolibarr.....	60
7. Υλοποίηση Επιχειρησιακού Σεναρίου στο Dolibarr	63

7.1. Περιγραφή Επιχειρησιακού Σεναριού.....	63
7.2. Υλοποίηση Πρώτης Φάσης.....	64
7.2.1. Εισαγωγή Πληροφοριών Εταιρείας.....	64
7.2.2. Δημιουργία Αποθηκών.....	66
7.2.3. Δημιουργία Τραπεζικών Λογαριασμών.....	70
7.2.4. Δημιουργία Πελατών.....	74
7.2.5. Δημιουργία Προμηθευτών.....	81
7.2.6. Δημιουργία Προϊόντων προς Πώληση.....	87
7.2.7. Ανάθεση προοπτικής σε πωλητή.....	93
7.3. Υλοποίηση Δεύτερης Φάσης.....	98
7.3.1. Δημιουργία Προσφοράς.....	98
7.3.2. Αποστολή προσφοράς με email σε προοπτική/πελάτη.....	104
7.3.3. Καταγραφή σημειώσεων σε μία επαφή.....	104
7.3.4. Αποδοχή Προσφοράς.....	107
7.3.5. Μετατροπή Προσφοράς σε Παραγγελία.....	110
7.3.6. Έλεγχος κι αναπλήρωση αποθεμάτων για αποστολή παραγγελίας.....	112
7.3.7. Δημιουργία Τιμολογίου Αγοράς.....	124
7.3.8. Αποπληρωμή Τιμολογίου Αγοράς.....	125
7.3.9. Αποστολή Παραγγελίας Πώλησης.....	126
7.3.10. Έκδοση Τιμολογίου.....	131
7.3.11. Πληρωμή Τιμολογίου.....	134
7.3.12. Αποστολή email στον Πελάτη μετά την ολοκλήρωση της αγοράς.....	136
7.3.13. Έλεγχος στατιστικών.....	138
8. Συμπεράσματα.....	140
Βιβλιογραφία.....	143

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1. Ιστορία ERP συστημάτων.....	19
Εικόνα 2. Υποσύστημα CRM & Πωλήσεων.....	41
Εικόνα 3. Υποσύστημα Ανθρώπινου Δυναμικού	43
Εικόνα 4. Υποσύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου Διαδικτύου.....	44
Εικόνα 5. Υποσύστημα Προϊόντων και Αποθεμάτων.....	45
Εικόνα 6. Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης.....	47
Εικόνα 7. Υποσύστημα Μάρκετινγκ.....	48
Εικόνα 8. Υποσύστημα Παραγωγικότητας.....	49
Εικόνα 9. Υποσύστημα Ανάπτυξης.....	50
Εικόνα 10. Αρχική οθόνη ιστοσελίδας dolibarr.org.....	52
Εικόνα 11. Επιλογή Sourceforge.....	53
Εικόνα 12. Κατέβασμα τελευταίας έκδοσης Dolibarr.....	53
Εικόνα 13. Εγκατάσταση Dolibarr.....	54
Εικόνα 14. Εγκατάσταση Dolibarr.....	54
Εικόνα 15. Εγκατάσταση Dolibarr.....	54
Εικόνα 16. Εγκατάσταση Dolibarr.....	55
Εικόνα 17. Ρύθμιση παραμέτρων.....	56
Εικόνα 18. Εγκατάσταση Dolibarr	56
Εικόνα 19. Εγκατάσταση Dolibarr.....	57
Εικόνα 20. Άνοιγμα εφαρμογής σε browser.....	57
Εικόνα 21. Εγκατάσταση Dolibarr.....	57
Εικόνα 22. Έλεγχος απαιτήσεων Dolibarr.....	58
Εικόνα 23. Εγκατάσταση Dolibarr.....	58
Εικόνα 24. Εγκατάσταση Dolibarr.....	58
Εικόνα 25. Ολοκλήρωση δημιουργίας βάσης δεδομένων	59
Εικόνα 26. Δημιουργία Λογαριασμού Χρήστη.....	59
Εικόνα 27. Επιτυχία δημιουργίας λογαριασμού - Μετάβαση σε Dolibarr.....	59
Εικόνα 28. Είσοδος χρήστη.....	60
Εικόνα 29. Περιβάλλον χρήστη Dolibarr.....	60
Εικόνα 30. Λειτουργίες Υποσυστήματος CRM.....	61
Εικόνα 31. Λειτουργίες Υποσυστήματος VRM.....	61
Εικόνα 32. Λειτουργίες Υποσυστήματος Οικονομικών Ενοτήτων.....	62
Εικόνα 33. Λειτουργίες Υποσυστήματος PM(διαχείριση προϊόντων).....	62
Εικόνα 34. Αλλαγή ρυθμίσεων εταιρείας.....	64
Εικόνα 35. Συμπλήρωση στοιχείων εταιρείας.....	65
Εικόνα 36. Αποθήκευση στοιχείων εταιρείας.....	66
Εικόνα 37. Επιλογή Καρτέλας Προϊόντων	67
Εικόνα 38. Επιλογή Δημιουργίας Νέας Αποθήκης.....	67
Εικόνα 39. Δημιουργία Αποθήκης MaterialWarehouse.....	68
Εικόνα 40. Δημιουργία Αποθήκης FinalProductWarehouse.....	68
Εικόνα 41. Επιλογή Προβολής Λίστας.....	69
Εικόνα 42. Εμφάνιση Λίστας.....	69

Εικόνα 43. Εμφάνιση αποθήκης.....	70
Εικόνα 44. Επιλογή κατηγορίας “Τράπεζες Μετρητά”.....	70
Εικόνα 45. Επιλογή δημιουργίας Νέου Λογαριασμού.....	71
Εικόνα 46. Συμπλήρωση στοιχείων τραπεζικού λογαριασμού.....	71
Εικόνα 47. Δημιουργία Λογαριασμού.....	72
Εικόνα 48. Επιλογή Λίστας για εμφάνιση.....	72
Εικόνα 49. Εμφάνιση Λίστας Λογαριασμών.....	72
Εικόνα 50. Εμφάνιση Λογαριασμού	73
Εικόνα 51. Επιλογή “Πελάτες/Προμηθευτές”	74
Εικόνα 52. Επιλογή “Νέο Τρίτο Μέρος”.....	74
Εικόνα 53. Εμφάνιση πεδίων για εισαγωγή Νέου Μέρους	75
Εικόνα 54. Συμπλήρωση δεδομένων πελάτη e-desk.....	75
Εικόνα 55. Επιλογή “Δημιουργία Τρίτου Μέρους” για καταχώρηση πελάτη.....	76
Εικόνα 56. Επιλογή “Λίστα” για εμφάνιση καταχωρήσεων.....	76
Εικόνα 57. Εμφάνιση Λίστας.....	77
Εικόνα 58. Εμφάνιση πελάτη στην εφαρμογή.....	77
Εικόνα 59. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”.....	78
Εικόνα 60. Επιλογή “+”.....	78
Εικόνα 61. Συμπλήρωση δεδομένων επαφής πελάτη.....	79
Εικόνα 62. Επιλογή “Προσθήκη”.....	79
Εικόνα 63. Εμφάνιση πελάτη με διασυνδεδεμένη επαφή.....	79
Εικόνα 64. Επιλογή “Νέος Προμηθευτής”.....	80
Εικόνα 65. Εισαγωγή στοιχείων προμηθευτή	81
Εικόνα 66. Επιλογή “Δημιουργία Τρίτου Μέρους” για καταχώρηση προμηθευτή	81
Εικόνα 67. Επιλογή “Λίστα Προμηθευτών”.....	81
Εικόνα 68. Εμφάνιση Λίστας Προμηθευτών.....	82
Εικόνα 69. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”.....	82
Εικόνα 70. Επιλογή “+” για προσθήκη Επαφής.....	83
Εικόνα 71. Εισαγωγή στοιχείων επαφής.....	83
Εικόνα 72. Επιλογή “Προσθήκη” για καταχώρηση επαφής.....	83
Εικόνα 73. Εμφάνιση Προμηθευτή με διασυνδεδεμένη Επαφή.....	84
Εικόνα 74. Επιλογή “Τρόποι Πληρωμής”.....	84
Εικόνα 75. Επιλογή “+”	85
Εικόνα 76. Εισαγωγή στοιχείων τραπεζικού λογαριασμού.....	85
Εικόνα 77. Καταχώρηση τραπεζικού λογαριασμού.....	85
Εικόνα 78. Εμφάνιση του λογαριασμού στα στοιχεία του προμηθευτή.....	86
Εικόνα 79. Επιλογή “Προϊόντα”.....	86
Εικόνα 80. Επιλογή “Νέο Προϊόν”.....	87
Εικόνα 81. Συμπλήρωση στοιχείων του προϊόντος.....	87
Εικόνα 82. Επιλογή “Δημιουργία” για τελική καταχώρηση προϊόντος.....	87
Εικόνα 83. Εμφάνιση προϊόντος.....	88
Εικόνα 84. Επιλογή “Τιμή Αγοράς”.....	88
Εικόνα 85. Επιλογή “Προσθήκη Τιμή Αγοράς”.....	89

Εικόνα 86. Συμπλήρωση δεδομένων αγοράς.....	89
Εικόνα 87. Επιλογή “Αποθήκευση” για την καταχώρηση στην εφαρμογή.....	90
Εικόνα 88. Εμφάνιση προϊόντος με σημειωμένη Τιμή Προμηθευτή πλέον.....	90
Εικόνα 89. Επιλογή “Τιμή Πώλησης”.....	91
Εικόνα 90. Επιλογή “Ενημέρωση Προεπιλεγμένης Τιμής”.....	91
Εικόνα 91. Συμπλήρωση δεδομένων.....	91
Εικόνα 92. Επιλογή “Αποθήκευση”.....	92
Εικόνα 93. Εμφάνιση τιμής πωλήσεως στην καρτέλα του προϊόντος.....	92
Εικόνα 94. Επιλογή “Χρήστες και Ομάδες”.....	93
Εικόνα 95. Επιλογή “Νέος Χρήστης”.....	93
Εικόνα 96. Συμπλήρωση στοιχείων χρήστη.....	94
Εικόνα 97. Επιλογή “Δημιουργία Χρήστη”.....	94
Εικόνα 98. Επιλογή “Δικαιώματα”.....	95
Εικόνα 99. Επιλογή “Όλα”.....	95
Εικόνα 100. Επιλέγουμε το μολύβι ή το πλαίσιο.....	96
Εικόνα 101. Επιλογή Χρήστη που θέλουμε να ορίσουμε ως πωλητή.....	96
Εικόνα 102. Επιλογή “Τροποποίηση”.....	96
Εικόνα 103. Επιλογή “δεξί βέλος”.....	97
Εικόνα 104. Επιλογή “Αποσύνδεση”.....	97
Εικόνα 105. Συμπλήρωση στοιχείων και επιλογή “Είσοδος”.....	98
Εικόνα 106. Επιτυχής είσοδος στο προφίλ του Φώτη Ιωάννου.....	98
Εικόνα 107. Επιλογή “Εμπορικό”.....	99
Εικόνα 108. Επιλογή “Νέα Προσφορά”.....	100
Εικόνα 109. Συμπλήρωση στοιχείων προσφοράς.....	100
Εικόνα 110. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”.....	101
Εικόνα 111. Επιλογή προϊόντος, τιμής και “Προσθήκη”.....	101
Εικόνα 112. Επιλογή “Επικύρωση” για ολοκλήρωση προσφοράς.....	101
Εικόνα 113. Επιλογή “Ναι” για επιβεβαίωση δημιουργίας προσφοράς.....	102
Εικόνα 114. Επιλογή “Συνδεδεμένα Αρχεία”.....	102
Εικόνα 115. Κλικάρουμε στο όνομα του PDF αρχείου.....	102
Εικόνα 116. Εμφάνιση PDF.....	103
Εικόνα 117. Επιλογή “Αποστολή email”.....	104
Εικόνα 118. Επιλογή “Αποστολή email”.....	104
Εικόνα 119. Επιλογή της προοπτικής “e-desk”.....	105
Εικόνα 120. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”.....	105
Εικόνα 121. Επιλογή της επαφής “Αλέξανδρος Καρράς”.....	106
Εικόνα 122. Επιλογή “Σημείωση”.....	106
Εικόνα 123. Επιλογή μολυβιού για εισαγωγή σημειώσεων.....	106
Εικόνα 124. Επιλογή “Τροποποίηση” για αποθήκευση σημείωσης.....	107
Εικόνα 125. Επιλογή της προσφοράς.....	108
Εικόνα 126. Επιλογή “Ορισμός Αποδοχής/Απόρριψης”.....	108
Εικόνα 127. Επιλογή “Υπογεγραμμένη” από τις 2 επιλογές.....	109
Εικόνα 128. Επιλογή “Ναι” για επιβεβαίωση αποδοχής.....	109

Εικόνα 129. Παρατηρούμε ότι άλλαξε κατάσταση σε “Υπογεγραμμένη (χρειάζεται χρέωση)	110
Εικόνα 130. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελίας”.....	110
Εικόνα 131. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”.....	111
Εικόνα 132. Επιλογή “Επικύρωση”.....	111
Εικόνα 133. Επιλογή “Ναι”.....	111
Εικόνα 134. Παρατηρούμε ότι πλέον είναι “Επικυρωμένη”.....	112
Εικόνα 135. Παρατηρούμε το “e-desk” που πλέον βρίσκεται στη λίστα πελατών.....	112
Εικόνα 136. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”.....	113
Εικόνα 137. Εμφάνιση απαγορευτικού, Πραγματικό Απόθεμα μικρότερο από Ποσότητα παραγγελίας.....	113
Εικόνα 138. Επιλογή “Αναπλήρωση”.....	114
Εικόνα 139. Επιλογή προμηθευτή.....	114
Εικόνα 140. Επιλογή όλων των προϊόντων.....	115
Εικόνα 141. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελιών”.....	115
Εικόνα 142. Επιλογή παραγγελίας για εμφάνιση.....	115
Εικόνα 143. Επιλογή “Επικύρωση και Έγκριση”.....	116
Εικόνα 144. Επιλογή “Ναι”.....	116
Εικόνα 145. Παρατηρούμε κατάσταση “Εγκρίθηκε”.....	117
Εικόνα 146. Επιλέγουμε αρχείο παραγγελίας.....	117
Εικόνα 147. Εμφάνιση PDF αρχείου παραγγελίας.....	118
Εικόνα 148. Επιλογή “Παραγγελίες αναπλήρωσης”	119
Εικόνα 149. Επιλογή Παραγγελίας.....	119
Εικόνα 150. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελίας”.....	120
Εικόνα 151. Επιλογή μεθόδου παραγγελίας.....	120
Εικόνα 152. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελίας”.....	121
Εικόνα 153. Επιλογή “Ναι”.....	121
Εικόνα 154. Εμφάνιση κατάστασης “Παραγγέλθηκε - Αναμονή Παραλαβής”.....	121
Εικόνα 155. Επιλογή “Ταξινόμηση Παραλαβής”.....	122
Εικόνα 156. Εμφάνιση παραθύρου “Παραλαβή”.....	122
Εικόνα 157. Επιλογή κατάστασης παραλαβής.....	123
Εικόνα 158. Επιλογή “Παραλαβή”.....	123
Εικόνα 159. Παρατηρούμε την κατάσταση “Όλα τα προϊόντα παραλήφθηκαν”	123
Εικόνα 160. Εμφάνιση προϊόντων.....	124
Εικόνα 161. Επιλογή “Δημιουργία Τιμολογίου”.....	124
Εικόνα 162. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”.....	125
Εικόνα 163. Παρατηρούμε κατάσταση τιμολογίου “Απλήρωτο”, επιλέγουμε “Εισαγωγή Πληρωμής”.....	125
Εικόνα 164. Εισαγωγή Ποσού Πληρωμής κι Επιλογή “Πληρωμή”.....	126
Εικόνα 165. Επιλογή “Επικύρωση”.....	126
Εικόνα 166. Εμφάνιση κατάστασης τιμολογίου “Πληρωμένο”.....	126
Εικόνα 167. Επιλογή Παραγγελίας προς επεξεργασία.....	127
Εικόνα 168. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”.....	127

Εικόνα 169. Συμπλήρωση πεδίων αποστολής.....	128
Εικόνα 170. Επιλογή αποθήκης.....	128
Εικόνα 171. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”.....	128
Εικόνα 172. Επιλογή “Δημιουργία”.....	129
Εικόνα 173. Επιλογή “Επικύρωση”.....	129
Εικόνα 174. Επιλογή “Ναι”.....	130
Εικόνα 175. Εμφάνιση κατάστασης “Επικυρωμένη”.....	130
Εικόνα 176. Κατάσταση “Σε εξέλιξη”.....	131
Εικόνα 177. Επιλογή “Δημιουργία Τιμολογίου”.....	131
Εικόνα 178. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”.....	132
Εικόνα 179. Επιλογή “Επικύρωση”.....	132
Εικόνα 180. Επιλογή “Ναι”.....	132
Εικόνα 181. Επιλογή PDF.....	133
Εικόνα 182. Εμφάνιση PDF.....	134
Εικόνα 183. Επιλογή “Εισαγωγή Πληρωμής”.....	135
Εικόνα 184. Επιλογή “Πληρωμή”.....	135
Εικόνα 185. Επιλογή “Επικύρωση”.....	135
Εικόνα 186. Εμφάνιση κατάστασης “Πληρωμένο”.....	136
Εικόνα 187. Επιλογή “Eurobank”.....	136
Εικόνα 188. Επιλογή “Τραπεζικές συναλλαγές”.....	137
Εικόνα 189. Παρατηρούμε χρεώσεις και πιστώσεις.....	137
Εικόνα 190. Επιλογή “Αποστολή email”.....	138
Εικόνα 191. Συμπλήρωση πεδίων και επιλογή “Αποστολή email”.....	138
Εικόνα 192. Εμφάνιση “Πίνακα Ελέγχου”.....	139
Εικόνα 193. Εμφάνιση αρχικής “Εμπορικό”.....	139
Εικόνα 194. Εμφάνιση αρχική “Πελάτες/Προμηθευτές”.....	140

Ακρωνύμια

ΔΕ	Διπλωματική Εργασία
ΠΣ	Πληροφοριακό Σύστημα
ERP	Enterprise Resource Planning
CRM	Customer Relationship Management
MRP	Material Requirements Planning
MPS	Master Production Schedule
BOM	Bill Of Materials
OSS	Open Source Software
PRM	Partner Relationship Management
ERM	Employee Relationship Management
HR	Human Relationship
POS	Point Of Sale
API	Application Programming Interface

Περίληψη

Τα Ολοκληρωμένα Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (Enterprise Resource Planning - ERP) είναι ένας τύπος λογισμικού που ενσωματώνει διάφορες επιχειρησιακές λειτουργίες και διαδικασίες ενός οργανισμού/εταιρείας σε μία ενοποιημένη πλατφόρμα. Ο πρωταρχικός τους στόχος είναι να διευκολύνουν τη ροή πληροφοριών και να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα μέσα σε έναν οργανισμό παρέχοντας πλήρη και ζωντανή προβολή δεδομένων. Η εφαρμογή ενός συστήματος ERP είναι ένα πολύπλοκο εγχείρημα που απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό, διαχείριση αλλαγών και συχνά σημαντικές επενδύσεις. Ωστόσο, όταν αναπτυχθεί με επιτυχία, το ERP μπορεί να οδηγήσει σε βελτιωμένη παραγωγικότητα, εξοικονόμηση κόστους, καλύτερη λήψη αποφάσεων και βελτιωμένη συνεργασία σε ολόκληρο τον οργανισμό.

Τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management – CRM) είναι μια στρατηγική τεχνολογίας και επιχείρησης που εστιάζει στη διαχείριση και την καλλιέργεια σχέσεων με υπάρχοντες και δυνητικούς πελάτες. Ένα σύστημα CRM χρησιμεύει ως μια κεντρική βάση δεδομένων που αποθηκεύει πληροφορίες σχετικά με τους πελάτες, συμπεριλαμβανομένων των στοιχείων επικοινωνίας τους, του ιστορικού αγορών, των αλληλεπιδράσεων με την εταιρεία και άλλα σχετικά δεδομένα. Παρέχει μια προβολή 360 μοιρών για κάθε πελάτη, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να παρακολουθούν τις αλληλεπιδράσεις τους σε διάφορα σημεία επαφής, όπως τηλεφωνικές κλήσεις, email, επισκέψεις σε ιστότοπους, αλληλεπιδράσεις μέσω κοινωνικής δικτύωσης και προσωπικές συναντήσεις.

Στην παρούσα Διπλωματική Εργασία αρχικά θα αναλύσουμε τα ERP συστήματα, τα CRM και τα Λογισμικά Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα. Κατόπιν θα παρουσιάσουμε το Dolibarr, θα το εγκαταστήσουμε και θα υλοποιήσουμε ένα επιχειρησιακό σενάριο σε αυτό το οποίο θα εμπεριέχει την αγορά από έναν προμηθευτή, την προσφορά και την πώληση σε πελάτη με ιδιαίτερη έμφαση όμως στις πελατειακές σχέσεις. Για να επιτευχθεί αυτό θα χρησιμοποιήσουμε τα Υποσυστήματα CRM & Πωλήσεων, Ανθρώπινου Δυναμικού, Προϊόντων και Αποθεμάτων, Οικονομικής Διαχείρισης και Μάρκετινγκ.

Τέλος, αφού ολοκληρωθεί το σενάριο μας, μπορούμε να εξάγουμε τα συμπεράσματα της Διπλωματικής Εργασίας. Αυτά είναι θετικά για τη χρήση τέτοιων συστημάτων, καθώς παρατηρήσαμε ότι μπορούν όλοι οι τομείς μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να συνυπάρξουν σε ένα σύστημα και να συνεργαστούν αρμονικά σε αυτό.

Abstract

ERP is a type of software system that integrates various business processes and functions across an organization into a unified platform. The primary goal of ERP is to facilitate the flow of information and improve efficiency within an organization by providing a centralized and real-time view of data. Implementation of an ERP system is a complex undertaking that requires careful planning, change management, and often significant investment. However, when successfully deployed, ERP can lead to improved productivity, cost savings, better decision-making, and enhanced collaboration across the entire organization.

CRM is a technology and business strategy that focuses on managing and nurturing relationships with existing and potential customers. A CRM system serves as a centralized database that stores information about customers, including their contact details, purchase history, interactions with the company, and other relevant data. It provides a 360-degree view of each customer, enabling businesses to track their interactions across various touchpoints, such as phone calls, emails, website visits, social media interactions, and in-person meetings.

In this Thesis we will initially analyze ERP systems, CRM and Open Source Software. Then we will introduce Dolibarr, install it and implement a business scenario in it which will involve buying from a supplier, quoting and selling to a customer with a special emphasis on customer relationships. To achieve this we will use CRM & Sales, Human Relationship Management (HR), Product & Stock, Financial & Billing and Marketing Subsystems.

Finally, after completing our scenario, we can draw the conclusions of the Diplomatic Thesis. These are positive for the use of such systems, as we observed that all areas of a business or an organization can coexist in a system and work together harmoniously in it.

1

Εισαγωγή

Στη σύγχρονη κοινωνία ο κλάδος των επιχειρήσεων και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού μεταξύ αυτών είναι ένα πρόβλημα που ταλανίζει καθημερινά όλους αυτούς που ασχολούνται με τον τομέα. Η τεχνολογία αναβαθμίζεται με γοργούς ρυθμούς, οι απαιτήσεις των καταναλωτών και των πελατών αλλάζουν κι επηρεάζονται συνέχεια από διαφορετικές τάσεις και παγκόσμια γεγονότα. Αυτό οδηγεί σε πλήρη εγρήγορση τους υπεύθυνους των επιχειρήσεων, οι οποίοι προσπαθούν πάντα να βρίσκονται ένα βήμα μπροστά από τους ανταγωνιστές τους.

Για να επιτευχθεί αυτό όμως, πέραν της ανθρώπινης ικανότητας χρειάζεται και η κατάλληλη πληροφοριακή δύναμη. Αν δεν υπήρχαν τα Συστήματα Διαχείρισης Πόρων (Enterprise Resource Planning-ERP) ο τεράστιος όγκος δεδομένων που υπάρχει πλέον σε όλες τις μεγάλες επιχειρήσεις δε θα μπορούσε να αναλυθεί κι έτσι δε θα μπορούσαν να εξαχθούν τα κατάλληλα συμπεράσματα που θα βοηθήσουν στην αύξηση των πωλήσεων.

Ένα πιο ειδικό σημείο που πρέπει να σταθούμε όμως είναι αυτό που αφορά τους πελάτες. Σε αυτό έρχονται να μας βοηθήσουν τα συστήματα CRM(Customer Relationship Management) τα οποία όπως μαρτυράει και το όνομα τους βοηθούν τα μέγιστα στη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων. Αν μία επιχείρηση δεν μπορεί να διατηρήσει σωστά τις πληροφορίες των πελατών της, να έρθει σε επαφή μαζί τους και να κάνει εύκολα συναλλαγές με αυτούς, τότε το πιο πιθανό είναι ότι θα τους χάσει. Όλα αυτά και πολλά ακόμη σημεία έρχονται να καλύψουν τα CRM.

1.1. Ορισμός Πληροφοριακών Συστημάτων

Πληροφοριακό Σύστημα είναι ένας συνδυασμός λογισμικού, υλικού και τηλεπικοινωνιών για τη συλλογή χρήσιμων δεδομένων, ειδικά σε οργανισμούς. Πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν αυτήν την τεχνολογία με σκοπό τη διαχείριση και ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων και των συναλλαγών τους, την αλληλεπίδραση με τους πελάτες τους, αλλά και για να αποκτήσουν στρατηγικά πλεονεκτήματα απέναντι σε ανταγωνιστές.[1]

Σύμφωνα με τους Piccoli και Pigni, ΠΣ είναι ένα σύστημα που έχει σχεδιαστεί με σκοπό τη συλλογή, επεξεργασία, αποθήκευση και διανομή πληροφοριών. Αποτελείται από έργο, ανθρώπους, δομή και τεχνολογία και χρησιμοποιείται για την παροχή πληροφοριών, τη συμβολή στη γνώση, καθώς και για τη διευκόλυνση στη λήψη αποφάσεων. [2]

Ένα ΠΣ είναι η τεχνολογία πληροφορίας κι επικοινωνιών που χρησιμοποιείται από οργανισμούς ή φέρνει σε αλληλεπίδραση ανθρώπους και τεχνολογία με σκοπό την υποστήριξη κι εκτέλεση επιχειρηματικών αποφάσεων. [3]

1.2. Ορισμός Ολοκληρωμένων Συστημάτων Διαχείρισης Πόρων (ERP)

Τα ERP συστήματα βοηθούν στην ολοκληρωμένη διαχείριση των κυριότερων διαδικασιών που λαμβάνουν χώρα σε μία επιχείρηση, ακόμα και σε πραγματικό χρόνο, με τη βοήθεια υλικού και λογισμικού. [4]

Σύμφωνα με τον Bob Evans τα ERP είναι μία κατηγορία λογισμικού διαχείρισης επιχειρήσεων και χρησιμοποιείται για τη συλλογή, αποθήκευση, διαχείριση κι ερμηνεία δεδομένων. [5]

1.3. Ιστορία των Πληροφοριακών Συστημάτων

Μέχρι μερικές δεκαετίες πριν η καθημερινότητα των επιχειρήσεων ήταν τελείως διαφορετική από αυτήν που επικρατεί τώρα. Πιο συγκεκριμένα, μέχρι τη δεκαετία του 1960 οι επιχειρήσεις δε διέθεταν Πληροφοριακά Συστήματα αλλά οι ανάγκες, άρχισαν να επιτάσσουν τη δημιουργία αυτών. Έτσι, εμφανίστηκαν τότε τα πρώτα παραγωγικά συστήματα που επικεντρωνόντουσαν στον έλεγχο των αποθεμάτων των μεγάλων επιχειρήσεων (inventory control). Ωστόσο, οι επιχειρήσεις εκείνη την περίοδο είχαν τη δυνατότητα να διαθέτουν μεγάλο αριθμό αποθεμάτων για να καλύπτουν τη ζήτηση αλλά ταυτοχρόνως να είναι κι ανταγωνιστικοί. [6]

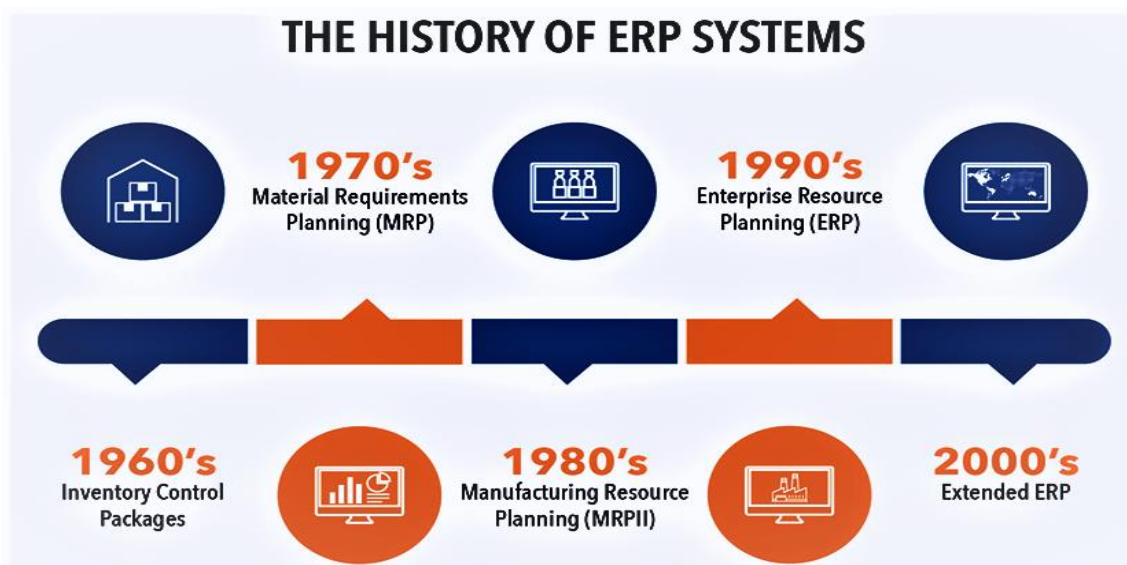
Την αμέσως επόμενη δεκαετία (1970), η δυνατότητα αποθήκευσης αρκετού αποθέματος, άρχισε να εγκαταλείπει σιγά σιγά τις επιχειρήσεις. Αυτό οδήγησε στην εμφάνιση των συστημάτων Πρόβλεψης Απαιτήσεων Υλικού (MRP-Material Requirements Planning) τα οποία πλέον εκτός από τον έλεγχο των αποθεμάτων, παρείχαν και πληροφορίες σχετικά με την παραγωγή αυτών σε μία ενιαία εφαρμογή. Για πρώτη φορά, χρησιμοποιήθηκε ένα πρότυπο πλάνο χρονοπρογραμματισμού της παραγωγής (MPS- Master Production Schedule) με τις απαιτούμενες προδιαγραφές υλικών (BOM – Bill Of Materials) κι έτσι ένας υπολογιστής αρκούσε για να προσδιορίσει τη χρονική στιγμή και τις ακριβείς ποσότητες υλικών που χρειάζονται για να παραχθεί ένα τελικό προϊόν. [6]

Τη δεκαετία του 1980 είχαμε την ραγδαία αύξηση της χρήσης των υπολογιστών και την εισαγωγή νέων τεχνολογιών. Αυτό οδήγησε και στην εξέλιξη των υπάρχοντων συστημάτων και πλέον στα MRP προστέθηκαν λειτουργίες που σχετίζονταν με τις

χρηματοοικονομικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης. Έτσι δημιουργήθηκαν τα MRP II, τα οποία ήταν τα πρώτα ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα που συνδύαζαν τα συστήματα διαχείρισης παραγωγής και υλικών με τη λογιστική και τη χρηματοοικονομική διαχείριση (financial management) μιας επιχείρησης. [6]

Στις αρχές της επόμενης δεκαετίας, τα MRP II επεκτάθηκαν ακόμη περισσότερο με στόχο να συμπεριλαμβάνουν το σχεδιασμό και τη διαχείριση όλων των παραγωγικών πόρων μίας επιχείρησης. Έτσι, λειτουργίες όπως η διαχείριση αποθηκών, ο σχεδιασμός προϊόντων, η διαχείριση έργων και ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και ολόκληρη η εμπορική και οικονομική διαχείριση μιας επιχείρησης, βρισκόταν σε ένα μόνο σύστημα. Η νέα ονομασία αυτών, ήταν τα Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP- Enterprise Resource Planning). [6]

Από το 2000 κι έπειτα μιλάμε για τα ERP II/ERP 2 ή για τα Extended ERP, καθώς αναβαθμίστηκαν περαιτέρω. Τα συστήματα αυτά πλέον δεν επικεντρώνονται απλά στην εσωτερική βελτιστοποίηση μιας επιχείρησης, αλλά στη συνολική βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain). Μία ακόμη σημαντική αλλαγή είναι ότι έγιναν ανοιχτά στον παγκόσμιο ιστό και όχι απλά “κτμήμα” της κάθε επιχείρησης. Σε αυτά βρίσκουμε και τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM – Customer Relationship Management) τα οποία θα αναλύσουμε στην παρούσα Διπλωματική Εργασία. [7]



Εικόνα 1. Ιστορία ERP συστημάτων

1.4. Δομή Διπλωματικής Εργασίας

Στο Κεφάλαιο 1 έχουμε την εισαγωγή, μαζί με μερικούς ορισμούς και επεξηγήσεις σχετικά με τα Πληροφοριακά Συστήματα, τα συστήματα ERP και την ιστορία των Πληροφοριακών Συστημάτων.

Το Κεφάλαιο 2 αφιερώνεται στην μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη δομή της διπλωματικής.

Στο Κεφάλαιο 3 αναφερόμαστε στα CRM, παρουσιάζονται ορισμοί τους, οι διαφορετικές κατηγορίες που υπάρχουν, επεξηγούνται βασικοί όροι αυτών, σχολιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους, παρουσιάζονται κριτήρια επιλογής και το στήσιμο ενός CRM για να ξεκινήσει η χρήση του.

Στο Κεφάλαιο 4 γίνεται μνεία στα Λογισμικά Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα (Open Source Software - OSS), όπου δίνονται ορισμοί αυτών, γίνεται ιστορική αναδρομή, παρουσιάζονται πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους αλλά και οι πιο γνωστές OSS εφαρμογές ERP.

Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται το Dolibarr, η αρχιτεκτονική του, τα θετικά του στοιχεία και τα υποσυστήματα και οι λειτουργίες του.

Στο Κεφάλαιο 6 κάνουμε την εγκατάσταση και την παραμετροποίηση του Dolibarr.

Στο Κεφάλαιο 7 αρχικά εκφωνείτε το επιχειρησιακό σενάριο που θα υλοποιηθεί και στη συνέχεια το υλοποιούμε χωρισμένο σε δύο φάσεις.

Στο κεφάλαιο 8 γίνεται αναφορά στα συμπεράσματα που βγήκαν μετά την εκπόνηση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

2

Μεθοδολογία

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία πραγματεύεται τα Πληροφοριακά Συστήματα και ειδικότερα τα Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM) τα οποία αποτελούν τροχοπέδη για πιο αποδοτικές και υψηλότερες πωλήσεις. Με τα CRM δημιουργούνται πιο ισχυρές και μακρόπνοες σχέσεις με τους πελάτες και προσφέρεται η ικανότητα για καλύτερη διαχείριση στον τομέα των πωλήσεων, του μάρκετινγκ αλλά και τις εξυπηρέτησης πελατών.

Για να φτάσω στο σημείο υλοποίησης της Διπλωματικής Εργασίας ακολουθήθηκαν τα εξής βήματα:

- Αρχικά η παρακολούθηση του θεωρητικού μέρους του μαθήματος “Λειτουργία των Επιχειρήσεων & Πληροφοριακά Συστήματα” του 5ου Εξαμήνου του προγράμματος σπουδών του τμήματος, από τον Υπεύθυνο Καθηγητή της Διπλωματικής μου Εργασίας, Δρ Λουκή Ευριπίδη, που μας έκανε εισαγωγή σε αυτόν τον πολυδιάστατο χώρο των επιχειρήσεων.
- Κατόπιν, η παρακολούθηση του εργαστηριακού μέρους του μαθήματος “Λειτουργία των Επιχειρήσεων & Πληροφοριακά Συστήματα”, από την Κα Κυριακού Νίκη, με την οποία έκανα τα πρώτα μου επιχειρησιακά σενάρια στο Microsoft Navision.
- Εκδήλωση ενδιαφέροντος στον Κ. Λουκή σχετικά με την εκπόνηση Διπλωματικής Εργασίας. Αφού επικοινωνήσαμε, μου παρότρυνε την παρακολούθηση 2 ακόμη μαθημάτων που έχουν σχέση με τις επιχειρήσεις.
- Παρακολούθηση του μαθήματος “Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων - Επιχειρηματική Αναλυτική”, του 8ου Εξαμήνου του προγράμματος σπουδών του τμήματος, από τον Κ. Λουκή.
- Παρακολούθηση του μαθήματος “Στρατηγική & Επενδύσεις Πληροφοριακών Συστημάτων - Ψηφιακός Μετασχηματισμός”, του 8ου Εξαμήνου του προγράμματος σπουδών του τμήματος, από τον Κ. Λουκή.
- Επικοινωνία με τον Κ. Λουκή σχετικά με το θέμα της ΔΕ και κατάληξη στη χρήση του OPEN ERP “Dolibarr” για την ανάλυση των CRM.
- Αναζήτηση βιβλιογραφίας και πηγών μέσω διαδικτύου και συγγραμμάτων.
- Καταγραφή σημειώσεων και πληροφοριών για τα Πληροφοριακά Συστήματα αλλά και την εφαρμογή που θα χρησιμοποιηθεί.

- Συγγραφή όλων των εισαγωγικών κεφαλαίων πέραν της περίληψης.
- Εγκατάσταση και παραμετροποίηση του Dolibarr.
- Παρακολούθηση βίντεο σχετικά με τη χρήση του Dolibarr
- Χρήση και εξοικείωση με το Dolibarr.
- Υλοποίηση σεναρίου ΔΕ στο Dolibarr.
- Συγγραφή κεφαλαίου για το σενάριο προσθέτοντας και τα κατάλληλα στιγμιότυπα.
- Σύνταξη περίληψης της ΔΕ.
- Εξαγωγή συμπερασμάτων.
- Διατύπωση τελικής μορφής της ΔΕ.

3

Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (Customer Relationship Management – CRM)

3.1. Ορισμός CRM

Όπως συνέβαινε ανέκαθεν, έτσι και τώρα όλες οι επιχειρήσεις και οι εταιρίες θέλουν να βρίσκονται πάντα σε καλύτερη θέση από τους ανταγωνιστές τους. Για να επιτευχθεί αυτό, αναζητούν συνεχώς κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα τους δώσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Έχει παρατηρηθεί ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που βασίζεται πάνω σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες είναι βραχύβιο, σε αντίθεση με το πλεονέκτημα που δίνεται στις εταιρίες όταν μιλάμε για ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σχετικά με τις σχέσεις με τους πελάτες. Η δημιουργία και η διατήρηση ισχυρής και μακρόπνοης σχέσης με τους πελάτες είναι σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις, το μακροβιότερο και ισχυρότερο πλεονέκτημα που μπορεί να υπάρξει.[7]

Για να επιτευχθεί αυτό το πλεονέκτημα και γενικότερα να υπάρχει αρμονία και σωστή διαχείριση στη σχέση με τους πελάτες, το μάρκετινγκ αλλά και την εξυπηρέτηση πελατών είναι πλέον αναγκαίο να υπάρχει το αντίστοιχο CRM στην κάθε επιχείρηση.

Πέραν αυτών των λειτουργιών, τα CRM έχουν αναπτυχθεί σε τόσο μεγάλο βαθμό που πλέον περιέχουν λειτουργικές μονάδες για τη διαχείριση σχέσεων με συνεργάτες-εταίρους της επιχείρησης (Partner Relationship Management - PRM) αλλά και τη διαχείριση σχέσεων με εργαζομένους της επιχείρησης (Employee Relationship Management – ERM).

3.1.1. Partner Relationship Management - PRM

Στη διαχείριση σχέσεων με συνεργάτες, τα δεδομένα, τα εργαλεία και τα συστήματα που χρησιμοποιούνται συνήθως μοιάζουν με αυτά που αφορούν τις σχέσεις με τους πελάτες. Πολλές εταιρίες δεν πουλάνε απευθείας στο ευρύ κοινό, αλλά έχουν εμπορικούς συνεργάτες-εμπόρους. Άλλες εταιρίες εργάζονται μέσω διανομών ή λιανοπωλητών οπότε χρειάζονται την άμεση και καλύτερη επικοινωνία και ή μόνο με αυτούς. Έτσι με τα PRM δίνεται η δυνατότητα

ανταλλαγής πληροφοριών και διανομής στοιχείων για προοπτική πωλήσεων. Επιπλέον, καθίστανται πιο εύκολος ο διαμοιρασμός δεδομένων σχετικά με τους πελάτες, ενοποιώντας πληροφορίες με σκοπό την καλύτερη τιμολόγηση, προωθητικές ενέργειες, τη διαμόρφωση παραγγελιών και τη διαθεσιμότητα. [7]

Κάτι εξίσου πολύ σημαντικό είναι ότι παρέχονται στην εταιρεία εργαλεία αξιολόγησης της απόδοσης των συνεργατών-εταίρων της, ώστε να εξασφαλίζει ότι οι καλύτεροι εξ αυτών απολαμβάνουν την υποστήριξη που χρειάζονται για να κλείνουν περισσότερες δουλειές.

3.1.2. Employee Relationship Management – ERM

Το ERM είναι ιδιαίτερος χρήσιμο ειδικά όταν μιλάμε για επιχειρήσεις με μεγάλο όγκο εργαζομένων ή επιχειρήσεις που έχουν υπαλλήλους που δουλεύουν remote. Τα ERM λοιπόν, βοηθούν στα ανώτερα στελέχη να διαχειρίζονται τις σχέσεις μεταξύ του ενεργητικού δυναμικού τους από την πρώτη μέρα τους στη δουλειά, μέχρι αυτοί να αποχωρήσουν από αυτήν. Πέραν των σχέσεων εργοδότη-εργαζομένου, με τα συστήματα αυτά υπάρχει αρκετή βοήθεια και στη σχέση μεταξύ των εργαζομένων. Αυτό περιλαμβάνει αποτελεσματική επικοινωνία, ικανοποίηση των εργαζομένων και εφαρμογή των σωστών εργαλείων και τεχνολογίας για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Για πολλούς εργοδότες η διαχείριση σχέσεων με τους εργαζομένους είναι “μία διαδικασία που χρησιμοποιούν οι εταιρείες για να διαχειριστούν αποτελεσματικά όλες τις αλληλεπιδράσεις με τους υπαλλήλους τους, με τελική κατάληξη την επίτευξη των στόχων του οργανισμού”. [9] Τα τμήματα που είναι υπεύθυνα για το ανθρώπινο δυναμικό (Human Resources – HR) είναι υπεύθυνα για την εκπαίδευση των διευθυντών σχετικά με το πως μπορούν να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν αποτελεσματικές σχέσεις με τους υπαλλήλους. Επιπλέον, το HR παρακολουθεί την εξέλιξη των σχέσεων για να επαληθεύει ότι όλα βρίσκονται σε σωστό δρόμο και κυλούν ομαλά.

3.2. Κατηγορίες CRM

Μπορεί τα CRM όπως αναφέρθηκε παραπάνω να έχουν τον ίδιο γενικό στόχο, αυτό όμως δε σημαίνει ότι όλα τα CRM είναι ίδια και ότι όλα ταιριάζουν σε όλες τις επιχειρήσεις. Από τη μεριά τους λοιπόν, χωρίζονται κι αυτά σε τρεις περαιτέρω βασικές κατηγορίες.

- Conversations CRM

Στην κατηγορία αυτή τοποθετούνται τα CRM τα οποία έχουν ως κεντρικό χαρακτήρα τις συζητήσεις είτε μεταξύ επιχείρησης - πελάτη, είτε μεταξύ της ίδιας της επιχείρησης. Κυριαρχεί το “συμμάζεμα” των emails το οποίο γίνεται είτε μέσω αλληλεπιδράσεων, είτε ομαδοποιώντας τα άτομα σε κατηγορίες (ομάδα προσωπικού, υπάλληλους άλλων εταιρειών, φορείς). Αυτό βοηθάει στην παρακολούθηση όλων των emails και γενικότερα του inbox της εταιρείας καθώς ενημερώνεται αυτός ακριβώς που πρέπει να διαβάσει το κάθε εισερχόμενο καθώς και ο καθένας μπορεί να δει τις πιο άμεσες και σημαντικές υποχρεώσεις που έχει η δική του ομάδα.[10]

- Leads and Deals CRM

Σε αυτήν την κατηγορία βρίσκουμε τα CRM τα οποία επικεντρώνονται πάνω στον πελάτη. Έχουν ως ξεκάθαρο στόχο τις πωλήσεις και για αυτό καταγράφεται κάθε πιθανός νέος αλλά και υφιστάμενος πελάτης (Leads) αλλά και πληροφορίες κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας μεταξύ επιχείρησης - πελάτη. Ειδικότερα, σημειώνονται όλα αυτά που ειπώθηκαν με τον κάθε πελάτη και βοήθησαν να πειστούν για να καταλήξουμε σε τελική συμφωνία (Deal). Με αυτού του είδους τα CRM λοιπόν, μπορούμε να έχουμε τον πλήρη έλεγχο από την αρχή της γνωριμίας με έναν πιθανό πελάτη καθώς κι όλη την επικοινωνία που οδήγησε στο να τον κερδίσουμε και να συμφωνήσει μαζί μας. Έτσι μπορεί η εκάστοτε επιχείρηση, να ελέγχει και να μελετάει τους τρόπους και τους ανθρώπους που τη βοήθησαν να “κλείσει” το κάθε Deal και έτσι να αναπτύξει καλύτερα τα κομμάτια του marketing που δε λειτουργούν σωστά ή να επικεντρωθεί μόνο σε αυτά που της φέρνουν αποτελέσματα.

- Contacts CRM

Τα συγκεκριμένα CRM έχουν την μορφή ενός τεράστιου πελατολογίου. Η νοοτροπία την οποία βασίζονται αυτά είναι η τελείως ανθρώπινη και έχει απολύτως ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Σε αυτά δίνεται έμφαση σε όλες τις πληροφορίες των πελατών , ακόμη κι αυτές που δεν έχουν καμία σχέση με τα επαγγελματικά. Για παράδειγμα σε ένα Contact CRM θα καταγράψουμε τα γενέθλια ενός πελάτη, την τοποθεσία κατοικίας του ή ακόμη και το αγαπημένο του φαγητό ή το πιάτο που παρήγγειλε την τελευταία φορά που κάποιος από την εταιρεία βγήκε για δείπνο μαζί του. Έτσι , μπορούμε να προσεγγίσουμε τον πελάτη εκ νέου , ακόμη κι αν έχουν περάσει χρόνια από την τελευταία μας συνεργασία φρεσκάροντας τις γνώσεις μας για πράγματα που τον απασχολούν και τα ενδιαφέροντα του , δείχνοντας του το πόσο νοιαζόμαστε για αυτόν. Όλο αυτό δίνει τεράστια ευελιξία στην επικοινωνία με τους πελάτες.[10]

3.3. Επεξήγηση Βασικών Όρων

Όπως είναι αναμενόμενο, υπάρχουν μερικοί όροι που είναι βασικοί και τους συναντάμε συχνά όσο ασχολούμαστε με τα CRM. Αυτοί είναι και επεξηγούνται παρακάτω:

Contact: Η κάθε καταγραφή πελάτη, μαζί με προσωπικές του πληροφορίες. Ακριβώς όπως και σε μία χειρόγραφη ατζέντα που θα σημειώναμε στοιχεία και πληροφορίες πελατών, μόνο

που εδώ τα αποθηκεύουμε σε ένα σύστημα και μπορούμε να τις κάνουμε ορατές στα άτομα που εμείς θέλουμε. Μπορούν επίσης να αποθηκευτούν σαν Contact και οργανισμοί ή φορείς με τους οποίους συνεργαζόμαστε κι έχουμε επικοινωνία, με τα στοιχεία όλων των ανεξάρτητων ατόμων που εργάζονται για τον καθένα εξ αυτών [10].

Lead: Ως Lead αναφέρουμε τις επαφές εκείνες στις οποίες θέλουμε να δώσουμε έμφαση καθώς φαίνεται πως υπάρχει προοπτική συνεργασίας στο μέλλον ή έχουν ήδη υπάρξει πελάτες μας [10].

Opportunity: Όταν ένα Lead μας τελικά δείχνει όντως το ενδιαφέρον του και φαίνεται ότι μπορούμε να του πουλήσουμε προϊόντα ή υπηρεσίες τότε γίνεται opportunity. Καταγράφουμε εκτενώς όλα τα στοιχεία που μπορεί να μας βοηθήσουν στην πώληση [10].

Quote: Αφού δουλέψαμε με μία επαφή, την οδηγήσαμε στο να γίνει Lead κι από εκεί φτάσαμε στο Opportunity, είμαστε σχεδόν έτοιμοι να κλείσουμε μία συμφωνία με τον πελάτη. Quote είναι η τιμή για τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα που θα προτείνουμε στον πελάτη και γενικώς όλα αυτά τα ειδικά πλαίσια στα οποία πρέπει να συνεννοηθούμε για να οδηγηθούμε σε συμφωνία [10].

Deal: Αφού έχει γίνει το Quote στον πελάτη, αυτός είτε θα συμφωνήσει με αυτό, είτε θα το αρνηθεί. Όπως και να έχει, εμείς το καταγράφουμε σαν Deal και έτσι έχουμε το πλήρες ιστορικό επιτυχημένων κι αποτυχημένων Quote μας για να μπορούμε να παρακολουθούμε και να εξελίσσουμε τη στρατηγική των πωλήσεών μας [10].

Profiles: Με τον όρο Profile αναφερόμαστε στους ανθρώπους εντός της εταιρείας που θα χρησιμοποιούν το CRM. Συνήθως τους διαχωρίζουμε με ρόλους για να μπορούμε να δίνουμε στον κάθε εργαζόμενο τις απαραίτητες άδειες που του αναλογούν πάνω στο σύστημα [10].

Campaign: Το marketing είναι ένας από τους κυριότερους λόγους που χρησιμοποιούμε ένα CRM. Με τον όρο Campaign αναφερόμαστε στα marketing campaigns μαζί με δεδομένα, αποτελέσματα και σημειώσεις αυτών. Έτσι μπορούμε να αναβαθμίζουμε το κάθε campaign και να το κάνουμε πιο στοχευμένο στο κοινό που εμείς επιθυμούμε [10].

Tag: Ένας τρόπος για να αποθηκεύουμε έξτρα πληροφορίες σε μία επαφή, ένα deal ή οπουδήποτε αλλού στην εταιρεία μας. Μας βοηθάει στην περίπτωση που θέλουμε να φιλτράρουμε για να δούμε κάποια συγκεκριμένα δεδομένα ή για να εντοπίσουμε μόνο τα χαρακτηριστικά που θέλουμε κι έτσι να ομαδοποιήσουμε άτομα και εταιρείες [10].

Activity: Activity είναι ότι καινούριο συμβαίνει πάνω στο CRM μας. Ένα νέο Deal, ένα νέο Opportunity, ένα νέο Contact ή ακόμα και ένα μήνυμα από κάποιον συνάδελφο. Συνήθως είναι ομαδοποιημένα κι εμφανίζονται με διαφορετικό τρόπο στον κάθε χρήστη του CRM ανάλογα με το ρόλο και τις άδειες που αυτός έχει στο σύστημα και τις περισσότερες φορές βρίσκονται στην αρχική οθόνη για να είναι εύκολο να τα δουν αυτοί που χρειάζεται [10].

3.4. Πλεονεκτήματα των CRM

Όπως είναι αναμενόμενο, τα CRM έχουν αρκετά πλεονεκτήματα για αυτό και παρατηρούμε τη ραγδαία αύξηση στη χρήση τους. Πιο συγκεκριμένα:

- **Με τη βοήθεια του επιτυγχάνονται πιο αποτελεσματικές πωλήσεις και μάρκετινγκ.** Το να έχει μία επιχείρηση αρκετά δεδομένα από τους πελάτες της αλλά και από την επικοινωνία και τις αλληλεπιδράσεις της με αυτούς επιτρέπει στον οργανισμό να σχηματίσει καλύτερη εικόνα για αυτούς. Δίνει επιπλέον τη δυνατότητα στην εκάστοτε εταιρεία που το χρησιμοποιεί να ελέγξει τους τρόπους προσέγγισης της σε πελάτες έτσι ώστε να εντοπιστούν και να διορθωθούν οποιεσδήποτε αδυναμίες, βελτιώνοντας έτσι τη συνολική εξυπηρέτηση και εμπειρία των πελατών. Επιπλέον, μπορούμε μέσω αυτού να μελετήσουμε στατιστικά, να βρούμε ποιοι είναι οι πιο κερδοφόροι πελάτες κι έτσι να αφιερώσουμε περισσότερο χρόνο σε αυτούς. Ένα CRM βοηθάει και στις καμπάνιες της κάθε εταιρείας, αφού μέσω αυτού μπορούμε να προσαρμοστούμε καλύτερα και πιο στοχευμένα στο κοινό που επιθυμούμε.[12] Η εμφάνιση της Cloud Τεχνολογίας συνέβαλε τα μέγιστα στην ευρύτερη αποδοχή και χρήση των CRM ειδικά από το 2019 κι έπειτα λόγω της πανδημίας που επηρέασε πολύ το αγοραστικό κοινό. [11]
- **Αυτοματισμός.** Σε κάθε επιχείρηση “τρέχουν” ταυτοχρόνως πάρα πολλές εργασίες. Με τη χρήση ενός CRM πολλές εξ αυτών γίνονται αυτόματα, αλλά υπάρχει και η κατάλληλη ενημέρωση και υπενθύμιση στον κάθε χρήστη σχετικά με τις εργασίες που πρέπει να ολοκληρώσει και σε ποιο χρονικό διάστημα [11]. Αυτό βοηθάει και στην επιτάχυνση των διαδικασιών των πωλήσεων, καθώς δίνεται η δυνατότητα σε πολλές πωλήσεις να εκτελεστούν άμεσα , χωρίς να χρειαστεί ανθρώπινη παρέμβαση. Αυτό πέραν του ότι κάνει πιο εύκολη την πώληση, απελευθερώνει χρόνο στην ομάδα πωλήσεων κι έτσι αυτή μπορεί να αφιερωθεί στο κλείσιμο συμφωνιών μεγαλύτερης αξίας [12].
- **Αύξηση Παραγωγικότητας.** Ακόμη και σήμερα υπάρχει αρκετή γραφειοκρατία , ειδικά όσο αυξάνουμε τον αριθμό των εργαζομένων μιας εταιρείας και τα χρήματα που διαχειρίζεται και συναλλάσσει αυτή. Πολλά από τα έγγραφα αυτά θα μπορούσαν να εξαλειφθούν με ένα CRM. Η αποφυγή αυτής της γραφειοκρατίας βοηθάει στην εύρεση περισσότερου και ποιοτικότερου χρόνου στους εργαζομένους, αφού ο καθένας μπορεί να αφοσιωθεί σε αυτό που πραγματικά είναι εξειδικευμένος. Αυτό ανεβάζει και το ηθικό του προσωπικού καθώς αισθάνεται ότι ο κόπος του γίνεται ουσιαστικός κι αποδοτικός [12].

- **Απλοποιεί και διευκολύνει την ομαδικότητα.** Συχνά παρατηρείται από εταιρείες να μην έχουν όλα τους τα τμήματα στην ίδια έδρα και τοποθεσία. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε για φθηνότερο λειτουργικό κόστος, είτε για εγγύτητα με πελάτες, είτε ακόμη και για καλύτερη τεχνική υποστήριξη. Ένα ακόμη πολύ συχνό φαινόμενο είναι αρκετοί να εργάζονται από τις οικίες τους (remote). Με ένα CRM μπορούμε να εκμεταλλευτούμε αυτήν την γεωγραφική ποικιλία.
Επιπροσθέτως, ο κάθε οργανισμός έχει πολλά διαφορετικά τμήματα. Αυτά άλλοτε αυτόνομα κι άλλοτε συνεργάζονται μεταξύ τους. Με ένα τέτοιο λογισμικό η συνεργασία και συνεννόηση μεταξύ αυτών γίνεται πολύ πιο προσιτή και καθίστανται πιο εύκολο να βρεθούν οι σωστές λύσεις και τακτικές σχετικά με το μάρκετινγκ.
- **Αύξηση αφοσίωσης των πελατών (loyalty).** Μία επένδυση σε ένα CRM θα βοηθήσει τα μέγιστα στην καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών. Αρχικά, γίνεται άμεση η ανταπόκριση σε ερωτήματα και προβλήματα και επιπλέον αφού καταγράφονται όλες οι δραστηριότητες, ενέργειες και συναλλαγές που γίνονται με τον κάθε πελάτη αποκτάμε την κατάλληλη εξοικείωση για να μπορούμε να συμπεριφερθούμε στον καθένα όπως αυτός προτιμάει σύμφωνα με το ιστορικό του. Η καλύτερη εμπειρία πελάτη, οδηγεί και στην αφοσίωση αυτού, αφού ακόμη και οι καταναλωτικές συνήθειες δεν είναι εύκολο να αναπροσαρμοστούν [11][12].
- **Υπάρχει πληθώρα επιλογών ακόμη και δωρεάν.** Υπάρχει μεγάλη ποικιλία από CRM έτσι ώστε η κάθε εταιρεία να μπορεί να βρει αυτό που της ταιριάζει. Υπάρχουν επίσης αρκετά Ελεύθερα Λογισμικά/Λογισμικά Ανοικτού Κώδικα (Open Source Software) τα οποία δεν έχουν κανένα κόστος κτήσης και ο κώδικας τους είναι διαθέσιμος στους χρήστες(εκτενέστερη επεξήγηση στο κεφάλαιο 4). Ακόμη υπάρχουν πάρα πολλές επιλογές με μικρό συνολικό κόστος ή κόστος ανά χρήστη και σχεδόν όλα διαθέτουν δοκιμαστική περίοδο δωρεάν, βοηθώντας έτσι τις επιχειρήσεις να επιλέξουν αυτό που τους ταιριάζει καλύτερα αφού το έχουν δοκιμάσει κιόλας. Έτσι μειώνεται ο κίνδυνος του να αποτύχει η χρήση ενός CRM.

3.5. Μειονεκτήματα των CRM

Εκτός από πλεονεκτήματα όμως, υπάρχουν και μερικά μειονεκτήματα τα οποία πρέπει κάποιος να αναλογιστεί πριν οδηγηθεί στην απόκτηση ενός CRM. Αυτά είναι:

- **Δεν είναι όλα για όλους.** Το μεγαλύτερο πρόβλημα που παρατηρείται είναι αυτό στην επιλογή ενός CRM. Το ότι υπάρχει πληθώρα επιλογών όπως είδαμε και στα πλεονεκτήματα οδηγεί σε υψηλούς προβληματισμούς μερικούς ιθύνοντες. Αυτό γιατί υπάρχουν τόσα πολλά διαθέσιμα λογισμικά που μπορεί να ταιριάζουν στην εκάστοτε επιχείρηση με πολύ μικρές διαφορές μεταξύ τους. Η κατάσταση αυτή οδηγεί σε

σύγχυση και πολλές φορές για να ελεγχθούν και να δοκιμαστούν όλα χάνονται αρκετός χρόνος και πόροι. Επιπροσθέτως, δε χρειάζονται όλες οι εταιρείες CRM αλλά η τάση της αγοράς πολλές φορές οδηγεί ακόμα και αυτές να αναζητούν για τέτοια λογισμικά στην αγορά.

- **Η απόκτηση του ιδανικού CRM μπορεί να είναι δαπανηρή.** Μπορεί όπως προαναφέρθηκε να υπάρχουν πάμπολλες δωρεάν και φθηνές επιλογές όμως αυτές είναι επιλογές των περισσοτέρων και οι εταιρείες που τα επιλέγουν δεν είναι εύκολο να διαφέρουν από την μάζα. Από τη στιγμή που ο σκοπός απόκτησης ενός CRM είναι η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος τότε θα πρέπει η κάθε εταιρεία να επιλέγει το ιδανικό για αυτήν λογισμικό. Όμως επειδή ο κάθε τομέας και η κάθε επιχείρηση είναι μοναδικοί δεν είναι εύκολο να το βρεις σε κάποιο ελεύθερο λογισμικό. Για αυτό πολλοί οδηγούνται στην δημιουργία εξατομικευμένης παραγγελίας και μετά από πολλές συνεδρίες, έρευνες, δεδομένα και χρόνο καταλήγουν στο τελειωτικό τους λογισμικό. Όπως είναι λογικό, η διαδικασία αυτή είναι αρκετά δαπανηρή και χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για να μην ξεφύγεις από τον διαθέσιμο προϋπολογισμό.
- **Υψηλός χρόνος προσαρμογής.** Το να βρεις το κατάλληλο CRM είναι μία δύσκολη “σπαζοκεφαλιά”. Το να μεταφερθείς από την τρέχουσα κατάσταση σε ένα CRM όμως είναι ακόμα πιο σύνθετο. Αρχικά θα πρέπει να βρεθεί τρόπος να μεταφερθούν αναλλοίωτα όλα τα δεδομένα που χρειαζόμαστε από προηγούμενα συστήματα και ατζέντες ή χαρτιά στο λογισμικό. Οι δυσκολίες όμως δεν τελειώνουν εκεί, καθώς θα πρέπει να γίνει η κατάλληλη εκπαίδευση σε όλους τους χρήστες που θα έχουν επαφή με αυτό. Μία διαδικασία που μπορεί να είναι απίστευτα χρονοβόρα ή να μην αποδώσει κι έτσι το κόστος υλοποίησης της να ξεπεράσει τα κέρδη που αυτή θα φέρει [12].
- **Ζητήματα ασφαλείας.** Το να κρατάς δεδομένα πελατών είτε μεγάλων είτε μικρών θέλει ιδιαίτερη προσοχή. Από τη στιγμή που πολλά ευαίσθητα δεδομένα βρίσκονται σε ένα σύστημα, θα πρέπει να είμαστε ιδιαιτέρως προσεκτικοί με το ποιοι έχουν πρόσβαση στην κάθε πληροφορία αλλά και με το πόσο εύκολο είναι κάποιος να ανακτήσει ευαίσθητες πληροφορίες μέσω του συστήματός μας. Αυτό χρειάζεται και σωστό σχεδιασμό εξ αρχής αλλά και σωστή συντήρηση του λογισμικού, σύμφωνα με τα πρωτόκολλα ασφαλείας της κάθε εποχής [12].
- **Υπερβολική εξάρτηση.** Σύνηθες είναι και το φαινόμενο της πλήρους εξάρτησης στις αυτοματοποιημένες διαδικασίες του CRM. Αυτό συμβαίνει όταν το προσωπικό βασίζεται απολύτως στο λογισμικό και δεν έχει την ευελιξία να κινηθεί πέραν αυτού και να αναζητήσει αλλού δεδομένα και τρόπους αντιμετώπισης ενός πιθανού προβλήματος. Έτσι μπορεί να επηρεαστεί η εμπειρία ενός πελάτη και τα επίπεδα αφοσίωσης μειώνονται [12].

3.6. Κριτήρια Επιλογής CRM

Η απόφαση για την αγορά και χρήση ενός CRM είναι το πρώτο βήμα. Η επιλογή του κατάλληλου όμως για την κάθε εταιρεία είναι καίριας σημασίας και απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Μπορεί κάποιοι να θέλουν να δομήσουν όλη την στρατηγική των επιχειρήσεών τους πάνω σε αυτό, ενώ άλλοι να το θέλουν σαν βοηθητικό λογισμικό. Όπως και να έχει, υπάρχουν αρκετά διαφορετικά κριτήρια επιλογής καθώς μιλάμε για λογισμικά που έχουν ομοιότητες μεταξύ τους αλλά όλα είναι μοναδικά.

Επιλογή ενός φθηνού και απλού CRM. Αυτό το κριτήριο το συναντάμε περισσότερο σε αυτούς που κάνουν τώρα την εισαγωγή τους στον χώρο των CRM. Συνήθως τέτοιοι αγοραστές αναζητούν κάποιο εύκολο λογισμικό σχετικά με τη χρήση του και όχι κάποιο περίπλοκο. Σημαντικό συνήθως σε τέτοιες περιπτώσεις είναι και το κόστος, το οποίο θέλουμε να είναι χαμηλό και να μην ξεφύγουμε από τον προϋπολογισμό μας, αφού δε θέλουμε να πάρουμε κάποιο επενδυτικό ρίσκο αλλά να αντιληφθούμε τη νοοτροπία και τα οφέλη που μας δίνουν. Δίνεται ιδιαίτερη εκτίμηση και στο πόσο εύκολο set up έχει αυτό.[10]

Προσαρμοστικότητα. Μεγάλη έμφαση δίνεται και στην ευελιξία που έχει το CRM ώστε να το κάνουμε να δουλέψει ακριβώς όπως το θέλουμε εμείς. Ένα CRM που προσφέρει δυνατότητα προσαρμογής και ευκολία στην ενσωμάτωση των δεδομένων της επιχείρησης, σίγουρα εκτιμάται περισσότερο και είναι πιο πιθανό να κινηθούμε προς αυτό.

Στέγαση όλων κάτω από μία στέγη. Η αγορά ενός CRM γίνεται για να αποκτήσει η εκάστοτε επιχείρηση κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αυτό μπορεί να συμβεί με πολλούς τρόπους αλλά ένας από τους πιο σημαντικούς είναι η αποφυγή πολυπλοκότητας και το γενικότερο κέρδος σε χρόνο που μπορεί να προσφέρει αυτό. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζεται η μεταφορά στο CRM να γίνει με οργάνωση, προσοχή και πρόγραμμα. Θα πρέπει όλα τα υπάρχον δεδομένα και οι συνδέσεις με βάσεις δεδομένων να γίνουν σωστά και έτσι πλέον όλα τα δεδομένα να βρίσκονται στο ίδιο σύστημα. Αυτό δίνει τεράστια ευελιξία στους χρήστες και το συναντάμε στην πληθώρα των CRM αφού τα περισσότερα έχουν πολλαπλές χρήσεις. Με ένα τέτοιο λογισμικό μπορούμε να δραστηριοποιηθούμε ακόμη και με αυτοματοποιημένες καμπάνιες αλλά και με τη διαχείριση τιμολογίων, πέραν όλων των άλλων δυνατοτήτων που μας προσφέρουν στην επικοινωνία με τους πελάτες.

Κάτι γνώριμο. Πολλές επιχειρήσεις έχουν εργαζομένους με πολυετή εμπειρία και απόλυτα εξοικειωμένους με τον τρόπο και τα συστήματα εργασίας τους. Η αλλαγή σε ένα τελείως καινούριο και διαφορετικό σύστημα μπορεί να μην είναι και το ιδανικότερο. Για αυτό πολλοί αναζητούν κι επιλέγουν ένα CRM το οποίο να ταιριάζει στις εφαρμογές που χρησιμοποιούνται μέχρι πρότινος από την εταιρεία ή ακόμη και κάτι σαν επέκταση πάνω σε κάποιο πρόγραμμα που λειτουργούσαν. Έτσι οι εργαζόμενοι είναι εξοικειωμένοι πάνω στο σύστημα και η μετάβαση γίνεται αναίμακτα.

Έλεγχος επαναχρησιμοποίησης συστημάτων. Αρκετές φορές δε γνωρίζουμε ακριβώς τα εργαλεία που έχουμε στα χέρια μας. Πριν φτάσουμε στο σημείο να αναζητήσουμε στην αγορά

κάποιο CRM, καλό θα ήταν να αναζητήσουμε όλες τις λειτουργίες που έχουν τα συστήματα που χρησιμοποιούμε. Πολλές εφαρμογές έχουν τις λειτουργίες που χρειαζόμαστε, αλλά επειδή δεν τις αξιοποιούσαμε για αρκετό χρονικό διάστημα νομίζουμε ότι δε θα μας είναι αρκετές ή δε γνωρίζουμε καν την ύπαρξή τους. Για αυτό καλό θα ήταν πρώτα να ελέγξουμε πλήρως τα συστήματα που χρησιμοποιούμε, καθώς είναι πολύ πιθανό κάποιο από αυτά να έχει το CRM που χρειαζόμαστε.

Πολύ καλό set up. Αφού βρεθεί το CRM που θέλουμε να εργαλειοποιήσουμε θα πρέπει να περαστούν σε αυτό όλα τα δεδομένα που χρειάζονται. Αυτό δε σημαίνει ότι θα περάσουμε στο CRM όλα τα δεδομένα της επιχείρησης. Αρχικά, θα πρέπει να μπορεί να πάρει αυτόματα τα δεδομένα που θέλουμε και να μην είναι απαραίτητος κάποιος χρήστης για να τα προσθέτει. Επιπλέον, το ότι θα έχουμε όλα τα δεδομένα που θέλουμε δε σημαίνει ότι αυτό από μόνο του θα επιφέρει κέρδος. Η μετέπειτα επεξεργασία και εξόρυξη γνώσης από αυτά θα μας δώσει την ευκαιρία για να επιτευχθεί κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αυτή η νοοτροπία θα πρέπει να περαστεί και στο προσωπικό και να δει το κίνητρο μέσα από αυτό.

Δυνατότητα ενημερώσεων και εξέλιξη σύμφωνα με το αγοραστικό κοινό. Η αγορά ενός CRM δεν αποσκοπά μόνο σε βραχυπρόθεσμη αλλά και σε μακροπρόθεσμη λειτουργία. Αυτό σημαίνει ότι το λογισμικό που θα επιλέξουμε θα μπορεί να δουλέψει και με τα τρέχον αλλά και με μεταγενέστερα υπολογιστικά συστήματα, καθώς όπως προαναφέρθηκε η μεταφορά από ένα σύστημα σε ένα άλλο είναι χρονοβόρα και κοστίζει. Για αυτό η επιλογή μας θέλουμε να έχει δυνατότητα αναβαθμίσεων τόσο σχετικά με την ασφάλεια, όσο και με τις λειτουργίες της.

3.7. Στήσιμο του CRM (Set Up)

Η εύρεση και η αγορά του κατάλληλου CRM είναι ένα δύσκολο ζήτημα για τον κάθε οργανισμό. Αφού ολοκληρωθούν αυτά όμως, έρχεται η σειρά για το στήσιμό του που αποτελεί ένα εξίσου ιδιαίτερο και καίριο ζήτημα. Πρέπει το CRM να στηθεί έτσι ώστε το κάθε γρανάτζι να δουλεύει σωστά αλλά και να πειστεί ο κάθε εργαζόμενος να ασχοληθεί με αυτό για να πάρουμε τα μέγιστα αποτελέσματα. Είναι απαιτητικό να επιτευχθεί η σύνδεση και η μεταφορά όλων των δεδομένων, η εκμάθηση και η εξοικείωση του καινούριου λογισμικού από όλους τους χρήστες του αλλά και η μετέπειτα εμπιστοσύνη που πρέπει να μάθουμε να του δίνουμε.

Το πρώτο που έχουμε να κάνουμε είναι να αυτοματοποιήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερες διαδικασίες και πιο άμεσα αυτή της εισαγωγής επαφών, καθώς το CRM βασίζεται σε αυτές. Μπορεί να είναι εύκολο να περάσουμε μία φορά χειροκίνητα τις επαφές μας, αλλά θα πρέπει αυτές να ενημερώνονται συνέχεια κι αυτόματα. Μία επαφή μπορεί να μας προσεγγίζει μέσω ενός email, μέσω της ιστοσελίδας μας, μέσω μίας φόρμας ή και μέσω των social media. Από όπου κι αν προέρχεται αυτή, θα πρέπει να αποθηκεύεται αυτόματα χωρίς κίνηση από κάποιον χρήστη.

Το επόμενο που πρέπει να προσαρμόσουμε είναι το design του CRM. Όλα τα CRM δίνουν τη δυνατότητα να αλλάξεις ονομασίες από επικεφαλίδες, λίστες, πεδία, να προσθέσεις ενότητες και γενικότερα να προσαρμόσεις το μενού πλοήγησης και τις διεπαφές χρήστη (User Interface). Έτσι, θα φέρουμε το σύστημά μας στη μορφή και στο ύφος που θέλουμε και θα το κάνουμε πιο προσιτό προς τους χρήστες που θα εργαστούν σε αυτό.

Κατόπιν, αρκετά ωφέλιμο είναι να αποθηκεύουμε τα στοιχεία όλων των πελατών, από όπου κι αν προέρχονται και μας προσεγγίζουν. Αφού αγόρασαν από εμάς μία φορά, είναι εύκολο να μας προτιμήσουν ξανά. Άρα ο κάθε πελάτης μας είναι κι ένα ενδεχόμενο lead για επόμενη πώληση. Σε αυτό το ιστορικό αγορών κρατάμε τα αγοραστικά δεδομένα (purchase data) που είναι ονοματεπώνυμο, email, διεύθυνση, τηλέφωνο, προϊόν αγοράς. Με αρωγό αυτό μπορούμε να κάνουμε στοχευμένο μάρκετινγκ σε επερχόμενες καμπάνιες.

Ακολουθώντας την τεχνολογία θα ήταν θετικό να βρεθεί τρόπος αυτοματοποίησης ακόμη και στο address book του κάθε γραφείου, στο newsletter με πιθανό follow-up σε κάποιον που σταμάτησε να μας ακολουθεί (unsubscribe), στα email με άμεσες, αυτόματες απαντήσεις αλλά ακόμη και στις επιχειρηματικές κάρτες (business cards) στις οποίες μπορούμε να προσθέσουμε ένα QR code κι έτσι όποιος σκανάρει την κάρτα μας, να αποθηκεύεται αυτόματα στο CRM μας.

4

Ολοκληρωμένα Συστήματα Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα (Open Source Software)

4.1. Ορισμός Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα

Μία από τις σημαντικότερες τάσεις στον τομέα του λογισμικού είναι η στροφή προς το λογισμικό ανοικτού κώδικα. Αυτό συμβαίνει στους περισσότερους αν όχι όλους τους τομείς διότι παρατηρήθηκε ότι με τη χρήση λογισμικών ανοικτού κώδικα τα προγράμματα γίνονται πιο προσιτά από πολλές όψεις. Τα Open Source Software αναπτύσσονται από ομάδες προγραμματιστών και προσφέρονται από αυτούς στους χρήστες με αρκετές άδειες χρήσεις. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να χρησιμοποιούν το λογισμικό όπως αυτοί θέλουν και να το τροποποιούν για να το ταιριάξουν καλύτερα στις απαιτήσεις τους.[7] Τα λογισμικά ανοικτού πηγαίου κώδικα έχουν τελείως διαφορετική ιδεολογία και τρόπο ανάπτυξης σε σχέση με τα λογισμικά αποκλειστικής εκμετάλλευσης. Στην ανάπτυξη του πηγαίου κώδικα συνεισφέρουν και εξωτερικά άτομα και εταιρείες έχοντας όλη κοινό σκοπό. Την ανάπτυξη του λογισμικού, τη συντήρηση κι εξέλιξη του και ως αντάλλαγμα τους δίνεται η δυνατότητα να το χρησιμοποιούν και οι ίδιοι, μάλιστα και χωρίς χρέωση ή με πολύ μικρά αντίτιμα. [13]

4.2. Ιστορική Αναδρομή Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα

Όταν ξεκίνησαν τις δεκαετίες του 1950 και του 1960 οι πωλήσεις λογισμικών δε γινόταν αυτόνομες, αλλά με την αγορά υλικού (hardware) ο κάθε αγοραστής λάμβανε και το αντίστοιχο λογισμικό για να το δουλέψει [14]. Στη συνέχεια πολλά πανεπιστήμια απέκτησαν τεχνολογία υπολογιστών και άρχισαν να αναπτύσσουν και να τροποποιούν λογισμικά και κατ' επέκταση να τα μοιράζονται στα πλαίσια της ανταλλαγής γνώσεων και της βελτίωσης της κοινωνίας που πρεσβεύουν οι ακαδημαϊκές κοινότητες.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970 ξεκίνησαν οι πρώτοι πωλητές υπολογιστών και μερικές εταιρείες να χρεώνουν άδειες για χρήση λογισμικού καθώς πλέον πολλά εξ αυτών

θεωρούνταν περιουσιακά στοιχεία και είχαν συμβόλαια πνευματικών δικαιωμάτων και εμπορικών συναλλαγών. Ανάμεσα τους και ο Bill Gates ο οποίος έγραψε ένα δοκίμιο το 1976 με τίτλο “Open Letter to Hobbyists” εκφράζοντας τη δυσαρέσκειά του για πολλούς ανθρώπους που εκμεταλλευόντουσαν λογισμικά άλλων για να θησαυρίζουν χωρίς όμως να πληρώνουν το αντίστοιχο που θα έπρεπε για να την άδεια χρήσης [15].

Από το 1983 ο Richard Stallman άρχισε να δουλεύει το GNU project που είχε ως πλάνο να γραφτεί εκ νέου λογισμικό που μέχρι πρότινος ήταν κλειστού τύπου, σε λογισμικό ανοιχτού πηγαίου κώδικα και πιο συγκεκριμένα ένα λειτουργικό σύστημα. Ένα χρόνο αργότερα, το 1984 πρωτοστάτησε στη δημιουργία αυτού του ελεύθερου πλέον λειτουργικού συστήματος και το 1985 δημοσίευσε το “GNU Manifesto” εξηγώντας την χρησιμότητα του ελεύθερου λογισμικού και ζητώντας μέσα από αυτό βοήθεια στην ανάπτυξη του. Το πρότζεκτ αυτό ολοκληρώθηκε σχεδόν πλήρως το 1987 όπου το λειτουργικό σύστημα που σχεδίαζε έφτασε στην τελική του μορφή [16].

Το 1991 είχαμε την κυκλοφορία του Linux ως ελεύθερο τροποποιήσιμο πηγαίο κώδικα αλλά έμελλε να έρθει το 1992 για να αποκτήσει γενική δημόσια άδεια. Ακολουθήθηκε η παρουσίαση του Apache HTTP Server(1995) αλλά και το Microsoft Office (2000) που συνέβαλλαν στην ραγδαία αύξηση χρήσης τέτοιων συστημάτων αλλά και στο να προσεγγιστούν περισσότερα μέλη στην κοινότητα της πληροφορικής και να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του τομέα που συνεχίζει με αμείωτο ρυθμό μέχρι και σήμερα.

4.3. Πλεονεκτήματα Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα

Το ότι η χρήση λογισμικών ανοιχτού πηγαίου κώδικα έχει ραγδαία και συνεχόμενη αύξηση δεν είναι καθόλου τυχαίο. Αντιθέτως, είναι κάτι απολύτως φυσιολογικό καθώς έχουν αρκετά καίρια πλεονεκτήματα σε τομείς που οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται. Πιο συγκεκριμένα:

Ανεξαρτησία από προμηθευτές και ελευθερία με άδειες. Το κυριότερο πλεονέκτημα από όλα είναι ότι από τη στιγμή που κάποιος χρήστης ή οργανισμός προχωρήσει σε αγορά και εγκαταστήσει ένα λογισμικό ανοιχτού κώδικα αποκτάει αυτόματα πλήρη δικαιώματα και άδειες πάνω σε αυτό. Επιπλέον, δεν ισχύει κάποια εξάρτηση σε έναν συγκεκριμένο προμηθευτή αλλά ολόκληρη η παγκόσμια κοινότητα εργάζεται , οπότε αποφεύγουμε το ενδεχόμενο κάποιας παραμέλησης ή αδυναμίας από τον προμηθευτή να μας προσφέρει αυτά που χρειαζόμαστε [17].

Χαμηλότερο κόστος. Ένα θέμα που ταλανίζει τις επιχειρήσεις είναι το κόστος. Μπορεί να είναι χρήσιμο και ωφέλιμο ένα CRM ή και γενικότερα κάποιο σύστημα , αλλά αυτό δε σημαίνει ότι με οποιοδήποτε κόστος πρέπει να το αποκτήσουμε. Τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα είναι συνήθως δωρεάν, ή έχουν μία μικρή συνδρομή που μπορεί να σχετίζεται και με

το πόσους χρήστες θέλει η κάθε εταιρεία να έχει μηνιαία στο σύστημα, σε αντίθεση με τα λογισμικά αποκλειστικής εκμετάλλευσης που συνήθως έχουν μεγάλο ύψος αγοράς. Να προσθέσουμε κι ότι ακόμη και αυτά που έχουν συνδρομή έχουν δωρεάν δοκιμαστική περίοδο έτσι ώστε να μπορεί ο κάθε οργανισμός να τα δοκιμάσει και να αποφασίσει αν πρέπει να τα χρησιμοποιήσει.

Δωρεάν και συνεχής υποστήριξη από κοινότητα. Για τα περισσότερα προβλήματα ή απορίες που μπορεί να προκύψουν πάνω στο λογισμικό υπάρχουν λύσεις σε κοινότητες χρηστών και προγραμματιστών. Επιπλέον, αρκετά τέτοιου είδους συστήματα έχουν και διαθέσιμη ζωντανή συνομιλία με προγραμματιστές προκειμένου να βοηθήσουν με τη χρήση τους [18]. Επομένως, οποιοδήποτε πρόβλημα κι αν προκύψει μπορούμε να αναζητήσουμε την επίλυσή του απευθείας στο διαδίκτυο. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η ταχύτητα επίλυσης σε ζητήματα ασφαλείας και νομικού πλαισίου που μπορεί να προκύψουν, καθώς μία κοινότητα προγραμματιστών είναι σαφώς πιο γρήγορη από μία εταιρεία ή έναν προγραμματιστή που εργάζονται μόνοι τους [17].

Επιπροσθέτως, σε αυτές τις κοινότητες μπορεί να ανακαλύψει κανείς λειτουργίες που δε γνώριζε κι έτσι να αυξηθεί η παραγωγικότητα όπως και να ανταλλάξει ιδέες μαζί με άτομα που έχουν ίδιους εργασιακούς προβληματισμούς και ζητήματα να επιλύσουν. Μέσω αυτών πολλοί ενημερώνονται και για νέα του κλάδου, γενικότερες εξελίξεις στον τεχνολογικό χώρο αλλά αναζητούν και για ταλέντα της κοινότητας που μπορεί να τους είναι χρήσιμα για τεχνική υποστήριξη ή συντήρηση του συστήματος [17].

Ευελιξία. Μας δίνετε η δυνατότητα να προσαρμόσουμε και να τροποποιήσουμε το σύστημα όπως εμείς θέλουμε. Από τη στιγμή που μπορούμε να “πειράξουμε” τον πηγαίο κώδικα, μπορούμε να τον τροποποιήσουμε κατά βούληση και να κάνουμε τις διεπαφές χρήστη και τις λειτουργίες να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επιχείρησής μας. Μπορούμε ακόμη να προσθέσουμε τμήματα κώδικα για να προστεθούν λειτουργίες που χρειαζόμαστε ή για να δοκιμάσουμε κάτι καινούριο [17].

Δεν απαιτείται εγκατάσταση. Για μερικά είδη επιχειρήσεων (συνήθως πιο μικρομεσαίες) αποτελείται ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματα. Αρχικά δε δεσμευόμαστε σε κανέναν ότι θα το χρησιμοποιήσουμε, ούτε οδηγούμαστε στο να αγοράσουμε τις άδειες χρήσης για μία ζωή που συνήθως τα κόστη είναι δυσβάσταχτα και δε χρειαζόμαστε κάποιον ειδικό και πρόσθετο υλικό και πόρους για τη χρήση τους (server, χώρο). Έτσι, αυτή η αποφυγή του αρχικού κόστους καθιστά πιο ελκυστική λύση για πολλές εταιρείες την αγορά λογισμικού ανοιχτού πηγαίου κώδικα [19].

4.4. Μειονεκτήματα Λογισμικού Ανοικτού Πηγαίου Κώδικα

Όπως είναι αναμενόμενο δεν υπάρχουν μόνο πλεονεκτήματα, αλλά υπάρχουν και μειονεκτήματα και θα πρέπει να δοθεί η ανάλογη προσοχή και σε αυτά, πριν επενδύσουμε πόρους σε κάποιο λογισμικό. Αυτά είναι:

Χρησιμότητα: Τα συστήματα ανοιχτού πηγαίου κώδικα δημιουργούνται από προγραμματιστές ή ομάδες προγραμματιστών και απευθύνονται κυρίως σε αντίστοιχο κοινό. Εξαιτίας αυτού, πολλές φορές έχουν πολύπλοκα πακέτα και δεν είναι και τα πιο προσιτά προς έναν ανειδίκευτο χρήστη αφού απευθύνεται περισσότερο σε εξειδικευμένο κοινό και δίνεται λιγότερο σημασία στις διεπαφές χρήστη και στην εμπειρία χρήστη από ότι δίνεται σε ένα λογισμικό αποκλειστικής εκμετάλλευσης. Αυτό μπορεί να οδηγήσει τις εταιρείες που το επιλέγουν σε λιγότερη παραγωγικότητα και σε κατανάλωση πόρων αφού θα χρειαστεί χρόνος για εκπαίδευση ή/και επεξεργασία της διεπαφής χρήστη [18].

Εγγύηση: Τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα δεν παρέχουν καμία εγγύηση σχετικά με την τήρηση ασφαλειών ούτε και με την υποστήριξη. Κι αυτό είναι κάτι που θα περίμενε κανείς ειδικά όταν συζητάμε για ένα δωρεάν λογισμικό που αναπτύσσεται, διαχειρίζεται κι αναβαθμίζεται από εθελοντές. Μπορεί να υπάρχει ακόμη και ολόκληρη κοινότητα προγραμματιστών που δοκιμάζει κι ελέγχει το λογισμικό για ζητήματα ασφαλείας ή ακόμη και οι διαδικτυακές ομάδες όπου συζητούνται διάφορα θέματα που απασχολούν, αλλά κανείς δεν ευθύνεται ούτε θα δεχθεί κάποια ποινή αν προτείνει εσφαλμένες οδηγίες [20].

Έλλειψη εξειδικευμένης υποστήριξης: Σε συνέχεια του προηγούμενου μειονεκτήματος, από τη στιγμή που μιλάμε για ένα λογισμικό που δεν έχει εγγύηση, τότε λογικό και επόμενο είναι να μην έχει και εγγυημένα εξειδικευμένη υποστήριξη. Όταν δεν υπάρχει εξατομικευμένη αγορά από κάποια συγκεκριμένη εταιρεία και συμβόλαια να τη δεσμεύουν, τότε οδηγούμαστε σε μία πιο απρόσωπη χρήση. Μπορεί να μην υπάρχει πάντα κάποιος διαθέσιμος να μας βοηθήσει ή μπορεί εμείς να αξίζουμε λιγότερα σε σχέση με άλλους πελάτες οπότε να μην έχουμε προτεραιότητα και τα προβλήματά μας να παραμείνουν. Ένα άλλο σενάριο που θα μπορούσε να συμβεί, είναι να έχουμε κάποιο τεχνικό πρόβλημα που δε θα μπορούσε να βρεθεί εύκολα από κάποιον που δεν ξέρει το τρόπο λειτουργίας του λογισμικού στην εταιρεία μας. Σε περίπτωση δε κάποιας αστοχίας, δεν υπάρχει κάποιος υπεύθυνος να απευθυνθούμε και ούτε κάποιος που θα μας αποζημιώσει [21].

Κρυφά κόστη: Πολλές φορές τα λογισμικά ανοιχτού κώδικα είναι δωρεάν. Άλλοτε έχουν τη μορφή συνδρομής συνήθως μικρής. Σαν αρχικό κεφάλαιο φαίνεται πως δε χρειαζόμαστε μεγάλο. Όμως δεν είναι έτσι. Καταρχάς, τα λογισμικά αυτά δεν έχουν φτιαχτεί για να πληρούν επακριβώς τις απαιτήσεις που έχει η κάθε εταιρεία. Αυτό σημαίνει ότι χρειάζονται μερικές τροποποιήσεις άρα και μερικοί πόροι μέχρις ότου το φέρουμε στην κατάσταση που επιθυμούμε. Τα κόστη αυτά μπορεί να είναι:

- Κόστος τροποποίησης. Για να φέρουμε το λογισμικό στην κατάσταση που θέλουμε θα πρέπει να το προσαρμόσουμε στις απαιτήσεις μας. Για να επιτευχθεί αυτό χρειαζόμαστε χρόνο, προσπάθεια αλλά και χρήματα.

- Κόστος στησίματος. Μπορεί να χρειαζόμαστε κάποιο καινούριο υπολογιστικό σύστημα ή κάποια επέκταση για να κατορθώσουμε να κάνουμε το set up όπως το θέλουμε.
- Κόστος εγκατάστασης. Μπορεί να είναι συνηθώς δωρεάν το κατέβασμα του λογισμικού, όμως είναι πολύ πιθανό να χρειαστούμε εξειδικευμένο προσωπικό για να μας βοηθήσει με την εγκατάσταση στα συστήματά μας.
- Κόστος εκπαίδευσης. Αρχικά το νέο αυτό σύστημα μπορεί να μην είναι φιλικό προς τους χρήστες καθώς συνήθως έχει προδιαγραφές προγραμματιστή. Αυτό σημαίνει ότι το προσωπικό μας θα χρειαστεί περισσότερο χρόνο εκπαίδευσης πάνω σε αυτό για να μπορεί να το λειτουργήσει αποτελεσματικά. Μέχρι να φτάσουμε στο σημείο αυτό όμως, η παραγωγικότητα μας υποχωρεί.
- Κόστος συντήρησης. Μπορεί η κοινότητα να αναβαθμίσει το λογισμικό με γρήγορους ρυθμούς ή να το “οδηγήσει” προς μία κατεύθυνση που δεν συνάδει με την επιχείρησή μας. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει εμείς να έχουμε τον έλεγχο για πιθανές ενημερώσεις και εφαρμογές ειδικά πάνω στο νομικό πλαίσιο.
- Κόστος υποστήριξης. Είναι ελάχιστα τα λογισμικά ανοιχτού πηγαίου κώδικα που έχουν επαρκή ζωντανή υποστήριξη για όλους τους χρήστες. Επιπλέον, μπορεί να μην είναι διαθέσιμη η υποστήριξη κάποια περίοδο που εμείς τη χρειαζόμαστε. Αυτό σημαίνει ότι θα αναγκαστούμε να προσφύγουμε σε εξωτερική βοήθεια από τρίτους οι οποίοι χρειάζονται πληρωμή και δε θα ξέρουν και το γενικότερο σύστημα μας [21].

Ζητήματα Συμβατότητας: Όσο εγκαθιστούμε ή δουλεύουμε το λογισμικό σε διαφορετικούς υπολογιστές μπορεί να εντοπίσουμε δυσκολίες στη χρήση του. Αυτό συμβαίνει επειδή σε μερικούς υπολογιστές ίσως να χρειάζονται ειδικοί drivers για να λειτουργήσει σωστά, ή καλύτερο εξοπλισμό. Τα drivers αυτά πολλές φορές είναι διαθέσιμα μόνο από τον κατασκευαστή του εξοπλισμού και δίνονται μόνο με πληρωμή. Οπότε πριν προχωρήσουμε σε κάποια κίνηση θα πρέπει να ελέγχουμε ότι μπορούμε να δουλέψουμε το λογισμικό σε όλους τους υπολογιστές που θέλουμε [21].

4.5. Εφαρμογές ERP λογισμικού ανοιχτού πηγαίου κώδικα

Με τη ραγδαία ανάπτυξη τους και την ευρεία και οικουμενική χρήση που έχουν πλέον τα open source λογισμικά τα συναντούμε να πρωταγωνιστούν σε όλο και περισσότερους τομείς. Ένας εξ αυτών είναι ο τομέας των ERP συστημάτων καθώς με τη χρήση τους “ξεκλειδώνουν” πολλούς πόρους στις επιχειρήσεις που τα χρησιμοποιούν. Πολλοί μάλιστα θεωρούν ότι είναι απαραίτητη η χρήση τους ακόμη κι από μικρές επιχειρήσεις, καθώς έστω μία δωρεάν λύση θα είναι καλύτερη επιλογή από άλλες μεθόδους και τεχνικές. Μερικά από τα πιο διαδεδομένα και εύχρηστα Open Source ERP είναι:

- **Dolibarr:** Ένα σύστημα το οποίο απευθύνεται κυρίως σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις παρόλο που υποστηρίζει τιμολόγηση, πληρωμές, διαχείριση αρχείων κι

εγγράφων, συμβόλαια και συμβάσεις, υποστήριξη συστημάτων POS, παραγγελίες, διαχείριση αποθέματος, παραγωγή, οικονομική διαχείριση και γενική λογιστική. Είναι εύκολο στη χρήση του και έχει δωρεάν ηλεκτρονική έκδοση αλλά και δυνατότητα σημαντικών επεκτάσεων με μικρά κόστη. (Θα αναλύσουμε περισσότερο το συγκεκριμένο σύστημα, στο κεφάλαιο 5.)

- **Odoo:** Ένα από τα πιο γνωστά και διαδεδομένα συστήματα. Προσφέρει πλήρη σουίτα εφαρμογών για τις περισσότερες ενότητες που μπορεί να χρειάζεται μία επιχείρηση (διαχείριση έργων, λογιστική, οικονομική διαχείριση, τιμολόγηση, διαχείριση αποθεμάτων, παραγωγή, πωλήσεις).

Αυτό που ξεχωρίζει στο Odoo είναι ότι αναπτύχθηκε με μία νοοτροπία που βασιζόταν στην εμπειρία του πελάτη και στην απλότητα. Η διεπαφή χρήστη του συστήματος έχει σχεδιαστεί με τα πρότυπα του Google Drive για να είναι ακόμα πιο προσιτό σε όσους το χρησιμοποιήσουν.

Έχει δοκιμαστική δωρεάν περίοδο και επιλογή αγοράς μίας μηνιαίας συνδρομής με πολύ χαμηλό αντίτιμο.

- **Metasfresh:** Ένα εξίσου διαδεδομένο σύστημα με διαρκή στόχο να μένει ενημερωμένο και “φρέσκο”. Σε αντίθεση με το Odoo η διεπαφή χρήστη του είναι αρκετά πιο δυσκολονόητη σε έναν χρήστη που δεν έχει σχέση με τον προγραμματισμό. Παρά ταύτα είναι μία λύση που προτιμάτε από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις διότι μπορεί να λειτουργήσει σε όλα τα λειτουργικά συστήματα (Windows, Linux, iOS, Android) , είναι διαθέσιμο σε πολλές γλώσσες προγραμματισμού (SQL, Java, XML, JavaScript) και επειδή μπορεί να χρησιμοποιηθεί δωρεάν.
- **ADempiere:** Σύστημα που υλοποιήθηκε το 2006 κι από τότε έχει πρωταγωνιστικό ρόλο ανάμεσα στα open source ERPs. Όπως προδίδει και η ιταλική ονομασία του έχει ως στόχο την “επίτευξη” μεγαλύτερης απόδοσης σχετικά με τα οικονομικά δεδομένα, αλλά και την “ικανοποίηση” μεταξύ των χρηστών. Αυτό επιτυγχάνεται επειδή ενώνει όλη την εφοδιαστική αλυσίδα και έχει αρκετές ενότητες που οι επιχειρήσεις χρειάζονται καθημερινά. Είναι γραμμένο σε Java και μπορεί να υποστηρίξει αρκετά λειτουργικά συστήματα (MacOS, Windows, Linux, Unix) .
- **Apache OFBiz:** Σύστημα το οποίο η Apache διαχειρίζεται και διαφημίζει ως ένα από τα πιο επιτυχημένα της. Σύμφωνα με επίσημες πηγές και δεδομένα αυτό όντως ισχύει. Η εξήγηση είναι η διευκόλυνση που δίνει κυρίως σε μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις να το προσαρμόσουν πάνω στις ανάγκες τους και να μπορούν εύκολα να το συνδέσουν με λοιπά συστήματα, προγράμματα ή βάσεις δεδομένων που ήδη λειτουργούν.
- **Tryton:** Ένα ERP που παρουσιάζει σημαντική βελτίωση κι ανάπτυξη με την πάροδο των χρόνων. Σα σύστημα απευθύνεται σε εταιρείες όλων των μεγεθών αφού διαθέτει μεγάλη γκάμα λειτουργιών κι ενοτήτων. Η διαφορά που έχει το Tryton είναι ότι επιτρέπει στους χρήστες να εγκαθιστούν μόνο τις ενότητες που χρειάζονται, ενώ σημαντικό είναι κι ότι υπάρχει μεγάλη κοινότητα με άφθονο υλικό στο διαδίκτυο και έτσι οι χρήστες μπορούν να έχουν εύκολα πρόσβαση σε πληροφορίες και βοήθεια.
- **Axelor ERP:** Ένα από τα πιο ισχυρά και ολοκληρωμένα ERP συστήματα της αγοράς. Περιλαμβάνει όλες τις ενότητες που μπορεί να χρειαστεί μία εταιρεία ενώ έχει απίστευτα περιποιημένο UI καθώς βασίζεται στην βελτιωμένη εμπειρία χρήστη. Στην

αρχική οθόνη συναντάμε αρκετές πληροφορίες και πιθανές ειδοποιήσεις με έναν όμορφο σχεδιασμό, που βοηθούν αρκετά τους χρήστες να το συνηθίσουν και να το εντάξουν στην καθημερινότητά τους.

- **XTuple PostBooks:** Το πρώτο σύστημα που διαφέρει αρκετά σε σχέση με τα υπόλοιπα της λίστας των κορυφαίων ERP είναι το Xtuple PostBooks. Έχει ως στόχο επιχειρήσεις μικρού μεγέθους και πιο συγκεκριμένα αυτές που σχετίζονται με το web design και με eshops, αφού έχει αρκετές λειτουργίες πάνω στην σχεδίαση, κατασκευή και διανομή τέτοιων προϊόντων και υπηρεσιών. Είναι μία δωρεάν λύση που αυτοματοποιεί πολλά τμήματα των εταιρειών που το επιλέγουν, προσφέροντας μία “ανάσα” σχετικά με τους πόρους.
- **NetSuite:** Το NetSuite είναι το κορυφαίο ERP σχετικά με μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις. Είναι μία από τις καλύτερες (αν όχι η καλύτερη) λύσεις για τέτοιο επίπεδο καθώς συνδυάζει με τεράστια αρμονία τη μηχανική με τη διαχείριση υπηρεσιών. Αυτό εκτιμάται από την αγορά, καθώς εμπιστεύεται σε αυτό μία πληθώρα υπηρεσιών και λειτουργιών όπως η διαχείριση παραγγελιών, η οικονομική διαχείριση, η γενική λογιστική, η διαχείριση έργων, η τιμολόγηση, η διαχείριση αποθεμάτων, η παραγωγή και οι πωλήσεις.

Το λογισμικό του φιλοξενείται σε cloud και μπορεί να λειτουργήσει με όλα τα μεγάλα λειτουργικά συστήματα όπως Windows, iOS, MacOS, Android.

- **INOERP:** Σύστημα που προσφέρεται περισσότερο για επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους, αλλά με τεράστια ποικιλία λειτουργιών καθώς κι αυτές χρειάζονται πολλές εξ αυτών, έστω και για πιο περιορισμένη χρήση. Αυτό που το κάνει να ξεχωρίζει είναι το οργανωμένο σύστημα διοίκησης που έχει, το οποίο είναι προσβάσιμο από οποιοδήποτε σταθερό ή φορητό υπολογιστή, tablet ή smartphone. [22]

Εν κατακλείδι, παρατηρούμε ότι υπάρχει πληθώρα συστημάτων ERP με πολλά από αυτά να είναι πανομοιότυπα. Παρόλο που μερικά προσφέρονται για κάποιες κατηγορίες εταιρειών αυτό δεν είναι δεσμευτικό. Η κάθε επιχείρηση πριν προβεί σε αγορά θα πρέπει να κάνει πολύ καλή αναζήτηση και αρκετές δοκιμές για να καταλήξει στο ERP που θα χρησιμοποιήσει. Η μετάβαση από ένα σύστημα σε ένα άλλο δεν είναι και το ιδανικότερο σενάριο, οπότε είναι συνετό να επιλέγουμε κάποιο αφού εξετάσουμε όλα τα κριτήρια που μας αφορούν.

5

Λογισμικό Ανοικτού Κώδικα Dolibarr

5.1. Παρουσίαση Dolibarr

Το Dolibarr είναι ένα ERP λογισμικό ανοικτού κώδικα με ευρεία διάδοση στον τομέα των επιχειρήσεων που ξεκίνησε το 2002 από τον Rodolphe Quiedeville και λάνσαρε την πρώτη του έκδοση τον Σεπτέμβριο του 2003 [23]. Ειδικά σε μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, οργανισμούς και ελεύθερους επαγγελματίες γίνεται ένας πολύ χρήσιμος σύμμαχος στην καθημερινότητά τους. Διακρίνεται για την ευχρηστιά του και για την ενσωμάτωση όλων των λειτουργιών σε μία εφαρμογή καθώς συμπεριλαμβάνει όλες τις λειτουργίες που μπορεί να χρειαστεί μία επιχείρηση σχετικά με το υποσύστημα CRM και τις πωλήσεις, το υποσύστημα ανθρώπινου δυναμικού, το υποσύστημα διαχείρισης περιεχομένου, το υποσύστημα παραγωγής, το marketing, αλλά και την γενική λογιστική και την οικονομική διαχείριση [24].

5.2. Αρχιτεκτονική Dolibarr

Το Dolibarr έχει δημιουργηθεί πάνω στην γλώσσα προγραμματισμού PHP ενώ τη βάση δεδομένων του τη διαχειρίζεται με την SQL. Συνεργάζεται με πληθώρα υπηρεσιών φιλοξενίας (hosting) και δουλεύει με όλες τις μορφές της PHP. Είναι διαθέσιμο για εγκατάσταση σε Windows με την έκδοση DoliWamp, την έκδοση Dolibuntu για χρήστες Ubuntu και την έκδοση Dolimamp για χρήστες Mac [25].

5.3. Πλεονεκτήματα Dolibarr

Το Dolibarr δεν είναι τυχαία τόσο διαδεδομένο, ούτε είναι ένα καινούριο λογισμικό που εμφανίστηκε πρόσφατα στην αγορά και είναι αναξιόπιστο. Αντιθέτως με τα 20 χρόνια ζωής που έκλεισε τώρα και τις αμέτρητες αξιολογήσεις, είναι ένα σύστημα που μπορείς να εμπιστευτείς. Αυτό προμηνύεται κι από τα πολλά πλεονεκτήματα που έχει, τα οποία είναι:

Δυνατότητα επιλογής συγκεκριμένων λειτουργιών. Για παράδειγμα κάποιος που θέλει να χρησιμοποιεί μόνο μία ενότητα της εφαρμογής δεν είναι αναγκασμένος να κατεβάσει καμία άλλη. Όποιες κι αν είναι οι ανάγκες της επιχείρησης, το Dolibarr μπορεί να στηθεί πάνω σε αυτές.

Αποφυγή διπλών καταχωρήσεων. Έχει έτοιμες τις διασυνδέσεις μεταξύ των λειτουργιών του κι έτσι μπορεί να χρησιμοποιηθεί άμεσα μετά το κατέβασμά του χωρίς να χρειάζονται πολλοί πόροι για να στηθεί. Σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιείται απευθείας χωρίς καμία παραμετροποίηση, καθώς είναι στημένο στα πρότυπα των επιχειρήσεων.

Συνεχείς αναβαθμίσεις. Αυτό όμως δεν επηρεάζει τους χρήστες καθώς ο καθένας μπορεί να κάνει την αναβάθμιση σε πιο καινούρια έκδοση όποτε αυτός επιθυμεί. Όποτε και να γίνει αυτή, δεν υπάρχει κανένας φόβος για τα δεδομένα, καθώς δε χάνεται τίποτα. Έτσι οι χρήστες μπορούν πάντα να εκμεταλλεύονται τις πιο καινούριες λειτουργίες του λογισμικού.

Εφαρμογή φιλική σε προσαρμογές και με διαθέσιμη επεκτασιμότητα. Αρχικά, πέρα από τις βασικές λειτουργίες που έχει οι οποίες καλύπτουν όλο το φάσμα των επιχειρησιακών διαδικασιών υπάρχει διαθέσιμο κατάστημα με επεκτάσεις σε περίπτωση που κάποια εταιρεία χρειάζεται κάτι πιο εξεζητημένο. Το κατάστημα αυτό είναι διαθέσιμο σε όλους και διαθέτει εκατοντάδες εξωτερικές προσθήκες. Δίνεται επιπλέον η δυνατότητα σε όλο το κοινό να βελτιώσει κατά το δοκούν κάποια από αυτές και μάλιστα με κώδικα ο οποίος παρέχεται με βοηθό για να κάνει ακόμα πιο εύκολη τη διαδικασία.

Αποτελεί ανταγωνιστική λύση. Το Dolibarr ακολουθεί το μοντέλο του ελεύθερου λογισμικού ανοικτού κώδικα κι αυτό είναι πόλος έλξης για πολλούς προγραμματιστές και σχετικούς με τον τομέα ανθρώπους. Όλοι αυτοί βοηθούν στη διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξης της εφαρμογής.

Το ευκολότερο ERP και CRM. Για ένα μεγάλο μέρος της τεχνολογικής κοινότητας το Dolibarr είναι το πιο εύχρηστο σύστημα ERP και CRM που κυκλοφορεί. Αυτό είναι απόρροια του μοντέλου ελεύθερου λογισμικού αφού υπάρχουν χιλιάδες άτομα τα οποία εργάζονται στην βελτίωση του UI και ακόμη περισσότεροι αυτοί που αφήνουν feedback και εκφράζουν προτάσεις. Αυτός είναι ο κυριότερος λόγος που το Dolibarr απέκτησε μορφή απόλυτα προσιτή προς το μέσο χρήστη του.

Διανέμεται σε πολλές μορφές. Μπορεί να εγκαταστηθεί και να χρησιμοποιηθεί ως τοπική εφαρμογή είτε διαδικτυακά σε κάποια virtual machine. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στο Dolibarr να μπορεί να δουλέψει από οποιαδήποτε συσκευή.

Διαθέσιμο σε όλες τις πλατφόρμες ή σαν υπηρεσία. Υπάρχει διαθέσιμο και σε έτοιμα πακέτα τα οποία με την εγκατάστασή τους, κατεβάζουν και όλα τα προαπαιτούμενα που έχει η εφαρμογή. Αυτό εξυπηρετεί ακόμη κι αυτούς που δεν έχουν καθόλου ή έχουν ελάχιστες

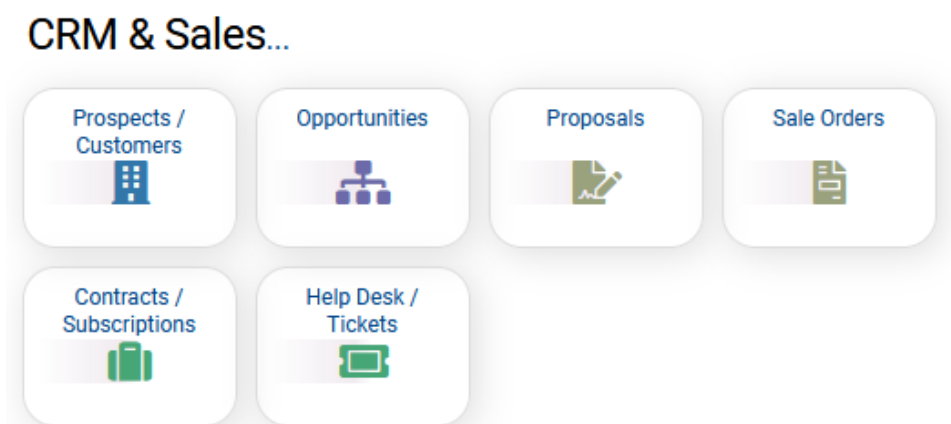
γνώσεις σχετικά με τα τεχνικά τμήματα. Εκτός αυτού υπάρχει η βασική έκδοση που λειτουργεί σε όλα τα λειτουργικά συστήματα (Windows, Mac, Linux), αλλά υπάρχει και η δυνατότητα να εργαστεί κάποιος online με αυτό.

Μεγάλο πλήθος συνεργατών. Η μεγάλη του αναγνωρισιμότητα και η ευρεία χρήση του έχει οδηγήσει πολλές εταιρείες που έχουν προγράμματα ή λογισμικά να τα στήσουν με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να συνεργαστούν με το Dolibarr και να μπορούν να πάρουν και να δώσουν δεδομένα σε αυτό. Όλη αυτή η ενασχόληση με την εφαρμογή, έχει καταστήσει απαραίτητη και την ύπαρξη αρκετών εξειδικευμένων με το λογισμικό τεχνικών [24].

5.4. Υποσυστήματα και Λειτουργίες του Dolibarr

Όπως αναφέραμε και στο 5.2 το Dolibarr έχει όλα τα υποσυστήματα και τις λειτουργίες που χρειάζεται μία επιχείρηση. Πιο αναλυτικά:

5.4.1 Υποσύστημα CRM & Πωλήσεων



Εικόνα 2. Υποσύστημα CRM & Πωλήσεων

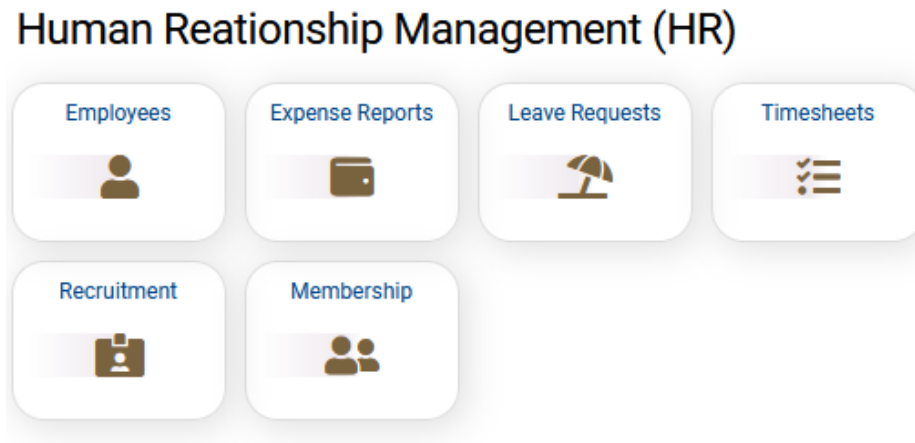
Το υποσύστημα CRM & Πωλήσεων είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο υποσύστημα. Στην εφαρμογή του Dolibarr έρχεται με 6 βασικές λειτουργίες.

- Πιθανοί και υπάρχον πελάτες: Μόνο με το όνομα και τον τύπο ενός υποψήφιου ή πραγματικού πελάτη δημιουργείται μοναδικός κωδικός στη βάση δεδομένων. Επίσης προσφέρει δυνατότητα καταγραφής προσωπικών δεδομένων με προσαρμογή των γνωρισμάτων των πελατών, επισύναψης αρχείου, ανάθεσης συγκεκριμένου πωλητή στον κάθε υποψήφιο πελάτη με σκοπό τη συλλογή στατιστικών δεδομένων των πωλητών μας και συγχώνευσης στοιχείων με σκοπό τη διαγραφή διπλότυπων εγγραφών. Επιπλέον μπορούν να δημιουργηθούν παραπάνω από μία διευθύνσεις για να μπορούμε να μοιράσουμε διαφορετικά δεδομένα σε διαφορετικούς εργαζομένους

της εταιρείας μας, διαφορετικά προφίλ και προοπτικές για τους πιθανούς πελάτες , αλλά και να μετατρέψουμε μία προσφορά σε παραγγελία, να ολοκληρώσουμε την πώληση και να εκδώσουμε τα απαραίτητα τιμολόγια.

- **Ευκαιρίες:** Λειτουργία που βοηθάει να παρακολουθούμε τις πιθανές ευκαιρίες πελατών με δυνατότητα δημιουργίας της ευκαιρίας, επισύναψης αρχείων, αναπροσαρμογής προκαθορισμένων πεδίων, δημιουργίας προσφοράς και εμπορικών προτάσεων με αποστολή μέσω email, εισαγωγής γεγονότων και συμβάντων, ρύθμισης ειδοποιήσεων, καθορισμού πιθανοτήτων επιτυχίας της κάθε ευκαιρίας, τερματισμού ευκαιρίας με επιτυχία ή αποτυχία για συλλογή στατιστικών δεδομένων και παρακολούθησης και ανάλυσης όλων των ανοιχτών ευκαιριών.
- **Αναφορές προσφορών:** Δυνατότητα δημιουργίας προσφοράς για κάθε υποψήφιο πελάτη ακόμη και με ένα κλικ χρησιμοποιώντας προηγούμενη πρόταση, αποθήκευσης προκαθορισμένων τιμών σε συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες για απευθείας χρήση, προσαρμογής προκαθορισμένων πεδίων της προσφοράς, δημιουργίας κι εξαγωγής PDF αρχείου, αποστολής προσφοράς σε πελάτη μέσω email (ακόμη και προκαθορισμένων), μετατροπής πρότασης σε παραγγελία, τερματισμού προσφορών με επιτυχία ή αποτυχία και ανάλυσης δεδομένων και στατιστικών.
- **Παραγγελίες πωλήσεων:** Δυνατότητα δημιουργίας παραγγελίας, επανάληψης παραγγελίας, τοποθέτησης προκαθορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών , προσαρμογής των υπάρχοντων κατηγοριών, επεξεργασίας της παραγγελίας, δημιουργίας κι ενημέρωσης PDF αρχείου, αποστολή επιβεβαίωσης παραγγελίας αυτόματα στους πελάτες, μετατροπής της παραγγελίας σε τιμολόγιο, διαχείρισης αποστολών και αποθεμάτων, καταγραφής και ανάλυσης δεδομένων.
- **Συμβόλαια:** Δυνατότητα δημιουργίας συμβολαίου από την επαφή πιθανών πελατών, τοποθέτησης προκαθορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών , προσαρμογής των υπάρχοντων κατηγοριών, δημιουργίας κι ενημέρωσης PDF αρχείου, επισύναψης αρχείου, αλλαγής κατάστασης συμβολαίου, παρακολούθησης και διαχείρισης ολοκληρωμένων και τρέχων συμβολαίων για περαιτέρω ανάλυση.
- **Κέντρο βοήθειας:** Προσφέρει τη δυνατότητα σε πελάτες να μας στέλνουν αξιολογήσεις κι αναφορές, να τις παρακολουθούμε και να τις απαντάμε, αλλά και να δημιουργεί καταγραφές αυτόματα όταν δεχόμαστε σχετικά email.

5.4.2 Υποσύστημα Ανθρώπινου Δυναμικού



Εικόνα 3. Υποσύστημα Ανθρώπινου Δυναμικού

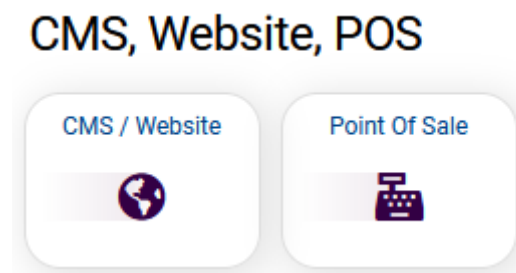
Το υποσύστημα HR είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση όλων των χρηστών του συστήματος. Στο Dolibarr συναντάμε 6 βασικές λειτουργίες.

- **Εργαζόμενοι:** Υπεύθυνη για τη διαχείριση των χρηστών και ομάδων του συστήματος. Προσφέρει δυνατότητες δημιουργίας εγγράφων και λογαριασμών χρηστών, ιεράρχησης εργαζομένων, συμπλήρωσης αναφορών, ορισμού ωραρίου του κάθε υπαλλήλου, αποστολής email σε αυτούς, ελέγχου των αδειών που έχει ο κάθε χρήστης στο σύστημα, εξαγωγής αναφορών και δεδομένων για τον καθένα ξεχωριστά κι όλα αυτά σε ένα περιβάλλον που μπορεί να είναι διαφορετικό και προσωποποιημένο για τον κάθε χρήστη ξεχωριστά.
- **Αναφορά εξόδων:** Δίνει τη δυνατότητα στους εργαζομένους να καταγράφουν τα έξοδα που κάνουν κι έχουν σχέση με την εταιρεία (σε όσους δώσουμε εμείς άδεια), να προσθέσουν τα αποδεικτικά αγορών κι εξόδων, να ρωτήσουν για τη χρησιμοποίηση χρημάτων, να δοθεί θετική ή αρνητική απάντηση από τους υπεύθυνους και να εξαχθούν δεδομένα πληρωμών.
- **Αιτήματα αδειών:** Επιτρέπει τους χρήστες να κάνουν αιτήματα για λήψη αδείας. Προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας αιτήματος, αποδοχής ή άρνησης αιτήματος με ενημερωτικό μήνυμα αιτιολόγησης, ενημέρωσης κι ανάλυσης διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού ανά ημέρα, ομαδοποίησης αιτημάτων και καταγραφής υπολειπόμενων ημερών αδείας ανά υπάλληλο.
- **Φύλλα χρόνου:** Προσφέρει τη δυνατότητα να ελέγχουμε τον χρόνο που αφιέρωσε ο κάθε εργαζόμενος στο κάθε project ανά ημέρα / εβδομάδα / μήνα / χρόνο, τον συνολικό χρόνο που διατέθηκε στο κάθε έργο, τον χρόνο που υπολείπεται για να ολοκληρωθεί,

να προσθέτουμε νέες εργασίες και νέα έργα και να αναλύσουμε το κέρδος που είχε το κάθε έργο σχετικά με το χρόνο που ξοδεύτηκε σε αυτό από τον κάθε χρήστη.

- Προσλήψεις: Προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας, ενημέρωσης και δημοσιοποίησης θέσεων εργασίας, έλεγχο αιτήσεων και βιογραφικών, ενημέρωση προφίλ αιτούντων και αυτόματη καταγραφή αιτήσεων από τα email μέσω χρήσης φίλτρων.
- Ιδιότητα μέλους: Προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας ομάδων και τον ορισμό υπευθύνου, μελών, εθελοντών και συνεργατών αλλά και τον έλεγχο ανοιχτών συνδρομών που έχει η εταιρεία. Επίσης είναι υπεύθυνη για τη συλλογή χρημάτων από συνδρομές ή εγγραφές για μία εκδήλωση ή ένα συμβάν.

5.4.3 Υποσύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου & Διαδικτύου

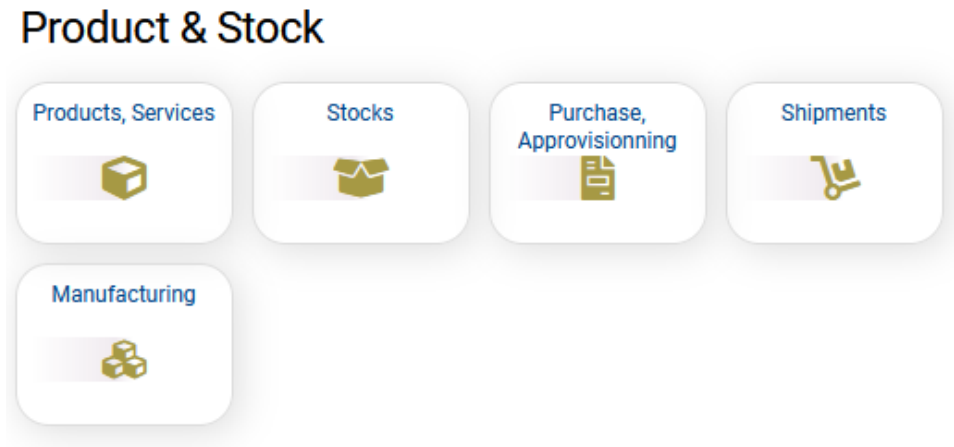


Εικόνα 4. Υποσύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου Διαδικτύου

Το υποσύστημα αυτό είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση του περιεχομένου της επιχείρησης αλλά και των ιστοσελίδων που αυτή μπορεί να έχει. Στο Dolibarr έχει 2 βασικές λειτουργίες.

- Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου & Ιστοσελίδας. Προσφέρει δυνατότητα δημιουργίας ιστοσελίδας σε λίγα λεπτά αφού διαθέτει αρκετά εργαλεία, αλλά και έτοιμα σχέδια ιστοσελίδων. Επίσης προσφέρει ευκολία στη διαχείριση κι οργάνωση περιεχομένου, έλεγχο ιστοσελίδας, εισαγωγή δυναμικού περιεχομένου σε αυτήν και σύνδεση ιστοσελίδας με σέρβερ.
- Σημείο πώλησης (POS - Point of Sale): Με τη χρήση του TakePOS που είναι ένα σύστημα πωλήσεων τελευταίας γενιάς μπορούμε να κάνουμε αρκετές λειτουργίες. Παρέχεται ένα UI πληρωμών που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο από παραδοσιακά μαγαζιά αλλά μέχρι κι εστιατόρια και καφετέριες. Έχει έτοιμες συνδέσεις με τερματικά POS, προσφέρει διαχείριση εσωτερικού και κατάσταση τραπεζιών και δωματίων, παρέχει QR κωδικό δίνοντας την ευκαιρία στους χρήστες αφού τον σκανάρουν να παραγγείλουν μόνοι τους, αλλά και το κυριότερο από όλα είναι που διατηρεί ταμείο βάρδιας, ημέρας, μήνα και χρόνου.

5.4.4 Υποσύστημα Προϊόντων και Αποθεμάτων



Εικόνα 5. Υποσύστημα Προϊόντων και Αποθεμάτων

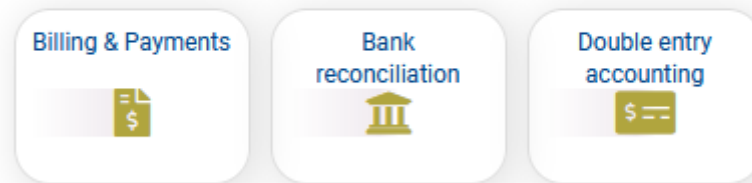
Το υποσύστημα αυτό όπως “μαρτυρά” και η ονομασία του είναι αυτό το οποίο καθίστανται υπεύθυνο για τη διαχείριση των προϊόντων και των αποθεμάτων. Έχει 5 βασικές λειτουργίες.

- Προϊόντα και Υπηρεσίες: Μία από τις κυριότερες λειτουργίες. Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας ενημέρωσης προϊόντων ή υπηρεσιών, δημιουργίας καταλόγων και τιμοκαταλόγων, επεξήγησης του προϊόντος/υπηρεσίας σε όσες γλώσσες επιθυμούμε, ενώ τα δεδομένα αυτά μπορούν να εξαχθούν για χρήση και σε υπόλοιπες λειτουργίες και υποσυστήματα για να κερδηθεί χρόνος. Επιπλέον, μπορούμε να επισυνάψουμε αρχεία, να “κλωνοποιήσουμε” προϊόντα/υπηρεσίες σε περίπτωση που θέλουμε να φτιάξουμε πανομοιότυπα (π.χ. διαφορετικό χρώμα, μέγεθος), να καταγράφουμε τις τιμές αγοράς και πώλησης προϊόντων, αλλά και τα ιστορικά πωλήσεων κι αγορών ανά τμήμα πελατών, ανά πελάτη ή ανά ποσότητα. Τέλος, μπορούμε να φιλτράρουμε τον κατάλογό μας όπως επιθυμούμε και να δούμε έτοιμες στατιστικές με γραφήματα και πίνακες.
- Αποθέματα: Επίσης μία πολύ ιδιαίτερη λειτουργία για αυτούς που πουλάνε προϊόντα κι όχι υπηρεσίες. Αρχικά, προσφέρονται δυνατότητες οργάνωσης των αποθηκών με κινήσεις αποθεμάτων (αυτόματα μόλις κάνει κάποια καταχώρηση ένας χρήστης) και καταγραφή όλων των στοκ προϊόντων με αριθμούς. Επίσης παρέχεται η παρακολούθηση αποθεμάτων με βάση αναφορών, ημερομηνίας ή σειριακού αριθμού, η διαδικασία αναπλήρωσης αποθεμάτων, η μαζική μεταφορά αποθεμάτων με ένα κλικ ακόμη κι αν μιλάμε για μεταφορά ολόκληρης αποθήκης και η δημιουργία και παρακολούθηση παρτίδων προϊόντων αν θέλουμε να παρακολουθούμε πιθανά μελλοντικά αποθέματα που θα έχουμε σε συγκεκριμένη ημερομηνία για το κάθε προϊόν.

- **Αγορές :** Υπεύθυνη για τη διαχείριση των ροών εργασιών και την ανανέωση των αποθηκών. Σε αυτή τη λειτουργία δημιουργούνται οι εντολές αγορών, δίνεται η έγκριση και λαμβάνονται και εγκρίνονται οι παραγγελίες. Μπορούν να δοθούν διαφορετικές άδειες στον κάθε χρήστη σε αυτήν την λειτουργία, καθώς δε θέλουμε όλοι να μπορούν να παίρνουν λήψεις αποφάσεων, ενώ μπορούμε να θεσπίσουμε μερικά όρια που όταν πηγαίνουν να ξεπεραστούν να αποστέλλεται ενημερωτικό email σε ανώτερα στελέχη για έλεγχο. Σε συνεργασία με τη λειτουργία “Αποθέματα” μπορεί να ελέγχει τις αποστολές και τις παραλαβές προϊόντων. Μία όμως πολύ ιδιαίτερη λειτουργία που έχει είναι αυτή των αυτόματων παραγγελιών. Όταν δηλαδή κάποιο προϊόν πέφτει χαμηλότερα από το όριο που έχουμε θεσπίσει, τότε γίνεται αυτόματη παραγγελία ανεφοδιασμού.
- **Αποστολές:** Σε αυτήν τη λειτουργία θα βρούμε όλες τις χρήσεις που έχουν σχέση με τις αποστολές. Το κυριότερο και προφανέστερο που γίνεται είναι η καταγραφή και παρακολούθηση όλων των αποστολών. Έτσι μπορούμε οποιαδήποτε στιγμή να δούμε που βρίσκεται η κάθε αποστολή, αν παραλείφθηκε ή αν έχει “κολλήσει” κάπου. Η δημιουργία της αποστολής γίνεται με μόλις ένα κλικ από την καρτέλα της παραγγελίας και γίνεται αυτόματος έλεγχος σχετικά με την τοποθέτηση του σωστού αριθμού προϊόντων. Επιπλέον, μπορούμε να χρονοπρογραμματίσουμε κάποια αποστολή σε περίπτωση που θέλουμε να φτάσει κάποια συγκεκριμένη μέρα και ώρα. Τα αποθέματα ενημερώνονται απευθείας και γίνεται υπολογισμός βάρους της κάθε αποστολής αυτόματα. Τέλος, εδώ δημιουργείται το PDF το οποίο πρέπει να έχει ο μεταφορέας για να ολοκληρώσει με επιτυχία τις μεταφορές ή για να το αποστείλουμε μέσω email σε συνεργάτες.
- **Παραγωγή/Κατασκευή:** Σε αυτήν τη λειτουργία συναντάμε τα πασίγνωστα και υπερπολύτιμα BOMs και MRPs. Έχουμε τον καθορισμό συνδυασμού υλικών, υπηρεσιών, μονάδων και ανθρώπινου δυναμικού με το προϊόν που δημιουργούν, τη δημιουργία εντολών κατασκευών σε ένα ή περισσότερα στάδια, την αυτόματη αλλαγή των αποθεμάτων (αφαίρεση από πρώτες ύλες και πρόσθεση σε τελικά προϊόντα όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία) , τη δημιουργία μοναδικών σειριακών κωδικών για τα προϊόντα που παράγονται το οποίο μας βοηθάει να ελέγχουμε κάποια παρτίδα παραγωγής για πιθανά προβλήματα και δυνατότητα εξαγωγής αναφορών με στατιστικά δεδομένα της παραγωγής.

5.4.5 Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης

Finance & Billing



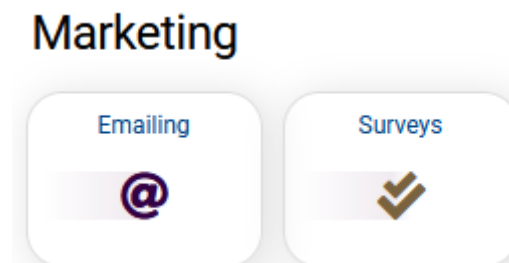
Εικόνα 6. Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης

Στο υποσύστημα της Οικονομικής Διαχείρισης συναντάμε όλες τις οικονομικές δραστηριότητες που πράττει μία επιχείρηση. Μπορεί μερικές να υπάρχουν και σε άλλα υποσυστήματα για να διευκολύνεται η χρήση της εφαρμογής, αλλά εδώ θα βρούμε όλα τα οικονομικά δεδομένα της εταιρείας. Έχει 3 λειτουργίες στο Dolibarr οι οποίες είναι.

- **Τιμολόγια & Πληρωμές:** Στη συγκεκριμένη λειτουργία διαδραματίζεται η διαχείριση των τιμολογίων και των πληρωμών με όλους τους προμηθευτές και τους πελάτες μας. Όπως είναι λογικό μας παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας τιμολογίου στο οποίο μπορούμε να βάλουμε ότι ενότητες επιθυμούμε εμείς ή να χρησιμοποιήσουμε κάποιο από τα πρότυπα τιμολόγια, αλλά και να εξάγουμε ένα απευθείας από κάποια παραγγελία ή κάποια σύμβαση. Αν έχουμε ενεργοποιημένη την λειτουργία “Margin” τότε το σύστημα κάνει έλεγχο και βρίσκει τον καλύτερο προμηθευτή, την τιμή κόστους και το βάρος των προϊόντων μας αλλά και μας ενημερώνει για πιθανά περιθώρια κέρδους που μπορεί να μην είχαμε ανιχνεύσει. Ένα παλιό τιμολόγιο μπορεί να επανεκδοθεί αν είναι ακριβώς το ίδιο με μόνη αλλαγή την ημερομηνία και μπορούμε μετέπειτα να το εξάγουμε σε μορφή PDF για να το διαχειριστούμε μέσω email , ακόμα και αυτοματοποιημένων. Μπορούμε επίσης να δημιουργήσουμε αρχείο αυτόματων τραπεζικών πληρωμών αλλά και να προσφέρουμε στον πελάτη τη λύση ηλεκτρονικής πληρωμής μέσω των Paypal, Stripe, Paybox και Payzen. Τέλος, γίνεται να ενεργοποιήσουμε υπενθυμίσεις πληρωμών , να προσθέσουμε σημειώσεις όποτε θέλουμε σε ένα τιμολόγιο , να ελέγξουμε όλα τα εκκρεμή τιμολόγια αλλά και να τα εξάγουμε για να πάρουμε ποιοτικά δεδομένα και στατιστικά μέσω της εφαρμογής.
- **Τραπεζικοί έλεγχοι:** Εκτελείται προσπέλαση των τιμολογίων και των χρηματικών κινήσεων για να επιβεβαιωθεί ότι δεν έγινε κάποιο λάθος σε κάποια συναλλαγή. Μπορούμε να κάνουμε αυτήν την προσπέλαση με χρήση φίλτρων για να είναι πιο στοχευμένη , να λαμβάνουμε ειδοποιήσεις για κάθε εύρεση λάθους αλλά μπορούμε και να εξάγουμε οποιαδήποτε στοιχεία συναλλαγών σε περίπτωση που τα χρειάζεται ο λογιστής μας.
- **Λογιστική διπλής εισόδου:** Το Dolibarr διαθέτει άριστη οργάνωση και διαχείριση σχετικά με τη λογιστική των επιχειρήσεων. Έχει μία αποκλειστική ρύθμιση η οποία συλλέγει τα δεδομένα όλων των καταγραφών πωλήσεων , παραγγελιών , αγορών ,

μισθών αλλά και όλων των οικονομικών κινήσεων και μπορούν να εξαχθούν τα λογιστικά δεδομένα με ένα μόνο κλικ. Διαθέτει πρότυπα λογιστικά σχέδια και κατά τη δημιουργία οποιουδήποτε προσώπου ή οργανισμού επιτρέπει να συνδέσουμε έναν λογιστικό αριθμό με αυτόν(π.χ. ΑΦΜ). Προσφέρει πρότυπα αναφορών σχετικά με τη λογιστική για να μπορούμε να ελέγχουμε τα λογιστικά αρχεία οποιαδήποτε στιγμή θέλουμε και μέσω αυτών μπορούμε να βρούμε σημαντικά δεδομένα για τα οικονομικά μας. Το πλήρες σύνολο των εγγραφών είναι εύκολο να ανακτηθεί και να χρησιμοποιηθεί.

5.4.6 Υποσύστημα Μάρκετινγκ



Εικόνα 7. Υποσύστημα Μάρκετινγκ

Το έκτο κατά σειρά υποσύστημα του Dolibarr είναι αυτό του μάρκετινγκ το οποίο θα το βρούμε στο σύστημα με 2 λειτουργίες.

- Αποστολές email: Χάρη σε αυτήν την λειτουργία μπορούμε να στείλουμε μαζικά email πάνω σε καμπάνιες μας. Αρχικά μπορούμε να δημιουργήσουμε το περιεχόμενο του email μας σε ένα φιλικό προς το χρήστη περιβάλλον, αλλά και καμπάνιες είτε σε αντίστοιχα εύκολο περιβάλλον ή για πιο εξειδικευμένους χρήστες σε γλώσσα HTML. Μπορεί να γίνει επισύναψη αρχείου, τοποθέτηση ελέγχου ανάγνωσης email, πρόσθεση συνδέσμου για απεγγραφή από το newsletter μας , επιλογή παραληπτών από τα υπάρχον δεδομένα, αποστολή καμπάνιας σε δοκιμαστικά email που έχουμε προκαθορίσει για να δούμε πως θα εμφανίζεται στους χρήστες και παρακολούθηση κατάστασης αποστολής με καταγραφή στατιστικών για τους παραλήπτες (αν το άνοιξαν ή αν το διέγραψαν).
- Έρευνα: Στη λειτουργία αυτή διαδραματίζονται όλες οι έρευνες και οι δημοσκοπήσεις είτε μεταξύ του προσωπικού είτε όλου του αγοραστικού κοινού. Καταρχάς δημιουργούμε την έρευνα ή τη δημοσκόπηση και προσθέτουμε ότι ερώτηση θέλουμε, αλλά κι ότι απαντήσεις θέλουμε (ελεύθερες απαντήσεις, απαντήσεις ναι/όχι, απαντήσεις με κλίμακες αριθμών) , ενώ μας δύναται η δυνατότητα να τους ενημερώνουμε όταν παίρνουν μέρος επιτυχώς, να τους επιτρέπουμε να προσθέτουν σχόλια και να βλέπουν τις ψήφους των υπολοίπων χρηστών. Σχετικά με τους

εργαζόμενους , μπορούμε να δημιουργήσουμε μία δημοσκόπηση στον ιστότοπό μας ζητώντας τους να ψηφίσουν. Σε οποιαδήποτε περίπτωση μπορούμε να διαβάσουμε, να κατεβάσουμε και να εξάγουμε στατιστικά από αυτές τις απαντήσεις.

5.4.7 Υποσύστημα Παραγωγικότητας



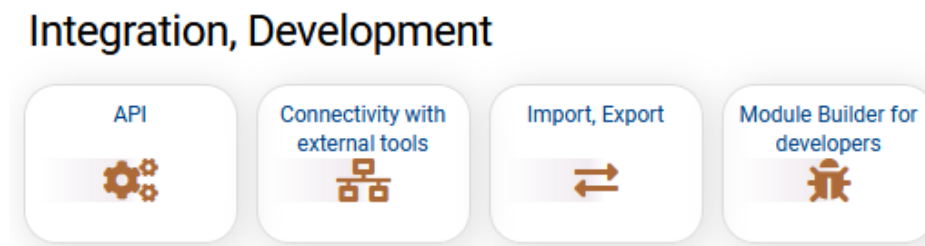
Εικόνα 8. Υποσύστημα Παραγωγικότητας

Το υποσύστημα της παραγωγικότητας είναι υπεύθυνο για τις κινήσεις που γίνονται για να διατηρηθούν πελάτες, τις παρεμβάσεις αλλά και τη διατήρηση ολοκληρωμένου ημερολογίου. Πιο συγκεκριμένα, έχει τις εξής λειτουργίες:

- Έργα κι εργασίες: Σε αυτήν τη λειτουργία δημιουργούμε έργα, πελάτες, ευκαιρίες και πιθανούς πελάτες και τους καταγράφουμε με όποια γνωρίσματα επιθυμούμε εμείς. Μπορούμε να δώσουμε σε συγκεκριμένους μόνο χρήστες την άδεια για παρακολούθηση και επεξεργασία ενός έργου, να δημιουργήσουμε εργασίες και να τις αναθέσουμε σε υπαλλήλους, να καταγράψουμε τον χρόνο που αφιερώθηκε σε κάθε μία ξεχωριστά, να ελέγχουμε την πρόοδο που κάνει κάθε εργαζόμενος κι αν αυτή ανταποκρίνεται στο επιθυμητό αποτέλεσμα αλλά και να κάνουμε επισκόπηση του κάθε έργου για να μπορούμε να προσδιορίζουμε πιθανά κέρδη ή ζημιές.
- Παρεμβάσεις: Στη λειτουργία αυτή αποκτάμε τη δυνατότητα δημιουργίας παρεμβάσεων χρησιμοποιώντας προκαθορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες για να τις συμπληρώνουμε πιο γρήγορα. Μπορούμε ακόμη από αυτές τις παρεμβάσεις να εξάγουμε απευθείας τιμολόγια ή να προσθέτουμε το κόστος τους στο συνολικό κόστος του έργου για το οποίο συνέβησαν.
- Ατζέντα: Εδώ συναντάμε ένα ημερολόγιο το οποίο όμως ενσωματώνει λειτουργίες που συνδέουν οτιδήποτε ανήκει στο ERP ή στο CRM. Μπορούμε να προσθέσουμε επερχόμενα και απερχόμενα συμβάντα για σκοπούς παρακολούθησης και υπενθύμισης αντίστοιχα, και αν έχουμε ενεργοποιημένη την ενότητα Resources (Πόροι) να ελέγχουμε τους πόρους μας πότε είναι διαθέσιμοι για να τους χρησιμοποιήσουμε και πότε είναι δεσμευμένοι. Γίνεται να επιλέξουμε ποια συμβάντα θέλουμε να

καταγράφονται αυτόματα (π.χ. αποστολή παραγγελίας, παραλαβή παραγγελίας, εισροή χρημάτων) αλλά και να προσθέσουμε συμβάντα μόνο για ανάγνωση και υπενθύμιση. Τέλος μέσω φιλτραρίσματος επιλέγουμε ποια συμβάντα θα εξετάζουμε κάθε φορά κι έτσι γίνεται να ελέγχουμε τις επιδόσεις ανά ημέρα / εβδομάδα / μήνα ή ανά χρήστη για να δούμε τις ατομικές επιτυχίες αλλά και τη διαθεσιμότητα του καθενός.

5.4.8 Υποσύστημα Ανάπτυξης



Εικόνα 9. Υποσύστημα Ανάπτυξης

Στο υποσύστημα αυτό έχουμε 4 λειτουργίες που έχουν σχέση με την περαιτέρω αναβάθμιση και εξέλιξη της εφαρμογής. Πιο συγκεκριμένα:

- API(Application Programming Interface): Εδώ συμβαίνουν η εξαγωγή , η διαγραφή και η ενημέρωση καταχωρήσεων χρησιμοποιώντας API που είναι συμβατά με όλες τις γλώσσες προγραμματισμού. Επίσης μέσω αυτής μπορούμε να εκτελούμε τον δικό μας κώδικα σε οποιοδήποτε επαγγελματικό συμβάν προκύψει, αλλά και να διαγράψουμε, να τροποποιήσουμε ή να ενημερώσουμε μία λειτουργία του ERP μας.
- Συνδεσιμότητα και διεπαφές: Το ERP και το CRM μας, μπορούν να συνδεθούν με πολλές δημοφιλείς υπηρεσίες όπως τη διασύνδεση με υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών για να προσφέρεται στο χρήστη η επιλογή της αποπληρωμής μέσω διαδικτύου και η ενσωμάτωση υπηρεσιών της Google (Google Maps, Google Contacts, Google Calendar) . Επίσης μπορεί να συνδεθεί με την πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου (WooCommerce, Magento, Prestashop), να πραγματοποιεί κλήσεις εντός της εταιρείας με ένα κλικ και να προσθέσει έλεγχο ταυτότητας δύο παραγόντων στους χρήστες.
- Εισαγωγή/εξαγωγή: Σχετικά με την εισαγωγή επιτρέπεται ή εισαγωγή πολλών δεδομένων από εξωτερικές εφαρμογές ή κάποιο αρχείο (Excel, CSV), η ενημέρωση εγγραφών μετά από εισαγωγή δεδομένων αλλά και εκτέλεση προσομοιωτή για να γνωρίζουμε το αποτέλεσμα της εισαγωγής χωρίς να επηρεάσουμε τα δεδομένα μας. Έτσι, αν η προσομοίωση οδηγήσει σε επιτυχία, μπορούμε έπειτα να “τρέξουμε” κανονικά την εισαγωγή. Σχετικά με την εξαγωγή, μπορούμε να επιλέξουμε

ομαδοποιημένα δεδομένα και να καθορίσουμε ποια πεδία μας ενδιαφέρουν, να τα αποθηκεύσουμε για να τα χρησιμοποιούμε εκ νέου με μόνο ένα κλικ, να δημιουργούμε και να κατεβάζουμε το αρχείο δεδομένων.

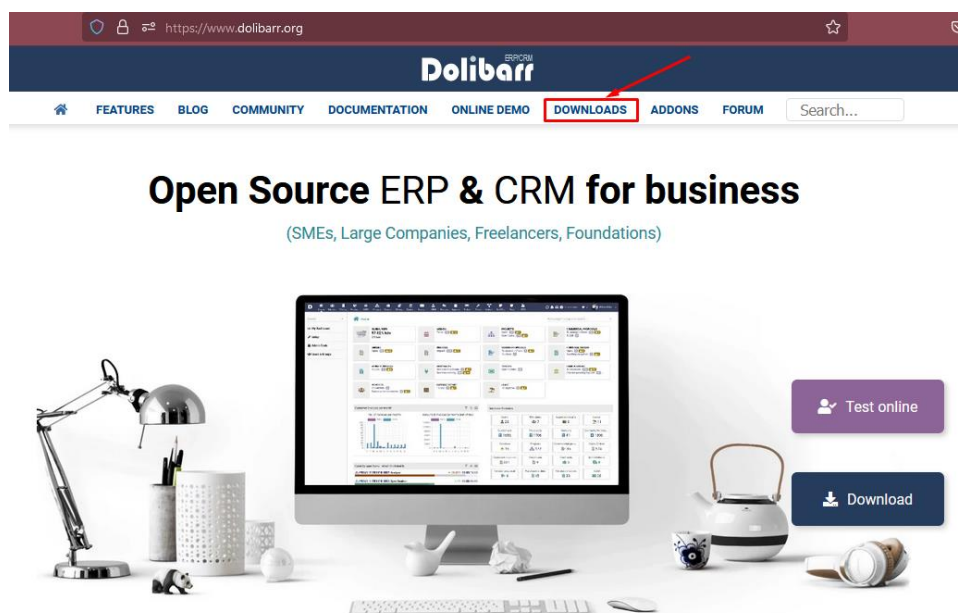
- Πρόγραμμα ανάπτυξης για προγραμματιστές: Είναι ένα ενσωματωμένο εργαλείο που βοηθάει τους προγραμματιστές και τους προχωρημένους χρήστες να δημιουργούν νέες λειτουργίες, νέα αντικείμενα και νέα δικαιώματα. Από αυτή τη λειτουργία γίνεται και η εκτενέστερη τροποποίηση του αρχικού μενού αλλά και η ρύθμιση των λειτουργιών αφού μπορούμε να εναλλασσόμαστε μεταξύ διαφορετικών προγραμμάτων ανάπτυξης για να παρακολουθούμε τις διαφορές που κάνουμε “πειράζοντας” ή γράφοντας νέα τμήματα κώδικα. Και ο παλιός και ο νέος κώδικας μένουν στο ιστορικό και δε χάνονται ενώ μπορούμε μέσω γεννήτριας να δημιουργήσουμε zip αρχείο ώστε να μπορούμε να μοιραστούμε τις αλλαγές και με άλλους χρήστες. Αν δημιουργήσουμε κι ένα HTML ή PDF αρχείο τεκμηρίωσης των αλλαγών, τότε μπορούμε να ανεβάσουμε τις αναβαθμίσεις μας στο DoliStore προς πώληση.

6

Εγκατάσταση και Παραμετροποίηση Dolibarr

6.1. Εγκατάσταση Dolibarr

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιάσεται η εγκατάσταση του Dolibarr τοπικά στον υπολογιστή μας. Για να επιτευχθεί αυτό, θα μπορούμε αρχικά στην επίσημη ιστοσελίδα του Dolibarr (<https://www.dolibarr.org/>) και θα επιλέξουμε την καρτέλα “DOWNLOADS”.



Εικόνα 10. Αρχική οθόνη ιστοσελίδας dolibarr.org

Στη συνέχεια θα επιλέξουμε το Sourceforge ως πηγή για να κατεβάσουμε το σύστημα (<https://sourceforge.net/projects/dolibarr/files/>)

Stable Versions

All stable versions of Dolibarr ERP & CRM software, for usage in a production environment (for all Operating Systems), are hosted on Sourceforge mirroring servers.

[Click here to navigate to the Sourceforge downloads area](#)

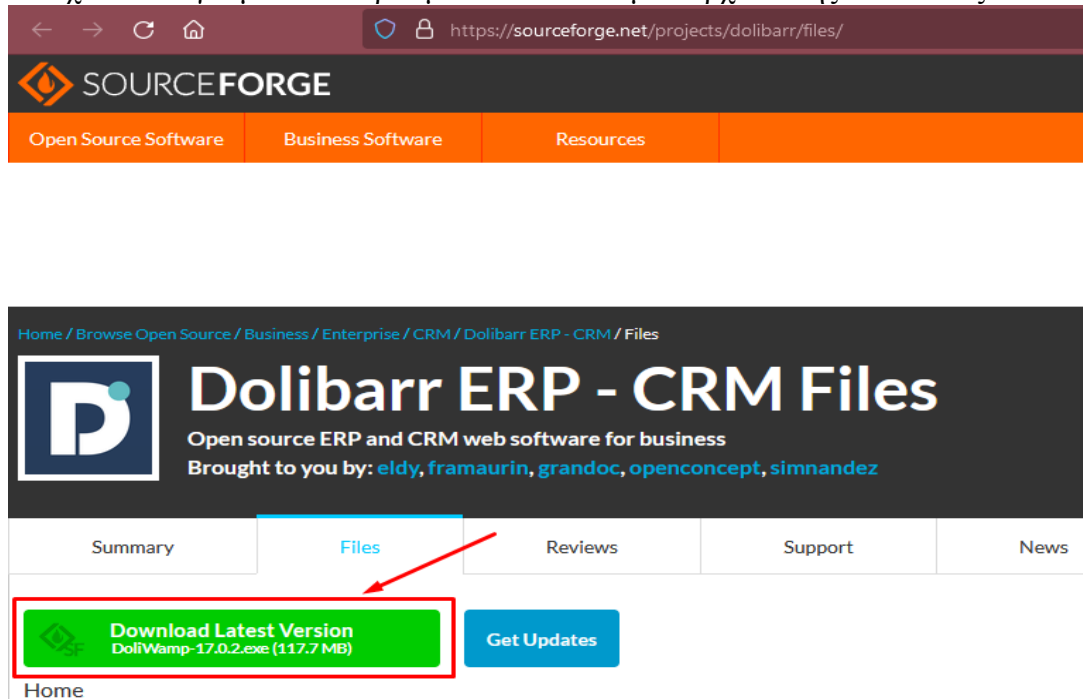


For experienced users who want to install the Dolibarr application using the **git** tool, you can deploy and update any branch (major version) of the Dolibarr application from the git repository.

[Click here to navigate to GitHub](#)

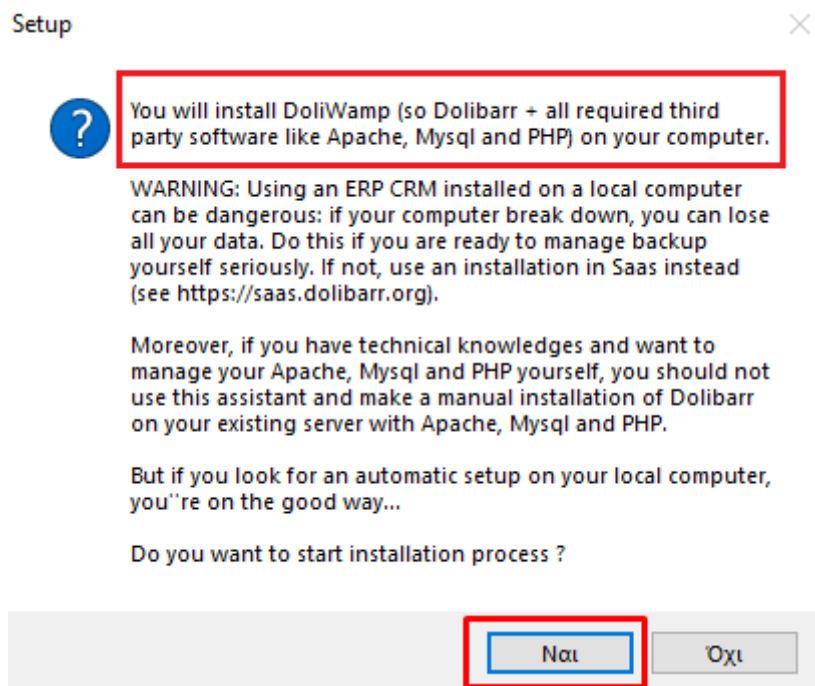
Εικόνα 11. Επιλογή Sourceforge

Στη συνέχεια επιλέγουμε το κατέβασμα του εκτελέσιμου αρχείου της τελευταίας έκδοσης.

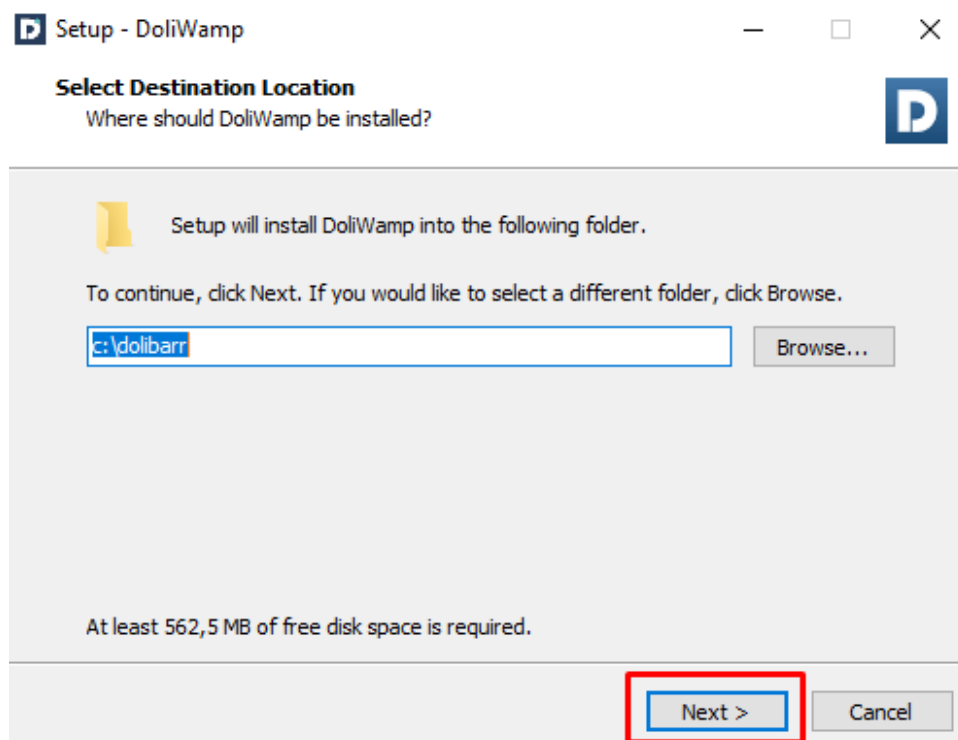


Εικόνα 12. Κατέβασμα τελευταίας έκδοσης Dolibarr

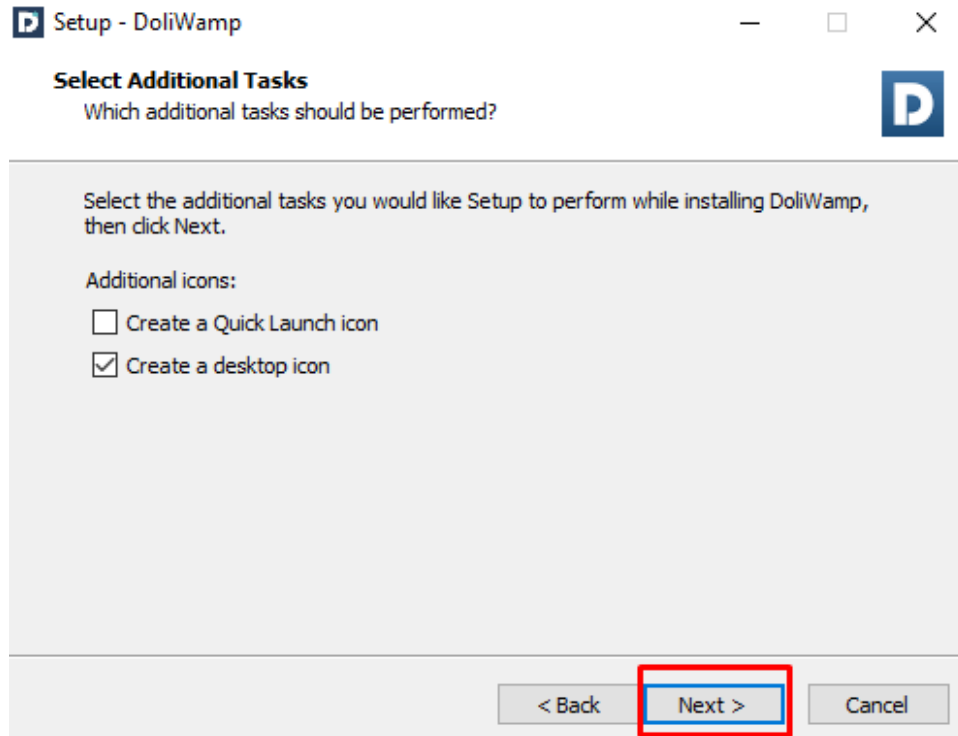
Αφού κατεβάσουμε το εκτελέσιμο αρχείο, ξεκινάμε τη διαδικασία εγκατάστασης “τρέχοντας” το. Παρατηρούμε ότι στην πρώτη ειδοποίηση που μας εμφανίζεται, αναφέρεται ότι θα εγκαταστήσουμε κι όλες τις άλλες εφαρμογές (Apache, MySQL, PHP) που χρειαζόμαστε για να τρέξουμε το Dolibarr(Εικόνα 13).



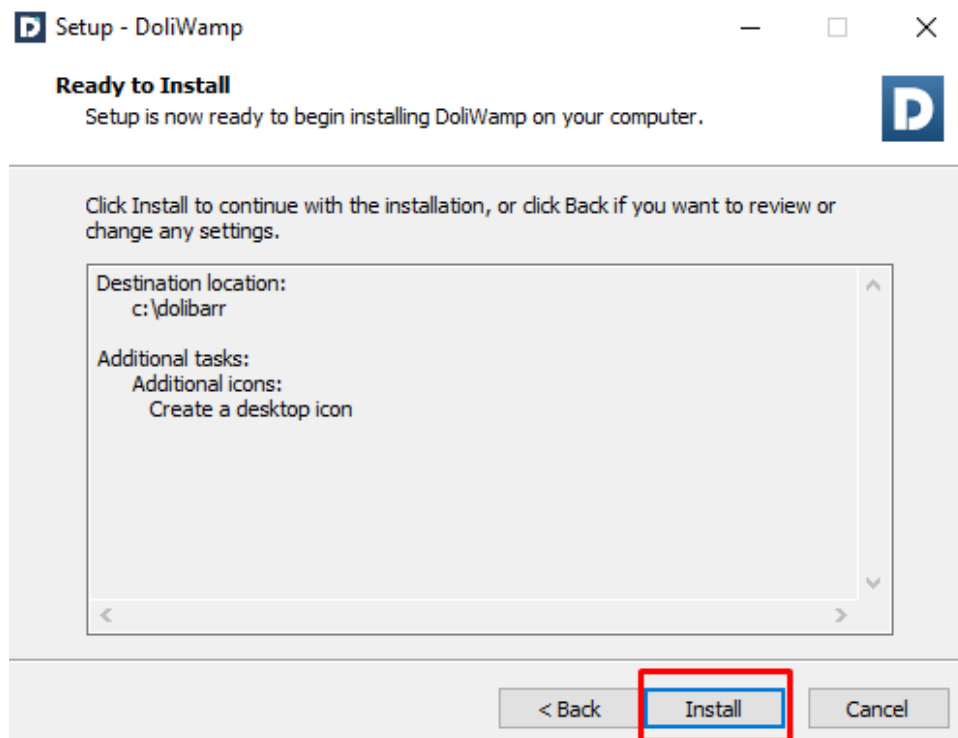
Εικόνα 13. Εγκατάσταση Dolibarr



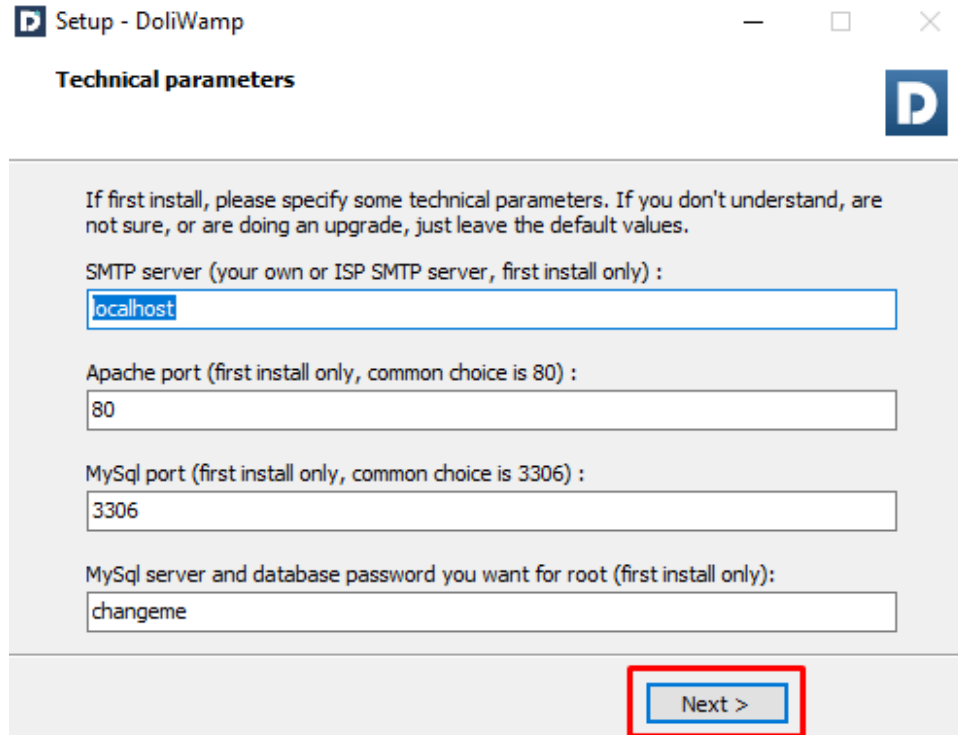
Εικόνα 14. Εγκατάσταση Dolibarr



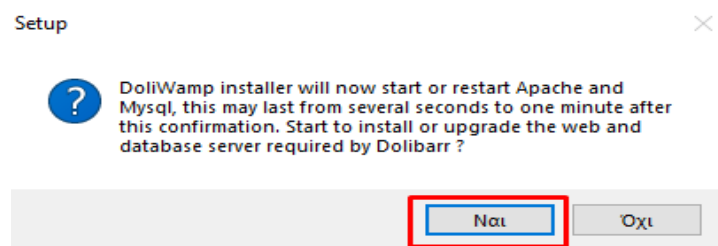
Εικόνα 15. Εγκατάσταση Dolibarr



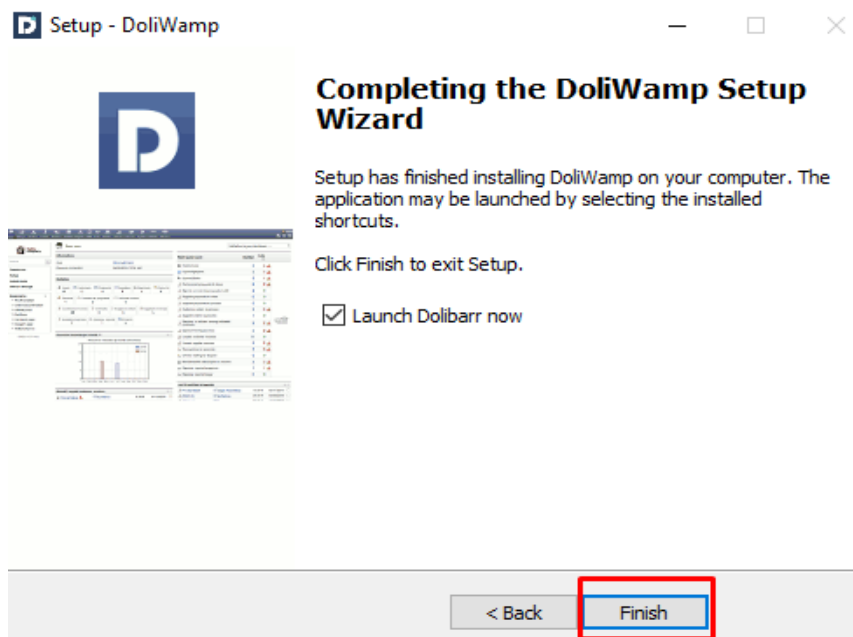
Εικόνα 16. Εγκατάσταση Dolibarr



Εικόνα 17. Ρύθμιση παραμέτρων

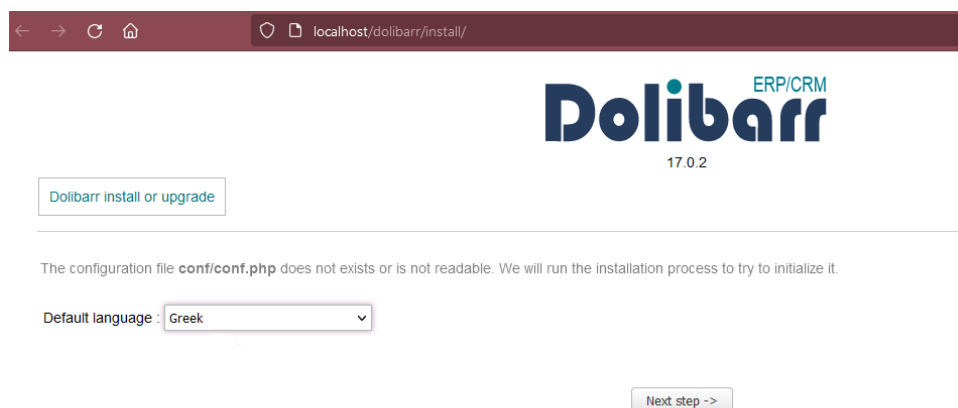


Εικόνα 18. Εγκατάσταση Dolibarr



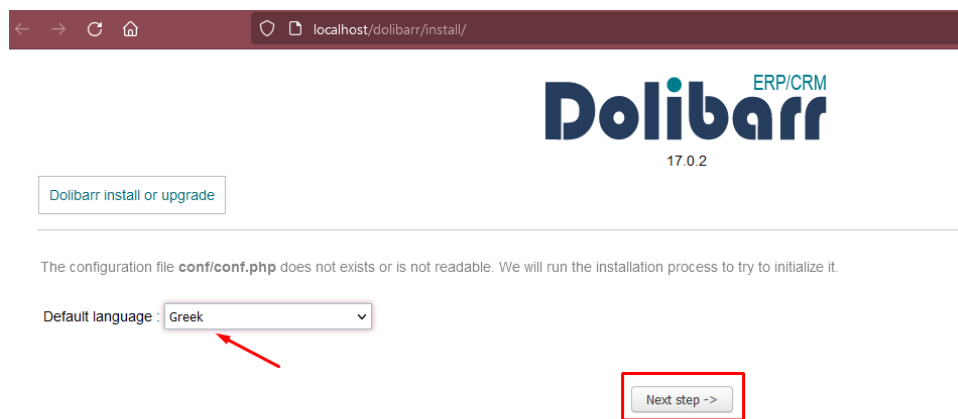
Εικόνα 19. Εγκατάσταση Dolibarr

Μόλις ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του Dolibarr στον υπολογιστή μας, ανοίγει σε παράθυρο του προεπιλεγμένου φυλλομετρητή μας η εφαρμογή για να επιλέξουμε μερικές παραμέτρους (Εικόνα 20). Επιλέγουμε τα ελληνικά (Εικόνα 21) και αφού ελέγξουμε τις απαιτήσεις “Εναρξη” (Εικόνα 22). Κατόπιν “Επόμενο Βήμα” τρεις φορές (Εικόνες 23,25,26) και έχουμε ολοκληρώσει τη δημιουργία λογαριασμού χρήσης του Dolibarr.

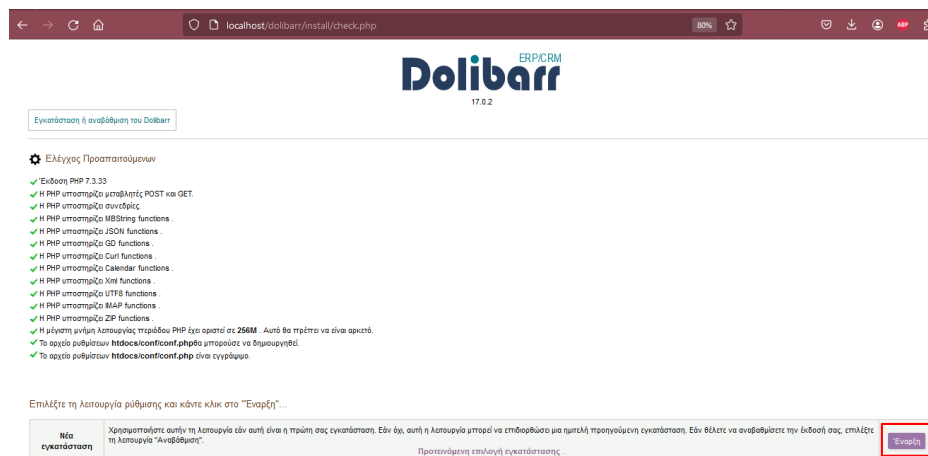


Εικόνα 20. Εγκατάσταση Dolibarr

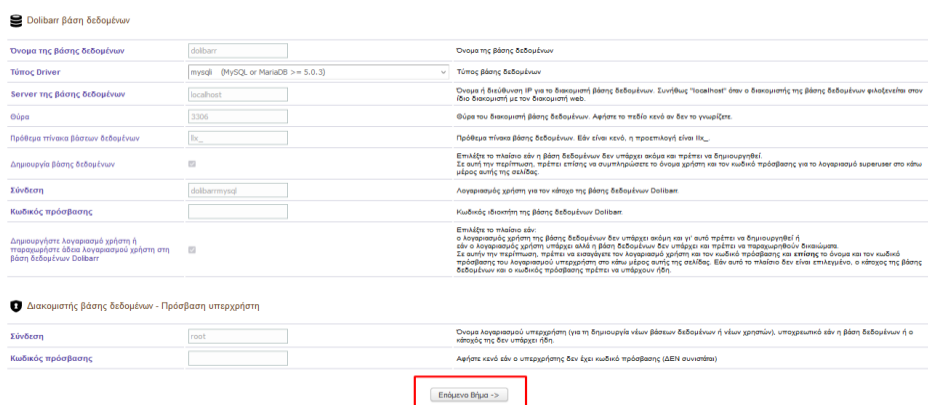
Διπλωματική Εργασία: Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων και Υλοποίηση Επιχειρησιακών Σεναρίων σε ERP Ανοικτού Κώδικα



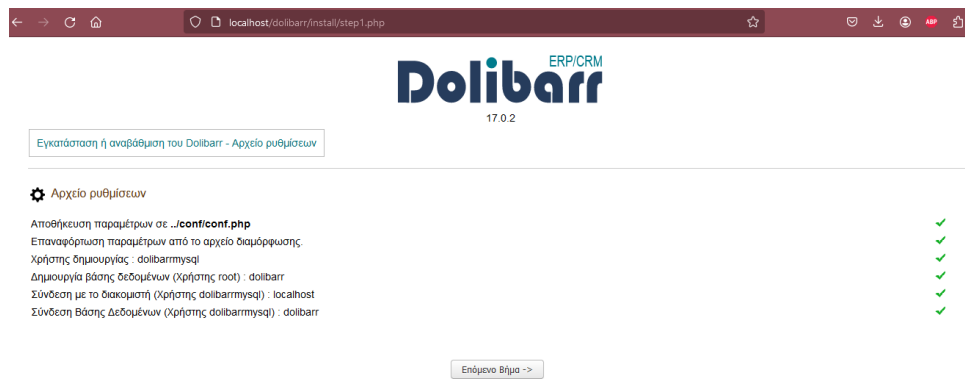
Εικόνα 21. Άνοιγμα εφαρμογής σε browser



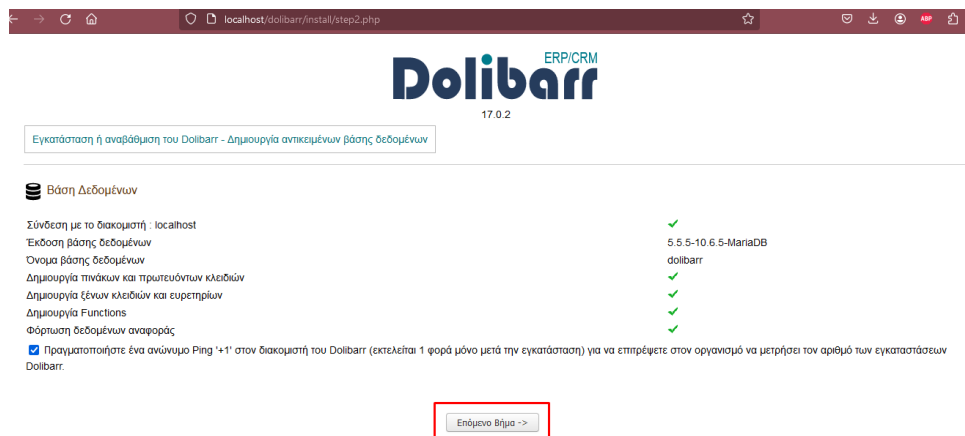
Εικόνα 22. Έλεγχος απαιτήσεων Dolibarr



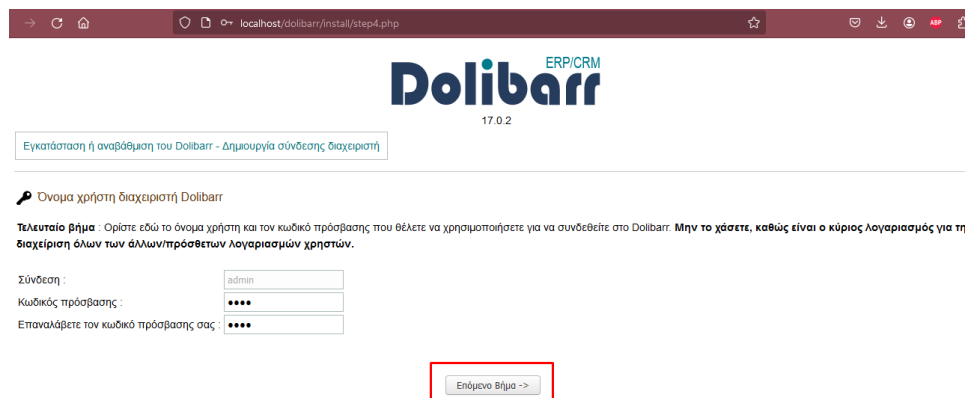
Εικόνα 23. Εγκατάσταση Dolibarr



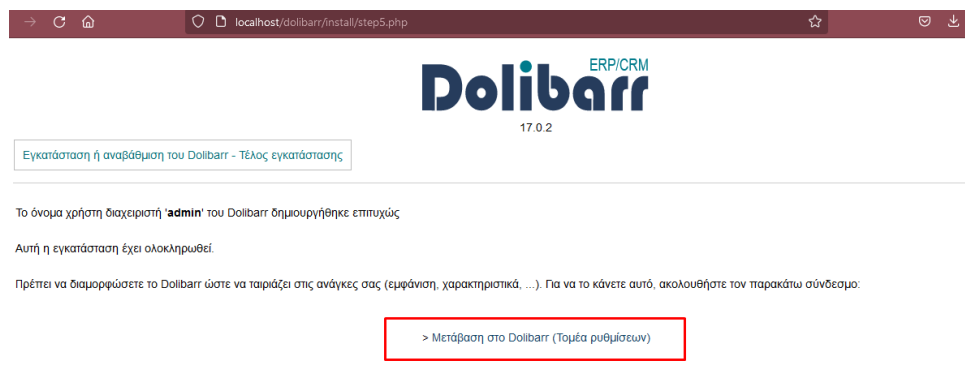
Εικόνα 24. Εγκατάσταση Dolibarr



Εικόνα 25. Ολοκλήρωση δημιουργίας βάσης δεδομένων

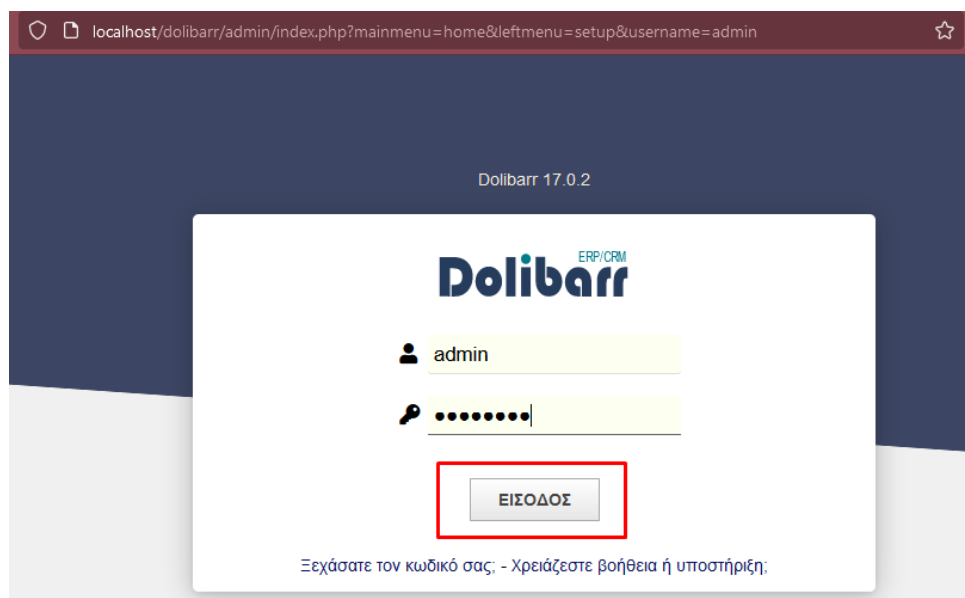


Εικόνα 26. Δημιουργία Λογαριασμού Χρήστη

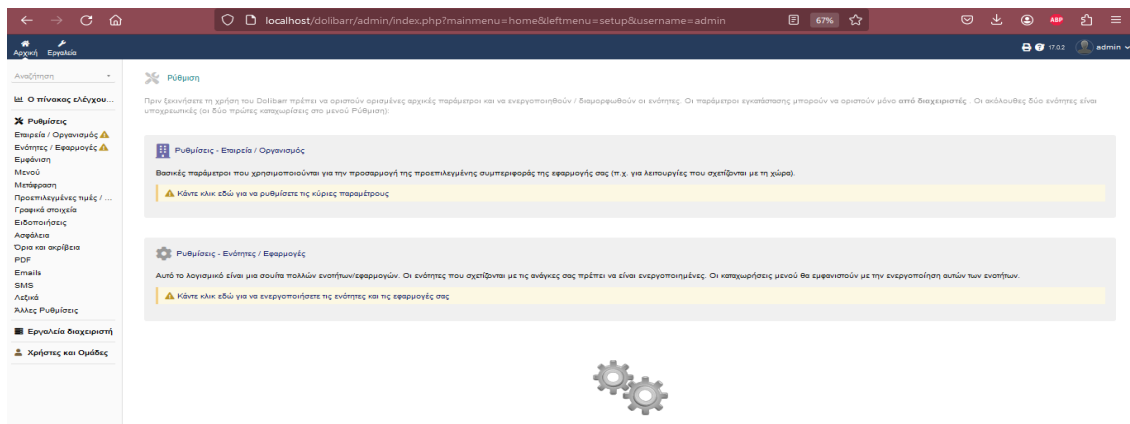


Εικόνα 27. Επιτυχία δημιουργίας λογαριασμού - Μετάβαση σε Dolibarr

Μεταφερόμαστε στο Dolibarr για να κάνουμε είσοδο χρήστη και να ξεκινήσουμε την παραμετροποίηση.



Εικόνα 28. Είσοδος χρήστη



Εικόνα 29. Περιβάλλον χρήστη Dolibarr

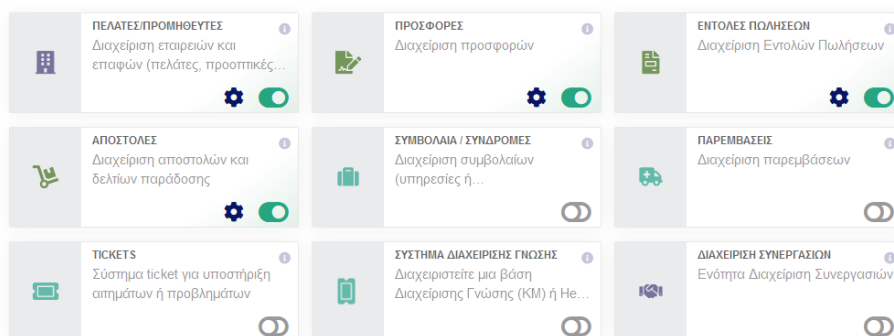
6.2. Παραμετροποίηση Dolibarr

Αφού ολοκληρώσαμε την εγκατάσταση του Dolibarr και συνδεθήκαμε στο λογαριασμό χρήστη, μας μένει να παραμετροποιήσουμε το σύστημα για να μπορέσουμε να ξεκινήσουμε την υλοποίηση του επιχειρηματικού μας σεναρίου.

Επιλέγουμε **Ρυθμίσεις -> Ενότητες/Εφαρμογές** και μας παρουσιάζετε ένα παράθυρο που αναφέρει όλα τα υποσυστήματα με όλες τις εφαρμογές και εμείς μπορούμε να επιλέξουμε ποιες θέλουμε να έχουμε ενεργοποιημένες.

Στο υποσύστημα CRM ενεργοποιούμε τις λειτουργίες: Πελάτης/Προμηθευτής, Προσφορές, Εντολές Πωλήσεων, Αποστολές, Σύμβολα/Συνδρομές, Παρεμβάσεις, Σύστημα Διαχείρισης Γνώσης, Διαχείριση Συνεργασιών.

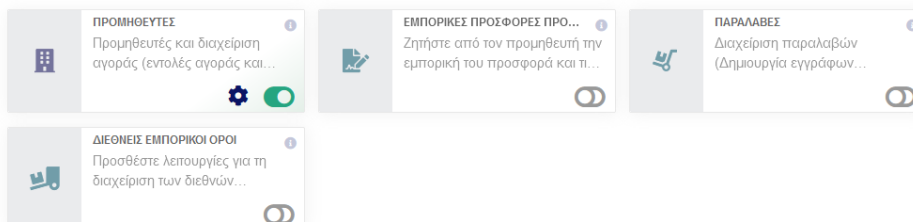
Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM)



Εικόνα 30. Λειτουργίες Υποσυστήματος CRM

Στο υποσύστημα VRM (Διαχείριση Σχέσεων Προμηθευτών) ενεργοποιούμε τις λειτουργίες: Προμηθευτές, Εμπορικές Προσφορές Προμηθευτών.

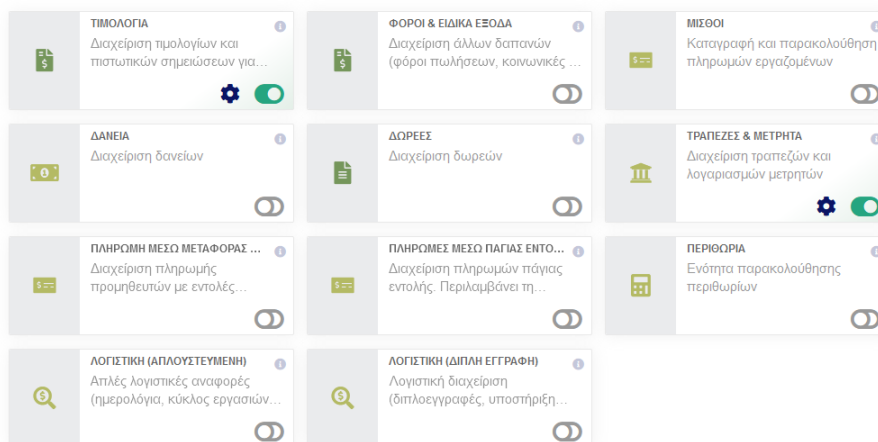
Διαχείριση σχέσεων προμηθευτών (VRM)



Εικόνα 31. Λειτουργίες Υποσυστήματος VRM

Στο υποσύστημα Οικονομικές Ενότητες (Λογιστική/Διαχείριση Διαθέσιμων) ενεργοποιούμε τις λειτουργίες: Τιμολόγια, Τράπεζες & Μετρητά

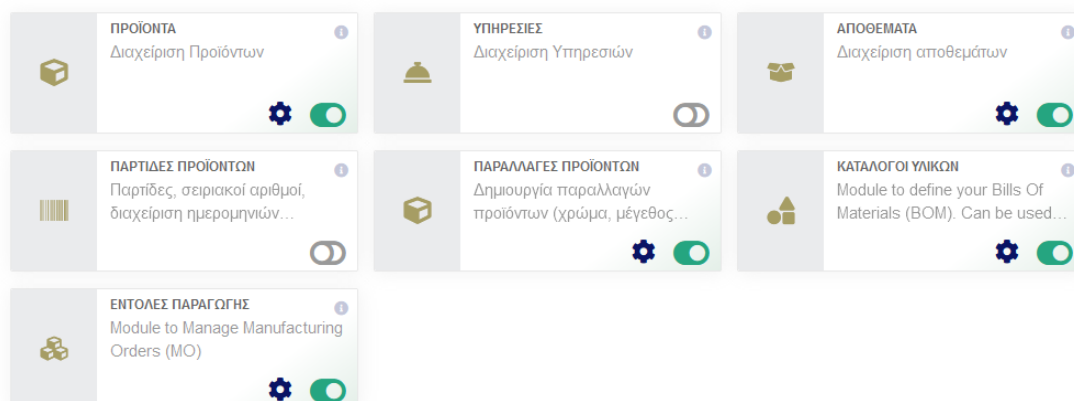
Οικονομικές Ενότητες (Λογιστική/Διαχείριση Διαθεσίμων)



Εικόνα 32. Λειτουργίες Υποσυστήματος Οικονομικών Ενότητων

Στο υποσύστημα PM (Διαχείριση Προϊόντων) ενεργοποιούμε τις λειτουργίες: Προϊόντα, Αποθέματα, Παραλλαγές Προϊόντων, Κατάλογος Υλικών, Εντολές Παραγωγής

Διαχείριση προϊόντων (PM)



Εικόνα 33. Λειτουργίες Υποσυστήματος PM (διαχείριση προϊόντων)

7

Υλοποίηση Επιχειρησιακού Σεναρίου στο Dolibarr

7.1. Περιγραφή Επιχειρησιακού Σεναρίου

Αφού παρουσιάσαμε το Dolibarr το εγκαταστήσαμε και το παραμετροποιήσαμε επιτυχώς, τώρα θα ασχοληθούμε με ένα επιχειρησιακό σενάριο για να αναδείξουμε την εφαρμογή και τη χρησιμότητά της.

Αρχικά, θα δημιουργήσουμε την εταιρεία μας που είναι η Home Furniture με έδρα τη Θεσσαλονίκη και εμπορεύεται έπιπλα σπιτιού και γραφείου, αλλά και μεμονωμένα κομμάτια ξύλων για κατασκευές επίπλων. Η Home Furniture πουλάει τόσο έτοιμες κατασκευές επίπλων αλλά και πρώτες ύλες σε άλλους κατασκευαστές επίπλων. Έχουμε 2 αποθήκες την MaterialWarehouse στην οποία στεγάζονται όλες οι πρώτες ύλες και την FinalProductWarehouse στην οποία στεγάζονται όλα τα τελικά προϊόντα και κατασκευές. Όλα τα προϊόντα που λαμβάνουμε έρχονται στην MaterialWarehouse και αν γίνει κάποια παραγωγή επίπλου, τότε αυτό οδηγείται στην FinalProductWarehouse. Σε περίπτωση πώλησης κάποιας πρώτης ύλης, τότε αυτή θα αποσταλεί απευθείας από την MaterialWarehouse. Μαθαίνουμε από διαδικτυακές διαφημίσεις ότι άνοιξε μία καινούρια εταιρεία, η e-desk, η οποία θα κάνει ξύλινες κατασκευές. Αναθέτουμε στον εργαζόμενο μας Ιωάννου Φώτη τη νέα αυτή προοπτική πελάτη κι αυτός με τη σειρά του προσπαθεί να κερδίσει την ευκαιρία και να αποκτήσουμε έναν νέο πελάτη. Δημιουργεί μία προσφορά με:

- 20 τεμάχια Ξύλο Μασίφ με τιμή 50€ ανά τεμάχιο (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24%)
- 20 τεμάχια Ξύλο Ακακίας με τιμή 35€ ανά τεμάχιο (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24%) αλλά με έκπτωση 40%
- 15 ημέρες διάρκεια ισχύος της προσφοράς
- 10 ημέρες περιθώριο αποπληρωμής μετά την ολοκλήρωση

Την στέλνει μέσω email στην εταιρεία e-desk και κατόπιν λίγων ωρών έρχεται σε επαφή τηλεφωνικά, γνωρίζει τον υπεύθυνο αγορών Καρρά Αλέξανδρο και έρχεται σε τελική συμφωνία. Ο Φώτης καταγράφει στις σημειώσεις του δυνητικού πελάτη την επικοινωνία που είχε μέσω email και τηλεφώνου και στη συνέχεια αποδέχεται την προσφορά στο Dolibarr για την συγκεκριμένη προοπτική. Κατόπιν την μετατρέπει σε παραγγελία και θέλει να προχωρήσει σε όσο πιο γρήγορη αποστολή των προϊόντων γίνεται. Όταν πάει να ελέγξει τα αποθέματα της

εταιρείας μας όμως, παρατηρεί ότι αυτά δεν αρκούν για την αποστολή που θέλει να κάνει. Έτσι, έρχεται σε επαφή με την εταιρεία Wood Factory και τον υπεύθυνο Ωραιόπουλο Νίκο, για να μας προμηθεύσουν με 20 τεμάχια ξύλου Μασίφ, και 20 τεμάχια Ξύλου Ακακίας στη συμφωνημένη τιμή που έχουμε (20€ και 15€ αντίστοιχα, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ). Λαμβάνουμε τα προϊόντα και το τιμολόγιο αγοράς το οποίο εξοφλούμαι άμεσα και ο Φώτης προχωράει με την αποστολή της παραγγελίας και εκδίδει το τιμολόγιο πώλησης. Η e-desk παραλαμβάνει τα προϊόντα και μας αποπληρώνει το τιμολόγιο μερικές μέρες αργότερα. Για την επιβεβαίωση της πληρωμής θα ελέγξουμε τον τραπεζικό μας λογαριασμό. Μερικές μέρες αφού έχει ολοκληρωθεί όλη η διαδικασία, ο υπεύθυνος αντιπρόσωπος πωλήσεων που έχουμε ορίσει, στέλνει ένα ευχαριστήριο email στην e-desk για την προτίμησή τους σε εμάς.

Για να επιτευχθεί η υλοποίηση του σεναρίου μας θα το χωρίσουμε σε 2 φάσεις. Στην πρώτη φάση θα ασχοληθούμε με της πληροφορίες της εταιρείας και των συνεργατών της, δηλαδή:

- Βασικές πληροφορίες εταιρείας
- Δημιουργία αποθηκών
- Δημιουργία Τραπεζικών Λογαριασμών
- Δημιουργία Πελατών
- Δημιουργία Προμηθευτών
- Δημιουργία Προϊόντων προς Πώληση
- Ανάθεση προοπτικής σε πωλητή

Έπειτα θα προχωρήσουμε στην δεύτερη φάση του σεναρίου μας που θα ασχοληθούμε με τα διαδικαστικά του σεναρίου μας, δηλαδή:

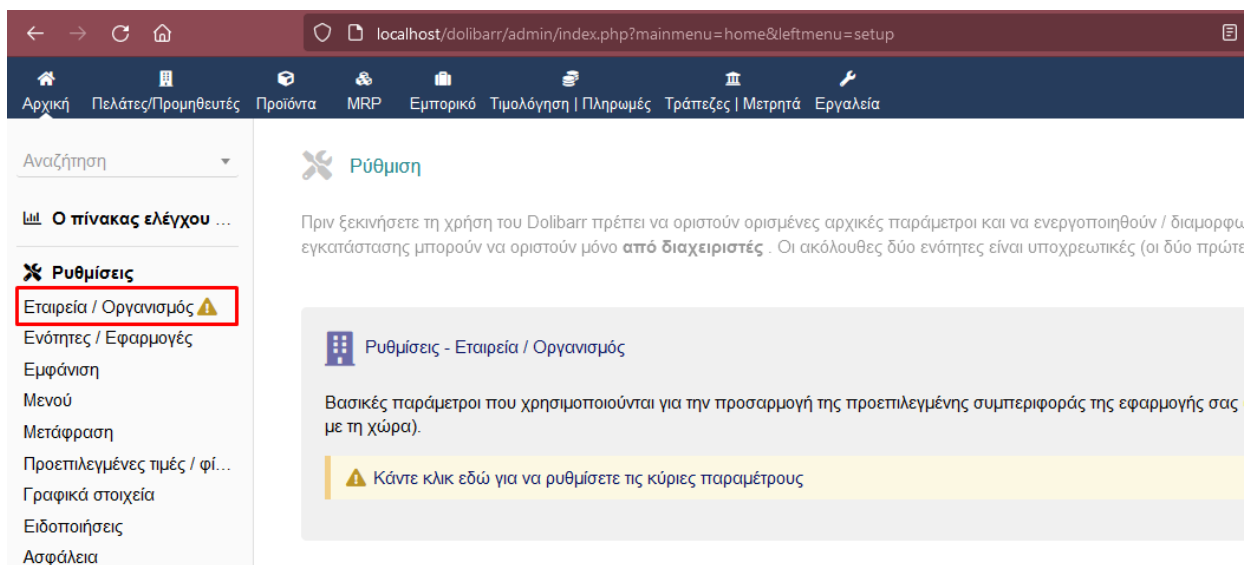
- Δημιουργία Προσφοράς
- Αποστολή προσφοράς με email σε προοπτική/πελάτη
- Καταγραφή σημειώσεων σε μία επαφή
- Αποδοχή Προσφοράς
- Μετατροπή Προσφοράς σε Παραγγελία
- Έλεγχος κι αναπλήρωση αποθεμάτων για αποστολή παραγγελίας
- Δημιουργία κι Αποπληρωμή Τιμολογίου Αγοράς
- Αποστολή Παραγγελίας Πώλησης
- Έκδοση και Πληρωμή Τιμολογίου
- Αποστολή e-mail στον Πελάτη μετά την ολοκλήρωση της αγοράς

7.2. Υλοποίηση Πρώτης Φάσης

Αρχικά θα πρέπει να καταχωρήσουμε κάποιες βασικές πληροφορίες στο σύστημά μας για να μπορέσουμε να ξεκινήσουμε την υλοποίηση του σεναρίου.

7.2.1. Εισαγωγή Πληροφοριών Εταιρείας

Επιλέγουμε από την κατηγορία των ρυθμίσεων την επιλογή “Εταιρεία / Οργανισμός” (Εικόνα 34) όπως φαίνεται παρακάτω και συμπληρώνουμε (Εικόνα 35) και αποθηκεύουμε τις βασικές πληροφορίες της εταιρείας μας (Εικόνα 36).



Εικόνα 34. Αλλαγή ρυθμίσεων εταιρείας

The screenshot shows the 'Εταιρεία / Οργανισμός' (Company / Organization) settings form in Dolibarr. The form is titled 'Εταιρεία / Οργανισμός' and includes a 'Τιμή' (Value) column. The form fields are as follows:

Εταιρεία / Οργανισμός	Τιμή
Όνομα	Home Furniture
Διεύθυνση	Μοναστηρίου 120
T.K.	10440
Πόλη	Θεσσαλονίκη
Χώρα	Ελλάδα (GR)
Νομός/Δήμος	07 - Θεσσαλονίκη
Βασικό Νόμισμα	Ευρώ (€)
Τηλέφωνο	2310100200
Φαξ	
E-Mail	homefurniture@otenet.gr

Εικόνα 35. Συμπλήρωση στοιχείων εταιρείας

← → ↻ 🏠 localhost/dolibarr/admin/company.php

Αρχική Πελάτες/Προμηθευτές Προϊόντα MRP Εμπορικό Τιμολόγηση Πληρωμές Τράπεζες Μετρητά Εργασία 17.0.2 admin

☐ Ο φόρος επί των πωλήσεων δεν χρησιμοποιείται Από προεπιλογή, ο προτεινόμενος φόρος επί των πωλήσεων είναι 0, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για περιπτώσεις όπως ενώσεις, ιδιώτες ή μικρές εταιρείες.

Δεύτερο είδος φόρου Περιγραφή
Σύμφωνα με τη ρύθμιση των φόρων (Βλέπε Ρυθμίσεις - Dictionaries - Ποσοστά ΦΠΑ ή φόρου επί των πωλήσεων), η χώρα σας δεν χρειάζεται να χρησιμοποιεί τέτοιου είδους φόρους

Τρίτος τύπος φόρου Περιγραφή
Σύμφωνα με τη ρύθμιση των φόρων (Βλέπε Ρυθμίσεις - Dictionaries - Ποσοστά ΦΠΑ ή φόρου επί των πωλήσεων), η χώρα σας δεν χρειάζεται να χρησιμοποιεί τέτοιου είδους φόρους

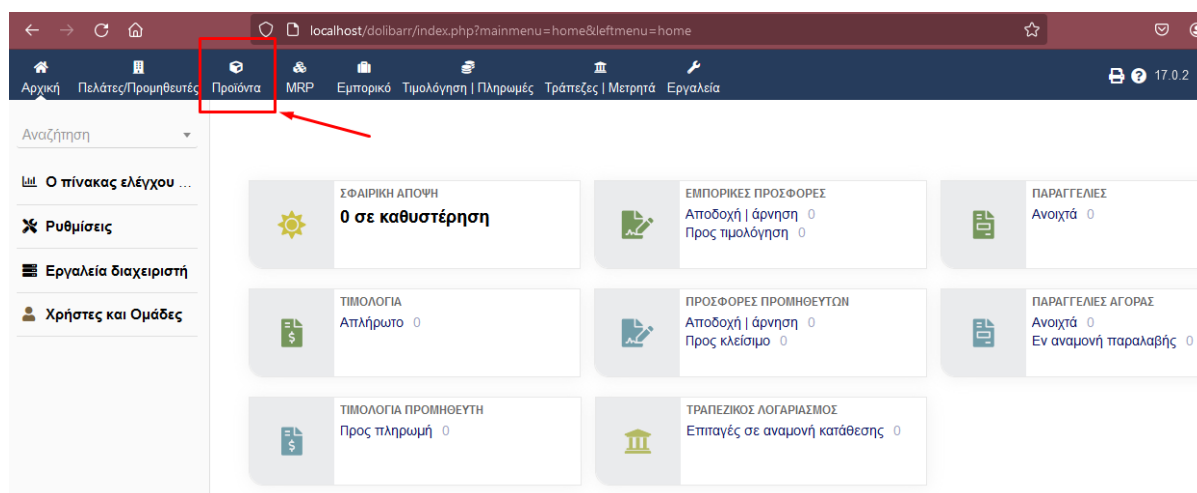
Φορολογικό χαρτόσημο Περιγραφή
Σύμφωνα με τη ρύθμιση των φόρων (Βλέπε Ρυθμίσεις - Dictionaries - Ποσά των φορολογικών χαρτόσημων), η χώρα σας δεν χρειάζεται να χρησιμοποιεί τέτοιου είδους φόρους

ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ

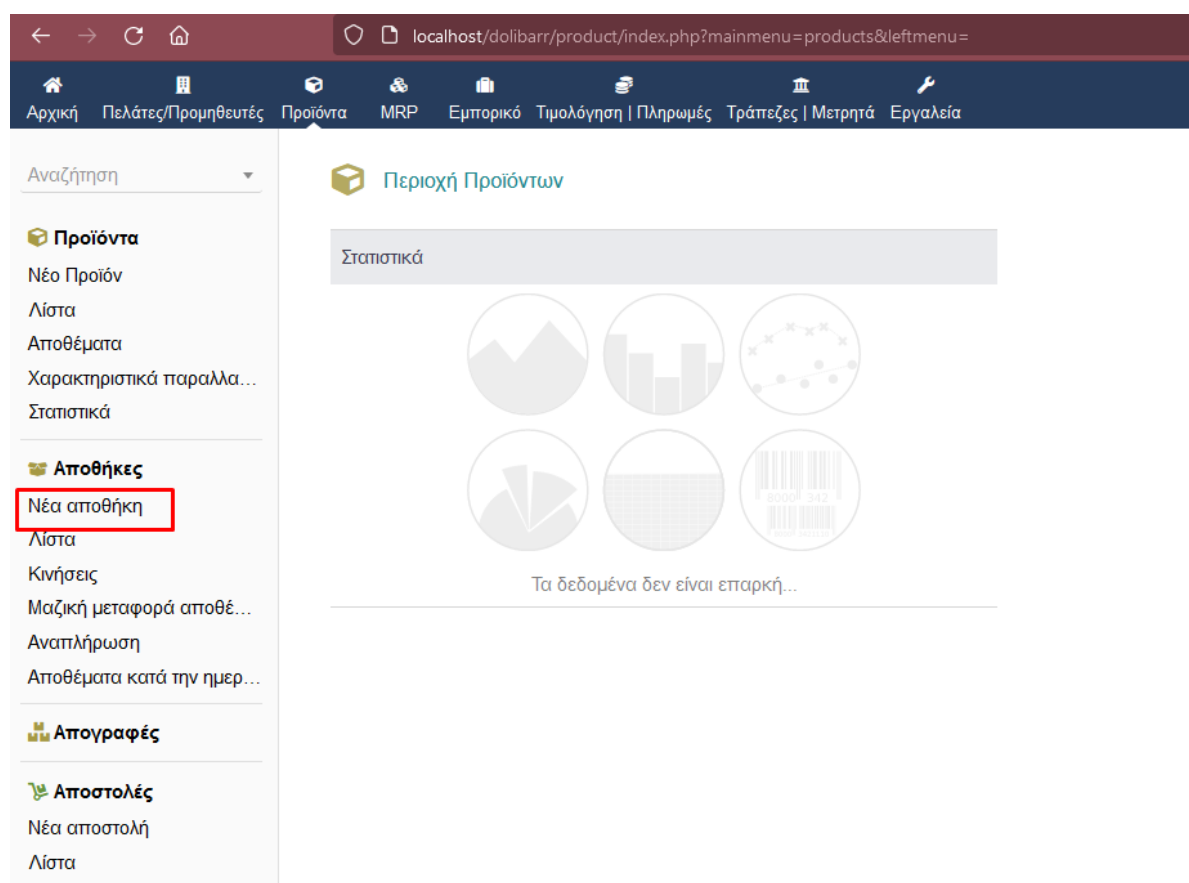
Εικόνα 36. Αποθήκευση στοιχείων εταιρείας

7.2.2. Δημιουργία Αποθηκών

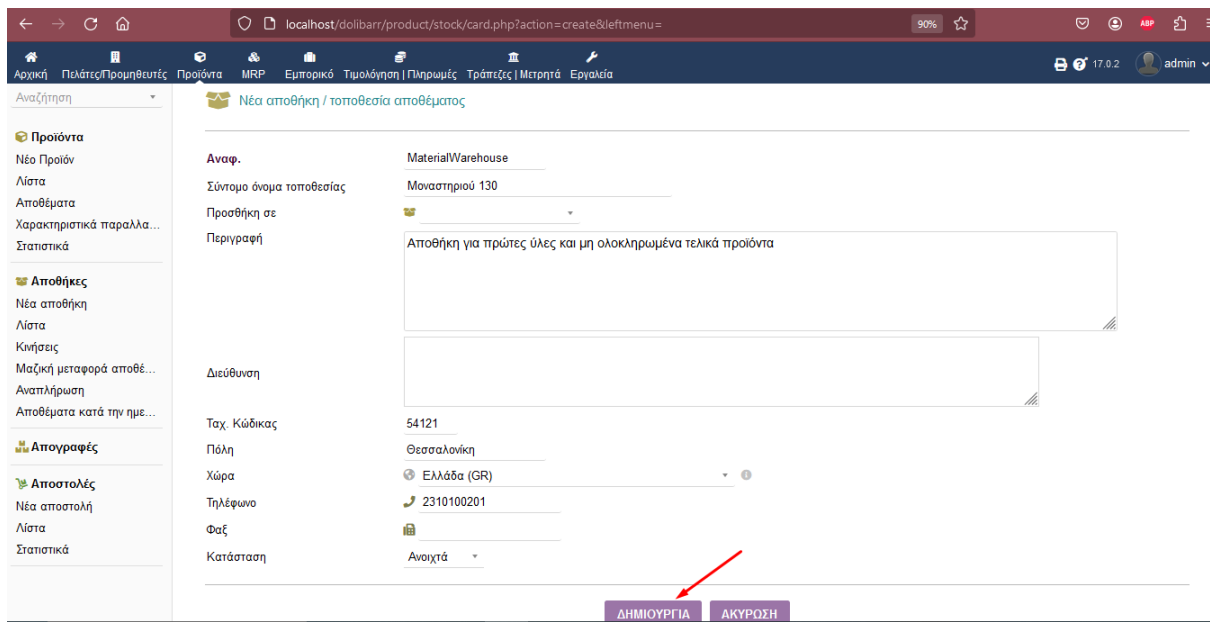
Στη συνέχεια θα δημιουργήσουμε τις αποθήκες της εταιρείας που θα είναι δύο. Μία θα είναι για την αποθήκευση πρώτων υλών και μία θα είναι για την αποθήκευση τελικών προϊόντων. Επιλέγουμε από το μενού πλοήγησης την ενότητα “Προϊόντα” (Εικόνα 37) και από εκεί τις αποθήκες (Εικόνα 38). Στη συνέχεια δημιουργούμε την κάθε αποθήκη δίνοντας τα απαραίτητα χαρακτηριστικά που θέλουμε (Εικόνες 39,40).



Εικόνα 37. Επιλογή Καρτέλας Προϊόντων

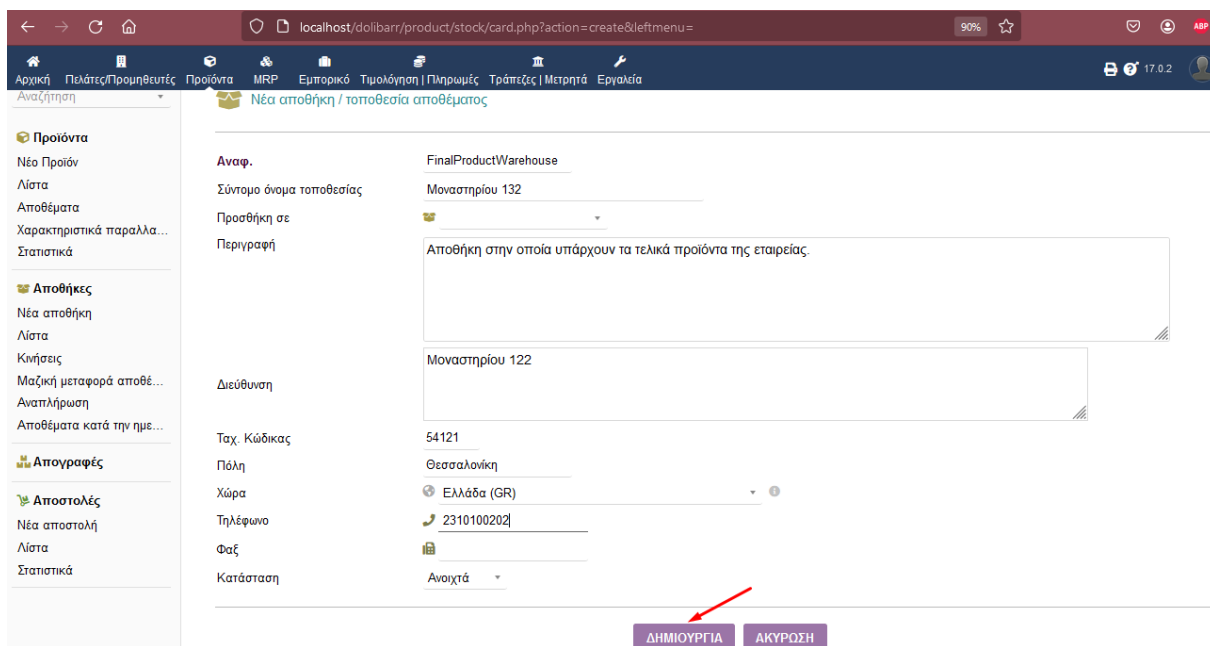


Εικόνα 38. Επιλογή Δημιουργίας Νέας Αποθήκης



The screenshot shows the Dolibarr web interface for creating a new warehouse. The browser address bar shows the URL: localhost/dolibarr/product/stock/card.php?action=create&leftmenu=. The left sidebar contains a menu with categories: Προϊόντα, Αποθήκες, Απογραφές, and Αποστολές. The main form is titled 'Νέα αποθήκη / τοποθεσία αποθέματος'. It contains the following fields: Αναφ. (MaterialWarehouse), Σύνομο όνομα τοποθεσίας (Μοναστηρίου 130), Προσθήκη σε (empty), Περιγραφή (Αποθήκη για πρώτες ύλες και μη ολοκληρωμένα τελικά προϊόντα), Διεύθυνση (empty), Ταχ. Κώδικας (54121), Πόλη (Θεσσαλονίκη), Χώρα (Ελλάδα (GR)), Τηλέφωνο (2310100201), Φαξ (empty), and Κατάσταση (Ανοιχτά). At the bottom right, there are two buttons: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ and ΑΚΥΡΟΣΗ. A red arrow points to the ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ button.

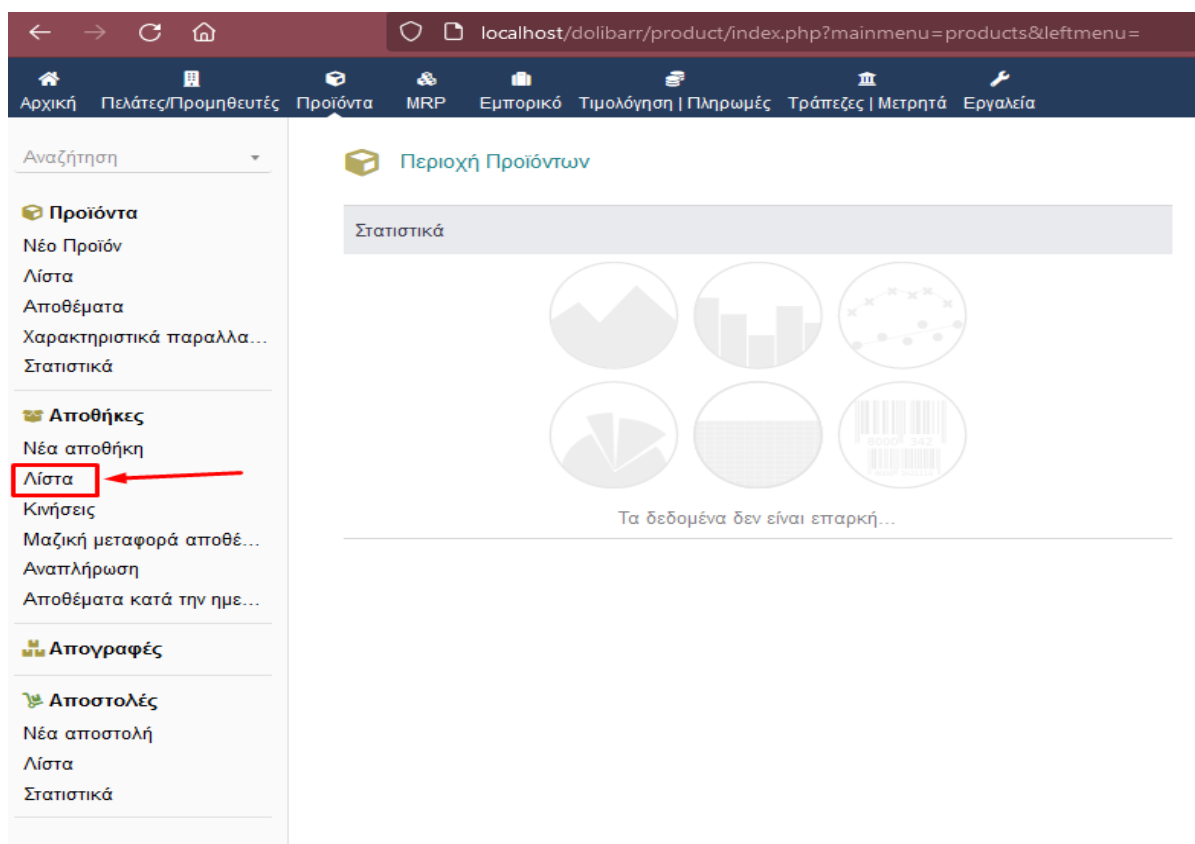
Εικόνα 39. Δημιουργία Αποθήκης MaterialWarehouse



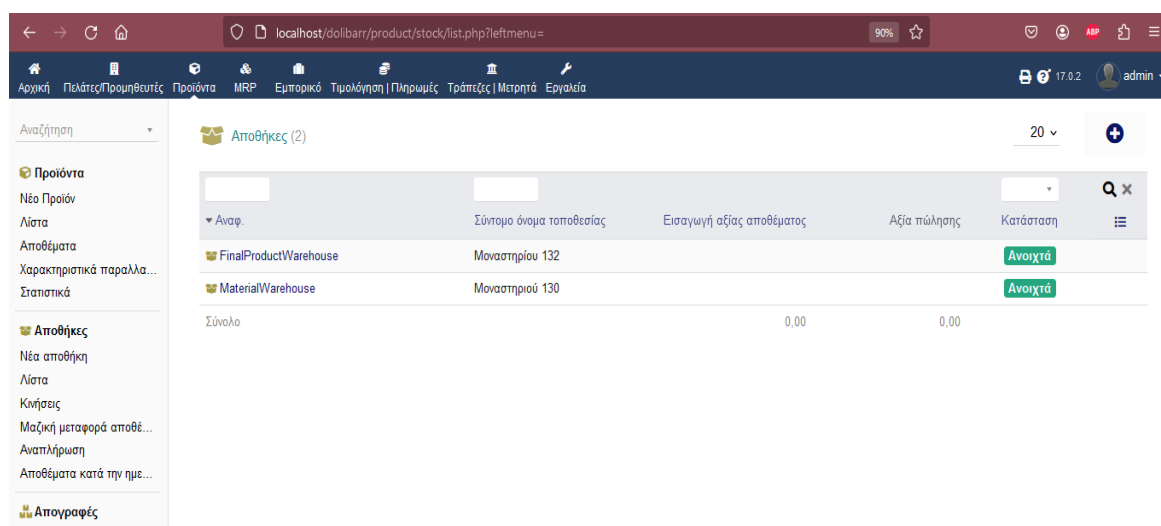
The screenshot shows the Dolibarr web interface for creating a new warehouse. The browser address bar shows the URL: localhost/dolibarr/product/stock/card.php?action=create&leftmenu=. The left sidebar contains a menu with categories: Προϊόντα, Αποθήκες, Απογραφές, and Αποστολές. The main form is titled 'Νέα αποθήκη / τοποθεσία αποθέματος'. It contains the following fields: Αναφ. (FinalProductWarehouse), Σύνομο όνομα τοποθεσίας (Μοναστηρίου 132), Προσθήκη σε (empty), Περιγραφή (Αποθήκη στην οποία υπάρχουν τα τελικά προϊόντα της εταιρείας), Διεύθυνση (Μοναστηρίου 122), Ταχ. Κώδικας (54121), Πόλη (Θεσσαλονίκη), Χώρα (Ελλάδα (GR)), Τηλέφωνο (2310100202), Φαξ (empty), and Κατάσταση (Ανοιχτά). At the bottom right, there are two buttons: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ and ΑΚΥΡΟΣΗ. A red arrow points to the ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ button.

Εικόνα 40. Δημιουργία Αποθήκης FinalProductWarehouse

Αφού πλέον δημιουργήσαμε τις αποθήκες μας, μπορούμε εύκολα από τις λειτουργίες του Dolibarr να τις δούμε σε μία λίστα (Εικόνες 41,42), τα στοιχεία τους (Εικόνα 43), τις τελευταίες κινήσεις, να κάνουμε μαζική μεταφορά αποθέματος, να αναπληρώσουμε προϊόντα που έχουμε σε έλλειμμα αλλά και να ελέγξουμε την ποσότητα που είχαμε στο κάθε προϊόν/υλικό σε κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία.



Εικόνα 41. Επιλογή Προβολής Λίστας



Εικόνα 42. Εμφάνιση Λίστας

Αποθήκη

Μετακινήσεις αποθεμάτων

Ιστορικό



MaterialWarehouse
Σύντομο όνομα τοποθεσίας : Μοναστηριού 130
Μοναστηριού 130, 54121 Θεσσαλονίκη, Ελλάδα
2310100201

Επιστροφή στη λίστα < >

Ανοιχτά

Περιγραφή	Αποθήκη για πρώτες ύλες και μη ολοκληρωμένα τελικά προϊόντα	Εισαγωγή αξίας αποθέματος	0,00 €
Αριθμός μοναδικών προϊόντων	0	Τελευταία κίνηση	Κανένα
Συνολικός αριθμός προϊόντων	0		

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ

ΔΙΑΓΡΑΦΗ

▲ Προϊόν	Ετικέτα	Αριθμός μονάδων	Μέση σταθμική τιμή ⓘ	Εισαγωγή αξίας αποθέματος	Τιμή μονάδας πώλησης	Αξία πώλησης
Σύνολο		0		0,00		0,00

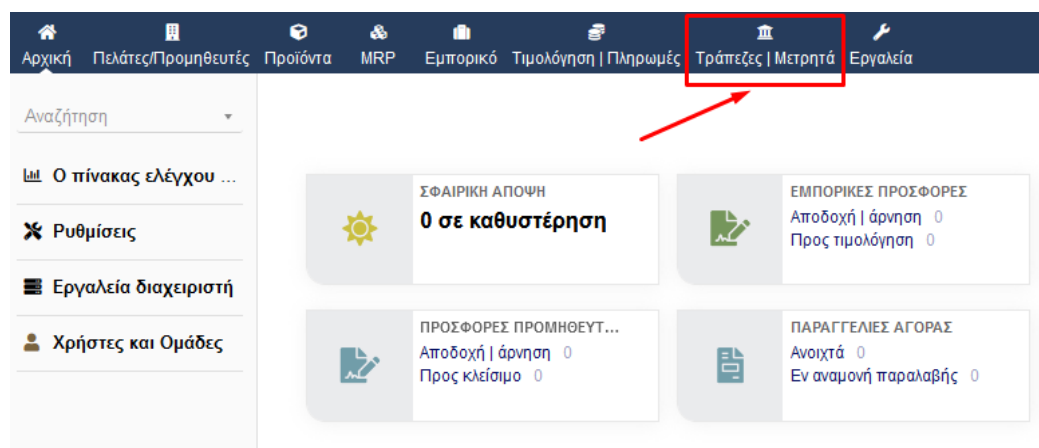
Συνδεδεμένα Αρχεία

Τελευταία 10 συνδεδεμένα συμβάντα

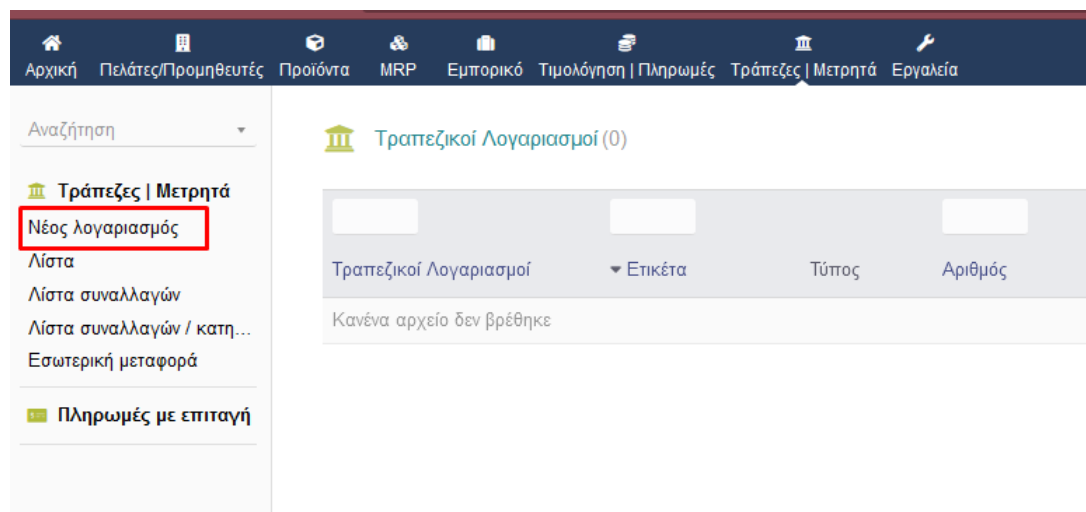
Εικόνα 43. Εμφάνιση αποθήκης

7.2.3. Δημιουργία Τραπεζικών Λογαριασμών

Στη συνέχεια θα προσθέσουμε έναν τραπεζικό λογαριασμό για να μπορούμε να κάνουμε οικονομικές συναλλαγές. Αρχικά, επιλέγουμε την ενότητα “Τράπεζες | Μετρητά” (Εικόνα 44) και στη συνέχεια πατώντας στη λειτουργία “Νέος Λογαριασμός” (Εικόνα 45) μας ανοίγει μία καρτέλα στην οποία μπορούμε να συμπληρώσουμε όποια χαρακτηριστικά θέλουμε για τον λογαριασμό (Εικόνα 46). Πατάμε “Δημιουργία Λογαριασμού” (Εικόνα 47) και έχουμε ολοκληρώσει επιτυχώς την ενέργεια. Στη συνέχεια από τη “Λίστα” (Εικόνα 48) μπορούμε να δούμε όλους τους λογαριασμούς (Εικόνα 49) μας και να “ανοίξουμε” κάποιον για να δούμε τα δεδομένα του (Εικόνα 50). Επιπλέον μπορούμε να δούμε την πλήρη λίστα συναλλαγών και συναλλαγών ανά κατηγορία αλλά και να κάνουμε κάποια εσωτερική μεταφορά χρηματικού ποσού.



Εικόνα 44. Επιλογή κατηγορίας “Τράπεζες | Μετρητά”



Εικόνα 45. Επιλογή δημιουργίας Νέου Λογαριασμού

localhost/dolibarr/compta/bank/card.php?action=create&leftmenu=

Αρχική Πελάτες/Προμηθευτές Προϊόντα MRP Εμπορικό Τιμολόγηση | Πληρωμές Τράπεζες | Μετρητά Εργαλεία

Αναζήτηση

Τράπεζες | Μετρητά

Νέος λογαριασμός

Λίστα

Λίστα συναλλαγών

Λίστα συναλλαγών / κατη...

Εσωτερική μεταφορά

Πληρωμές με επιταγή

Νέος λογαριασμός

Αναφ. Eurobank

Ετικέτα τράπεζας ή μετρητών Eurobank GR

Τύπος Λογαριασμού Λογαριασμός Όψεως ή πιστωτικής κάρ...

Νόμισμα Ευρώ (€)

Κατάσταση Ανοιχτός

Χώρα λογαριασμού Ελλάδα (GR)

Νομός/Δήμος 07 - Θεσσαλονίκη

Ιστοσελίδα

Σχόλιο

Αρχικό Υπόλοιπο 0

Ημερομηνία 19/07/2023

Ελάχιστο Επιτρεπτό Υπόλοιπο

Ελάχιστο Επιθυμητό Υπόλοιπο

Εικόνα 46. Συμπλήρωση στοιχείων τραπεζικού λογαριασμού

IBAN Αριθμού λογαριασμού

Κωδικός BIC / SWIFT

Διεύθυνση τράπεζας

Ιδιοκτήτης Λογαριασμού

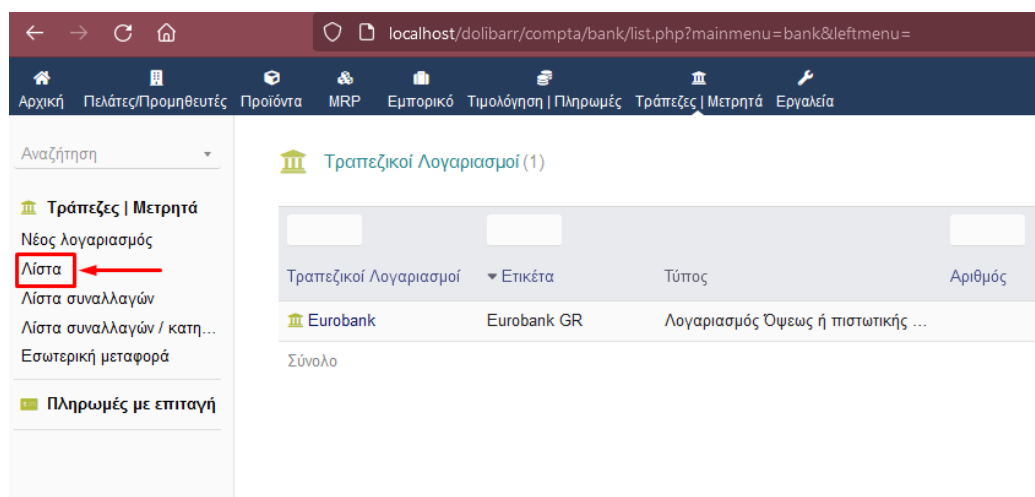
Διεύθυνση Ιδιοκτήτη λογαριασμού

Λογιστικός λογαριασμός

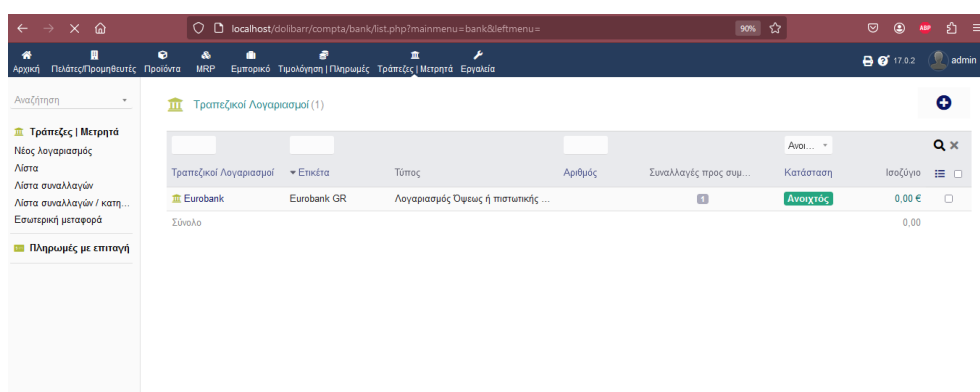
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 47. Δημιουργία Λογαριασμού



Εικόνα 48. Επιλογή Λίστας για εμφάνιση



Εικόνα 49. Εμφάνιση Λίστας Λογαριασμών

Συνδεδεμένα Αρχεία

**Eurobank**
Eurobank GR
📍 Ελλάδα - Θεσσαλονίκη

Επιστροφή στη λίστα < >
Ανοιχτός

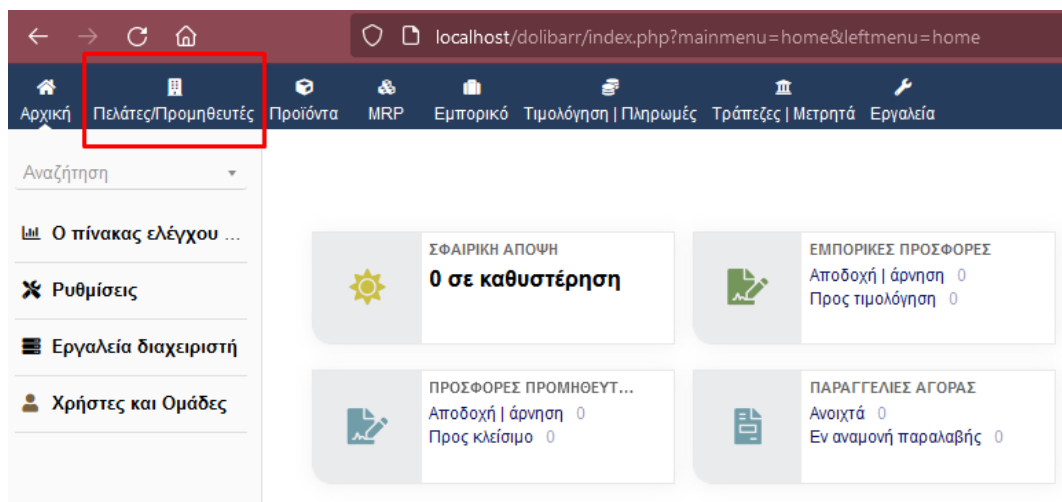
Τύπος Λογαριασμού	Λογαριασμός Όψεως ή πιστωτικής κάρτας	Σχόλιο
Νόμισμα	Ευρώ	Όνομα Τράπεζας Eurobank GR
Μπορεί να συμφωνηθεί	Ναι	Κωδικός τράπεζας
Ελάχιστο Επιτρεπτό Υπόλοιπο		Αριθμός Λογαριασμού
Ελάχιστο Επιθυμητό Υπόλοιπο		IBAN Αριθμού λογαριασμού
Λογιστικός λογαριασμός		Κωδικός BIC / SWIFT
		Διεύθυνση τράπεζας
		Ιδιοκτήτης Λογαριασμού
		Διεύθυνση Ιδιοκτήτη λογαριασμού

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ **ΔΙΑΓΡΑΦΗ**

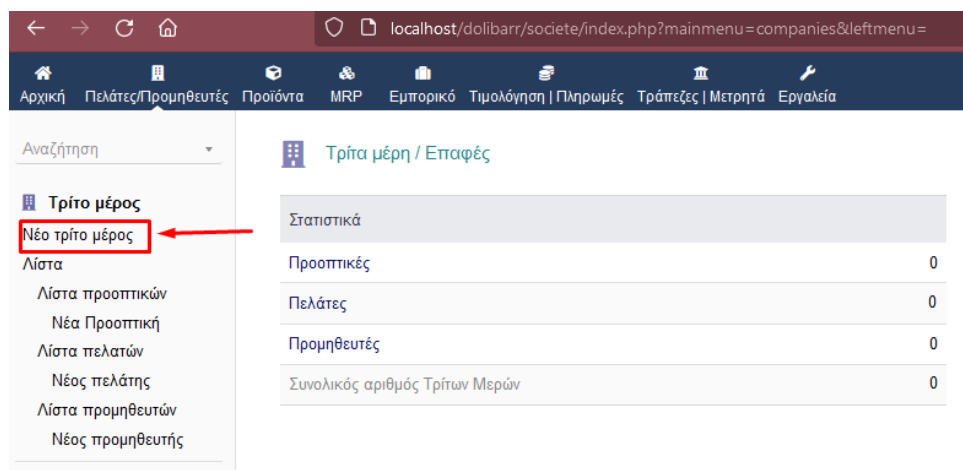
Εικόνα 50. Εμφάνιση Λογαριασμού

7.2.4. Δημιουργία Πελατών

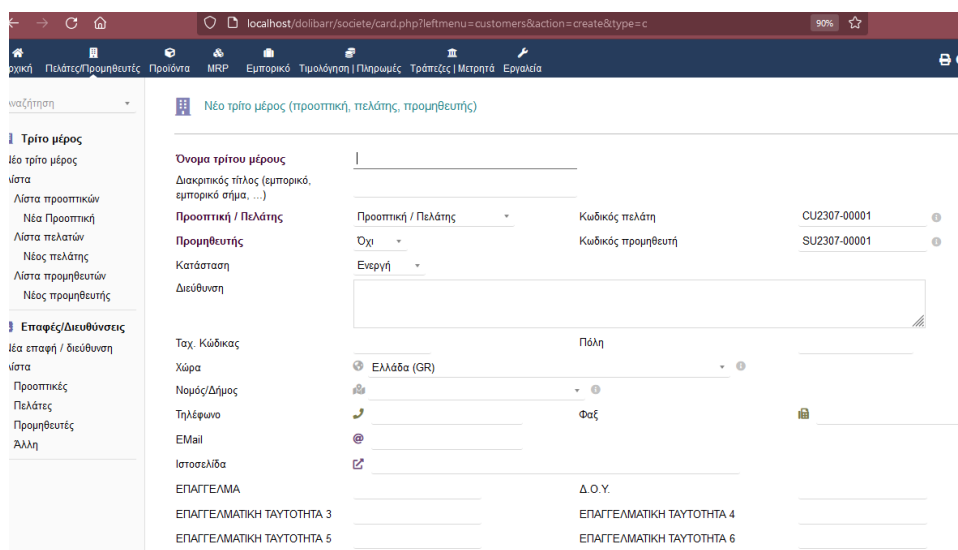
Στη συνέχεια θα δημιουργήσουμε μερικούς πελάτες για να μπορέσουμε να δείξουμε τις λειτουργίες του CRM. Αρχικά θα επιλέξουμε από το μενού πλοήγησης την επιλογή “Πελάτες/Προμηθευτές” (Εικόνα 51) και στη συνέχεια την επιλογή “Νέο Τρίτο Μέρος” (Εικόνα 52). Μας ανοίγει μία καρτέλα (Εικόνα 53) που συμπληρώνουμε τα χαρακτηριστικά που θέλουμε για τον κάθε πελάτη ή προμηθευτή (Εικόνα 54) και να τους αποθηκεύσουμε στο σύστημα (Εικόνα 55). Ακόμη μπορούμε να προσθέσουμε νέα προοπτική ή να δούμε τη λίστα με αυτές (Εικόνα 56), νέο πελάτη ή να δούμε τη λίστα τους (Εικόνα 57) και νέο προμηθευτή ή να δούμε τη λίστα τους (Εικόνα 58).



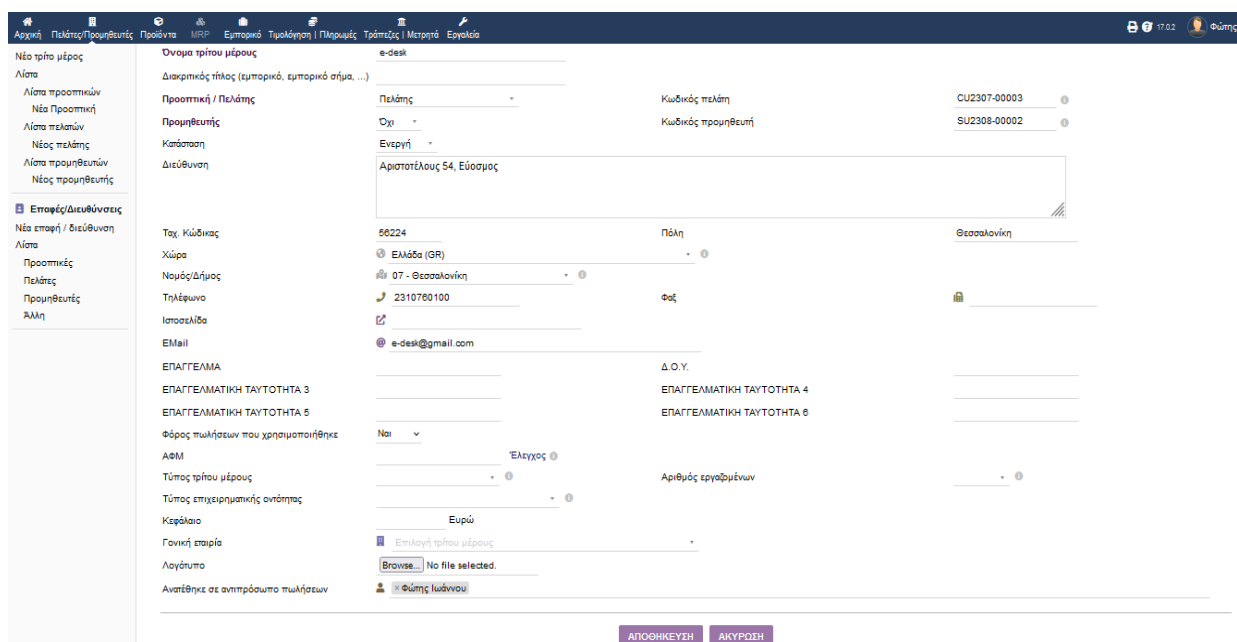
Εικόνα 51. Επιλογή “Πελάτες/Προμηθευτές”



Εικόνα 52. Επιλογή “Νέο Τρίτο Μέρος”



Εικόνα 53. Εμφάνιση πεδίων για εισαγωγή Νέου Μέρους



Εικόνα 54. Συμπλήρωση δεδομένων πελάτη e-desk

Αναζήτηση

Τρίτο μέρος

Νέο τρίτο μέρος

Λίστα

Λίστα προοπτικών

Νέα Προοπτική

Λίστα πελατών

Νέος πελάτης

Λίστα προμηθευτών

Νέος προμηθευτής

Επαφές/Διευθύνσεις

Νέα επαφή / διεύθυνση

Λίστα

Προοπτικές

Πελάτες

Προμηθευτές

Άλλη

Όνομα τρίτου μέρους

Παπαδόπουλος Ιωάννης

Διακριτικός τίτλος (εμπορικό, εμπορικό σήμα, ...)

Προοπτική / Πελάτης

Προμηθευτής

Κατάσταση

Διεύθυνση

Ταχ. Κώδικας

Χώρα

Νομός/Δήμος

Τηλέφωνο

E-Mail

Ιστοσελίδα

ΕΠΙΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 3

ΕΠΙΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 5

Πελάτης

Όχι

Ενεργή

Κωδικός πελάτη

CU2307-00001

Κωδικός προμηθευτή

SU2307-00001

Πόλη

Θεσσαλονίκη

07 - Θεσσαλονίκη

2310760760

paradopoulos@gmail.com

ακήτης εταιρείας επίπλων

Δ.Ο.Υ.

ΕΠΙΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 4

ΕΠΙΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 6

Ανατέθηκε σε αντιπρόσωπο πωλήσεων

Λογότυπο

Browse...

No file selected.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΡΙΤΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 55. Επιλογή “Δημιουργία Τρίτου Μέρους” για καταχώρηση πελάτη

Αναζήτηση

Τρίτο μέρος

Νέο τρίτο μέρος

Λίστα

Λίστα προοπτικών

Νέα Προοπτική

Λίστα πελατών

Νέος πελάτης

Λίστα προμηθευτών

Νέος προμηθευτής

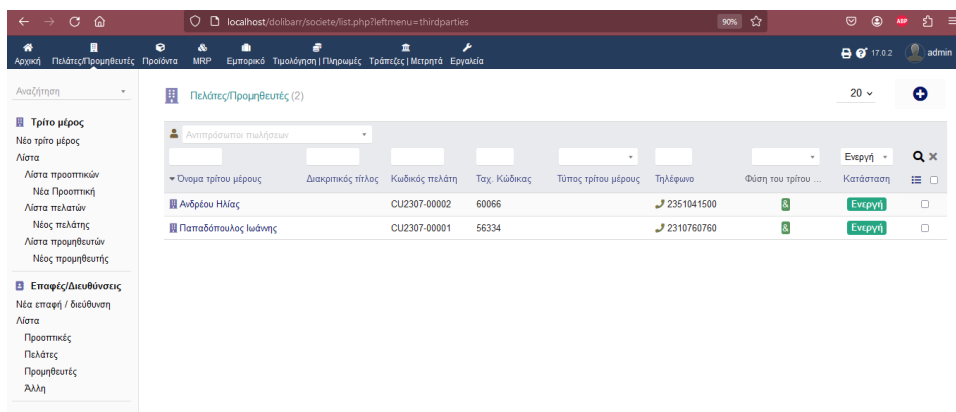
Τρίτα μέρη / Επαφές

Στατιστικά

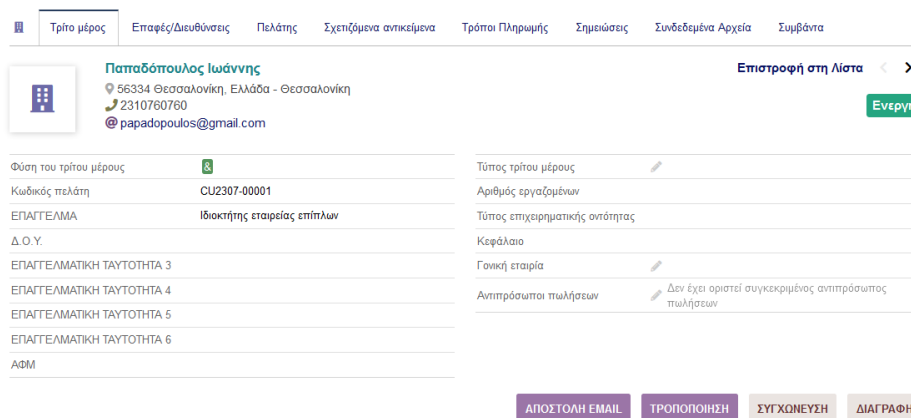
Προοπτικές	0
Πελάτες	1
Προμηθευτές	0
Συνολικός αριθμός Τρίτων Μερών	1

Εικόνα 56. Επιλογή “Λίστα” για εμφάνιση καταχωρήσεων

Στη συνέχεια δημιουργούμε κι άλλους πελάτες της εταιρείας για να γεμίσουμε τη βάση μας. Ο e-desk αποτελεί prospect δηλαδή έναν δυνητικό πελάτη, μία ευκαιρία.

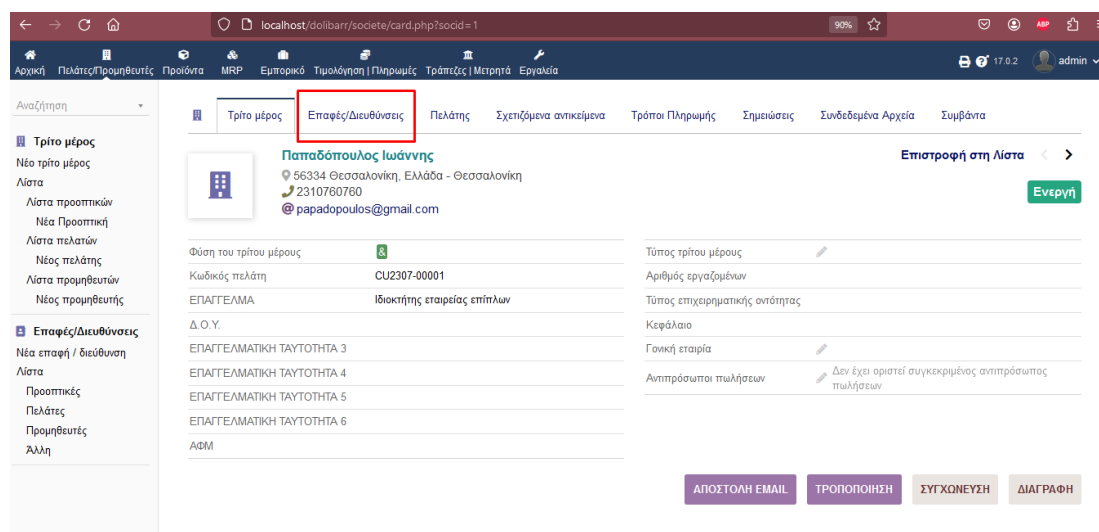


Εικόνα 57. Εμφάνιση Λίστας

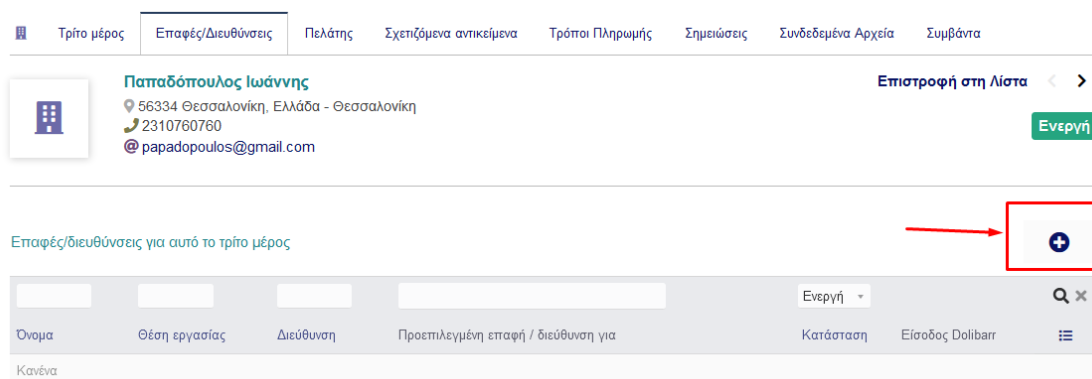


Εικόνα 58. Εμφάνιση πελάτη στην εφαρμογή

Στη συνέχεια θα προσθέσουμε μία τρίτη επαφή στον πελάτη μας, για να γνωρίζουμε με ποιον πρέπει να ερχόμαστε σε επικοινωνία όταν χρειαζόμαστε κάτι. Αρχικά επιλέγουμε την ενότητα “Επαφές/Διευθύνσεις” (Εικόνα 59) και στη συνέχεια το “+” (Εικόνα 60). Μας ανοίγει μία καρτέλα με πεδία τα οποία συμπληρώνουμε για να δημιουργήσουμε την επαφή (Εικόνα 61) και αφού πατήσουμε “προσθήκη” (Εικόνα 62) βλέπουμε πλέον τη συνδεδεμένη επαφή στον πελάτη (Εικόνα 63).



Εικόνα 59. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”



Εικόνα 60. Επιλογή “+”

Αναζήτηση

Τρίτο μέρος
Νέο τρίτο μέρος
Λίστα
Λίστα προοπτικών
Νέα Προοπτική
Λίστα πελατών
Νέος πελάτης
Λίστα προμηθευτών
Νέος προμηθευτής

Επαφές/Διευθύνσεις
Νέα επαφή / διεύθυνση
Λίστα
Προοπτικές
Πελάτες
Προμηθευτές
Άλλη

Νέα επαφή / διεύθυνση

Επώνυμο / Επικεφαλίδα: Παπαδοπούλου Μαρία

Όνομα: Παπαδόπουλος Ιωάννης

Τρίτο μέρος: Κυρία

Τίτλος: Διευθύντρια

Θέση εργασίας: Διευθύντρια

Διεύθυνση: [Empty field]

Ταχ. Κώδικας / Πόλη: 60066 Κατερίνη

Χώρα: Ελλάδα (GR)

Νομός/Δήμος: 10 - Περία

Επαγγ. τηλέφωνο: 6912345678

Κιν. τηλέφωνο: [Empty field]

E-Mail: [Empty field]

Ορατότητα: Κοινόχρη...

Προεπιλεγμένη επαφή / διεύθυνση για: [Empty field]

Αντιγραφή διεύθυνσης από τα στοιχεία τρίτου μέρους

Εικόνα 61. Συμπλήρωση δεδομένων επαφής πελάτη

Προσωπικά δεδομένα

Ημερομηνία γέννησης: [Empty field]

Ειδοποίηση: [Empty field]

ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 62. Επιλογή "Προσθήκη"

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις Πελάτης Σχετζόμενα αντικείμενα Τρόποι Πληρωμής Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Παπαδόπουλος Ιωάννης

56334 Θεσσαλονίκη, Ελλάδα - Θεσσαλονίκη

2310760760

papadopoulos@gmail.com

Επιστροφή στη λίστα

Ενεργή

Επαφές/διευθύνσεις για αυτό το τρίτο μέρος

Όνομα: Παπαδοπούλου Μαρία

Θέση εργασίας: Διευθύντρια

Διεύθυνση: 60066 Κατερίνη, Ελλάδα

Προεπιλεγμένη επαφή / διεύθυνση για: 6912345678

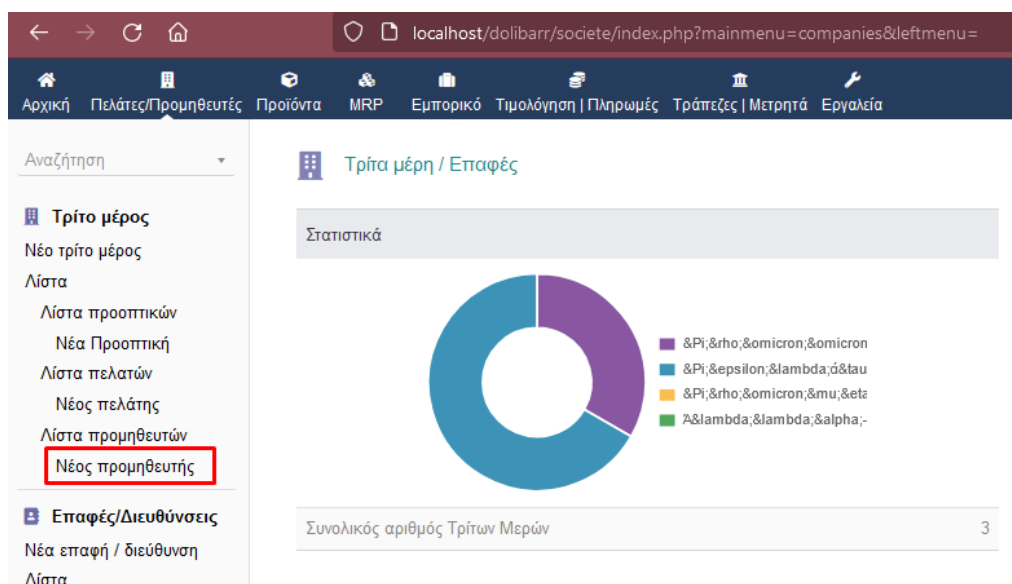
Κατάσταση: Ενεργή

Είσοδος Dolibarr

Εικόνα 63. Εμφάνιση πελάτη με διασυνδεδεμένη επαφή

7.2.5. Δημιουργία Προμηθευτών

Όπως αναφέρθηκε και στο 7.2.4. οι προμηθευτές δημιουργούνται κι αυτοί στην αντίστοιχη ενότητα με τους πελάτες (Πελάτες / Προμηθευτές). Αρχικά επιλέγουμε το “Νέος προμηθευτής” (Εικόνα 64), συμπληρώνουμε τα στοιχεία που θέλουμε (Εικόνα 65) και κλικάρουμε το “Δημιουργία Τρίτου Μέρους” (Εικόνα 66) για να καταχωρήσουμε τον προμηθευτή στο Dolibarr. Στη συνέχεια πλοηγούμαστε στη “Λίστα Προμηθευτών” (Εικόνες 67,68), βλέπουμε τους προμηθευτές μας κι επιλέγουμε αυτόν που θέλουμε να κοιτάζουμε. Επιλέγουμε “Επαφές / Διευθύνσεις” (Εικόνα 69), στη συνέχεια το “+” (Εικόνα 70) και μας ανοίγει η καρτέλα με τα πεδία προς εισαγωγή (Εικόνα 71). Συμπληρώνουμε όσα θέλουμε, κλικάρουμε το “προσθήκη” (Εικόνα 72) και η επαφή μας καταχωρήθηκε. Πλέον στον Προμηθευτή που επιλέξαμε, εμφανίζεται και η διασυνδεδεμένη επαφή που προσθέσαμε (Εικόνα 73).



Εικόνα 64. Επιλογή “Νέος Προμηθευτής”

localhost/dolibarr/societe/card.php?leftmenu=suppliers&action=create&type=f

Αρχική Πελάτες/Προμηθευτές Προϊόντα MRP Εμπορικό Τιμολόγηση Πληρωμές Τράπεζες Μετρητά Εργαλεία

Αναζήτηση

Τρίτο μέρος

Νέο τρίτο μέρος

Λίστα

Λίστα προοπτικών

Νέα Προοπτική

Λίστα πελατών

Νέος πελάτης

Λίστα προμηθευτών

Νέος προμηθευτής

Επαφές/Διευθύνσεις

Νέα επαφή / διεύθυνση

Λίστα

Προοπτικές

Πελάτες

Προμηθευτές

Άλλη

Νέο τρίτο μέρος (προοπτική, πελάτης, προμηθευτής)

Όνομα τρίτου μέρους

Διακριτικός τίτλος (εμπορικό, εμπορικό σήμα, ...)

Προοπτική / Πελάτης

Ούτε προοπτική, ούτε πελά...

Κωδικός πελάτη

CU2307-00004

Προμηθευτής

Ναι

Κωδικός προμηθευτή

SU2307-00001

Κατάσταση

Ενεργή

Διεύθυνση

Ταχ. Κώδικας

Πόλη

Χώρα

Ελλάδα (GR)

Νομός/Δήμος

Τηλέφωνο

Φαξ

EMail

Ιστοσελίδα

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Δ.Ο.Υ.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 3

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 4

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 5

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 6

Εικόνα 65. Εισαγωγή στοιχείων προμηθευτή

Κεφάλαιο

Ευρώ

Γονική εταιρία

Επιλογή τρίτου μέρους

Ανατέθηκε σε αντιπρόσωπο πωλήσεων

Λογότυπο

Browse... No file selected.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΡΙΤΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 66. Επιλογή “Δημιουργία Τρίτου Μέρους” για καταχώρηση προμηθευτή

localhost/dolibarr/societe/card.php?id=__ID__&socid=4

Αρχική Πελάτες/Προμηθευτές Προϊόντα MRP Εμπορικό Τιμολόγηση Πληρωμές Τράπεζες Μετρητά Εργαλεία

Αναζήτηση

Τρίτο μέρος

Επαφές/Διευθύνσεις

Προμηθευτής

Σχετιζόμενα αντικείμενα

Wood Factory

58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα

2381050500

Φύση του τρίτου μέρους

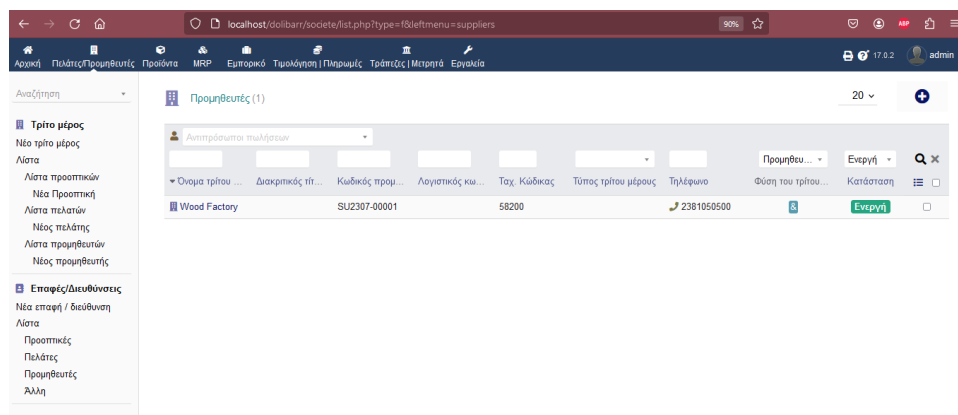
Κωδικός προμηθευτή

SU2307-00001

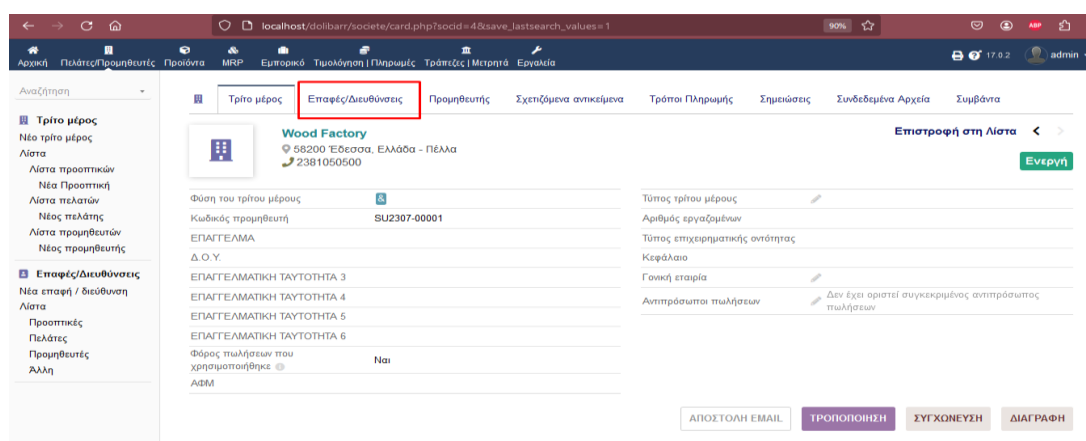
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Δ.Ο.Υ.

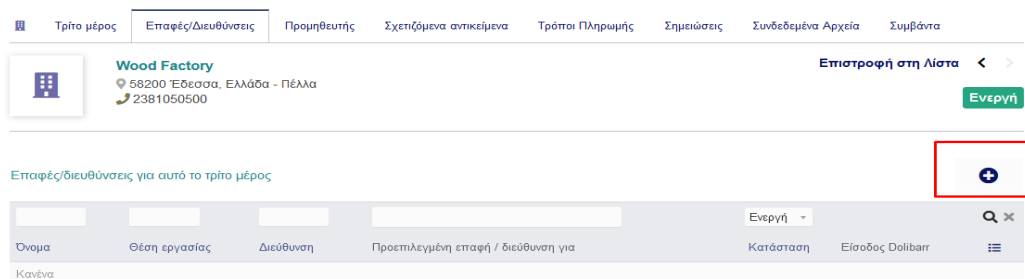
Εικόνα 67. Επιλογή “Λίστα Προμηθευτών”



Εικόνα 68. Εμφάνιση Λίστας Προμηθευτών



Εικόνα 69. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”



Εικόνα 70. Επιλογή “+” για προσθήκη Επαφής

Νέα επαφή / διεύθυνση

Επώνυμο / Ετικέτα: Ορατόπουλος
Όνομα: Νίκος
Τρίτο μέρος: Wood Factory
Τίτλος: Κάριος
Θέση εργασίας:
Διεύθυνση:
Ταχ. Κώδικας / Πόλη: 58200 Έδεσσα
Χώρα: Ελλάδα (GR)
Νομός/Δήμος: 09 - Πέλλα
Επαγγ. τηλέφωνο: 6977776666
Κιν. τηλέφωνο:
Email:
Ορατότητα: Κανόνη...
Προσλεγμένη επαφή / διεύθυνση για:
Αντιγραφή διεύθυνσης από τα στοιχεία τρίτου μέρους

Εικόνα 71. Εισαγωγή στοιχείων επαφής

Προσωπικά δεδομένα

Ημερομηνία γέννησης:
Ειδοποίηση:
ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 72. Επιλογή “Προσθήκη” για καταχώρηση επαφής

Τρίτο μέρος: Επαφές/Διευθύνσεις Προμηθευτής Σχετιζόμενα αντικείμενα Τρόποι Πληρωμής Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Wood Factory
58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500
Επιστροφή στη λίστα
Ενεργή

Επαφές/διευθύνσεις για αυτό το τρίτο μέρος

Όνομα	Θέση εργασίας	Διεύθυνση	Προσλεγμένη επαφή / διεύθυνση για	Κατάσταση	Εισοδος Dob
Νίκος Ορατόπουλος	Κάριος	58200 Έδεσσα, Ελλάδα 6977776666		Ενεργή	

Εικόνα 73. Εμφάνιση Προμηθευτή με διασυνδεδεμένη Επαφή

Στη συνέχεια θα καταχωρήσουμε τραπεζικό λογαριασμό στον προμηθευτή μας. Αρχικά από την καρτέλα του προμηθευτή επιλέγουμε το “Τρόποι Πληρωμής” (Εικόνα 74), στη συνέχεια το “+” (Εικόνα 75) και στη φόρμα που ανοίγει (Εικόνα 76) συμπληρώνουμε μερικά απαραίτητα και μη στοιχεία του τραπεζικού λογαριασμού. Πατάμε “Προσθήκη” (Εικόνα 77) κι έχουμε επιτυχώς συνδέσει τον λογαριασμό στον προμηθευτή οπότε πλέον μπορούμε να έχουμε οικονομικές συναλλαγές μαζί του. Στο πεδίο “Σημειώσεις” μπορούμε να προσθέσουμε οτιδήποτε χρειαζόμαστε να γνωρίζουμε για τον προμηθευτή, στα συνδεδεμένα

αρχεία μπορούμε να ανεβάσουμε αρχεία τα οποία έχουν σχέση με αυτόν και στα συμβάντα να καταγράφουμε κλήσεις, συναντήσεις, μηνύματα, emails που έχουμε μαζί του.

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις Προμηθευτής Σχετιζόμενα αντικείμενα **Τρόποι Πληρωμής** Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Wood Factory
58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Επιστροφή στη λίστα < >

Ενεργή

Φύση του τρίτου μέρους	Τύπος τρίτου μέρους
Κωδικός προμηθευτή SU2307-00001	Αριθμός εργαζομένων
ΕΠΙΓΕΛΜΑ	Τύπος επιχειρηματικής οντότητας
Δ.Ο.Υ.	Κεφάλαιο
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 3	Γονική εταιρία
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 4	Αντιπρόσωποι πωλήσεων
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 5	Δεν έχει οριστεί συγκεκριμένος αντιπρόσωπος πωλήσεων
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 6	
Φόρος πωλήσεων που χρησιμοποιήθηκε	Ναι
ΑΦΜ	

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 74. Επιλογή “Τρόποι Πληρωμής”

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις Προμηθευτής Σχετιζόμενα αντικείμενα **Τρόποι Πληρωμής** Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Wood Factory
58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Επιστροφή στη λίστα < >

Ενεργή

Τραπεζικοί Λογαριασμοί

Ετικέτα	Αναγνωριστικό Stripe	Τράπεζα	Αριθμός Τραπ. Λογαριασμού	IBAN	Κωδικός BIC / SWIFT	Προκαθορισμένο
---------	----------------------	---------	---------------------------	------	---------------------	----------------

Καμία εγγραφή ΒΑΝ

Συνδεδεμένα Αρχεία

Αρχεία

Κανένα

Εικόνα 75. Επιλογή “+”

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις 1 Προμηθευτής Σχετιζόμενα αντικείμενα Τρόποι Πληρωμής Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Wood Factory Επιστροφή στη λίστα Ενεργή

58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Ετικέτα Wood Factory

Τράπεζα Piraeus Bank

Κωδικός τράπεζας

Αριθμός Λογαριασμού

IBAN GR7701720110005011000009849

Κωδικός BIC / SWIFT PIRBGRAA

Διεύθυνση τράπεζας

Εικόνα 76. Εισαγωγή στοιχείων τραπεζικού λογαριασμού.

Διεύθυνση ιδιοκτήτη λογαριασμού

ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΑΚΥΡΟΣΗ

Εικόνα 77. Καταχώρηση τραπεζικού λογαριασμού

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις 1 Προμηθευτής Σχετιζόμενα αντικείμενα Τρόποι Πληρωμής Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Wood Factory Επιστροφή στη λίστα Ενεργή

58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Φύση του τρίτου μέρους

Κωδικός προμηθευτή SU2307-00001

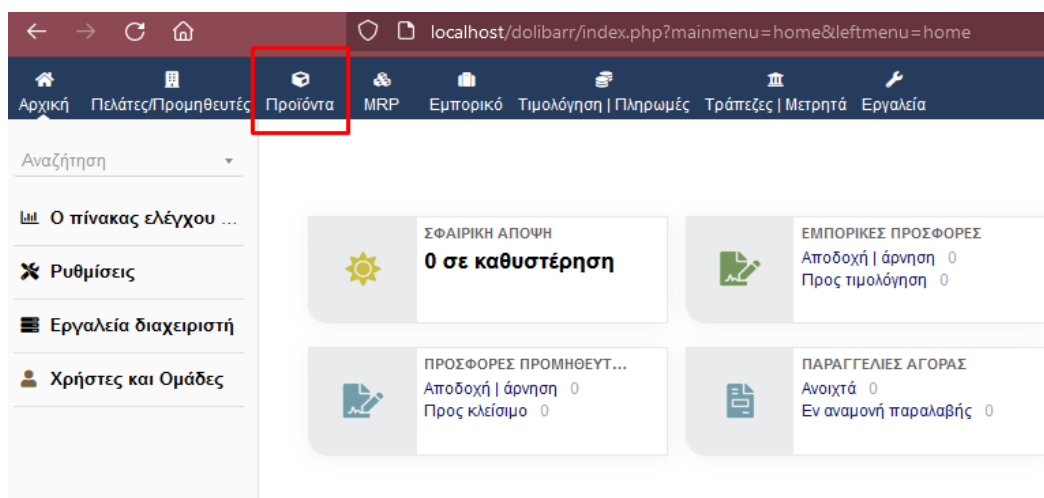
Τραπεζικοί Λογαριασμοί +

Επικέτα	Αναγνωριστικό Stripe	Τράπεζα	Αριθμός Τραπ. Λογα...	IBAN	Κωδικός BIC / SWIFT	Προκαθορισ...
Wood Factory		Piraeus Bank		GR770172011000501...	PIRBGRAA	☒ S ✎ 🗑

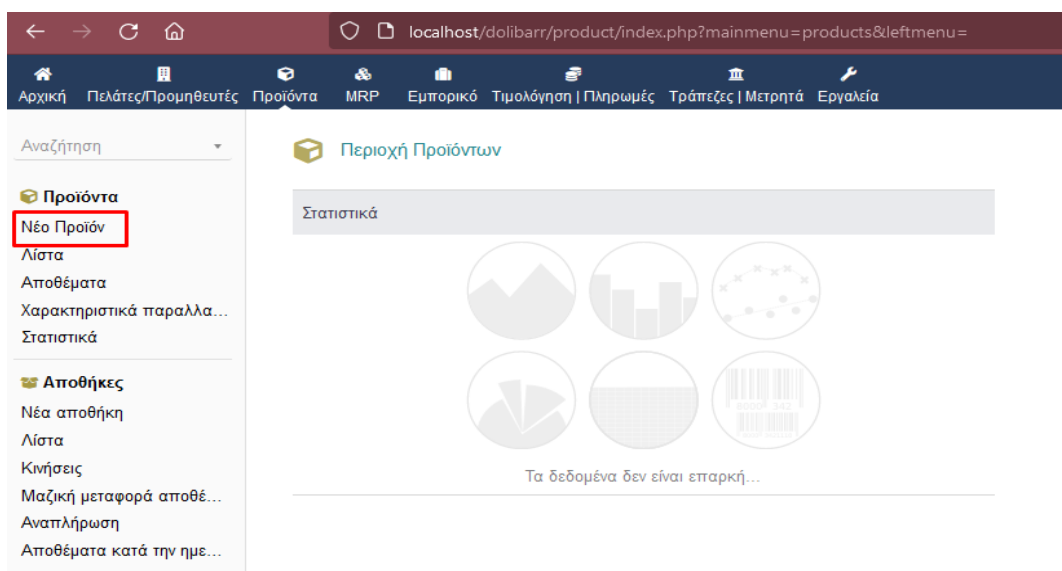
Εικόνα 78. Εμφάνιση του λογαριασμού στα στοιχεία του προμηθευτή

7.2.6. Δημιουργία Προϊόντων προς Πώληση

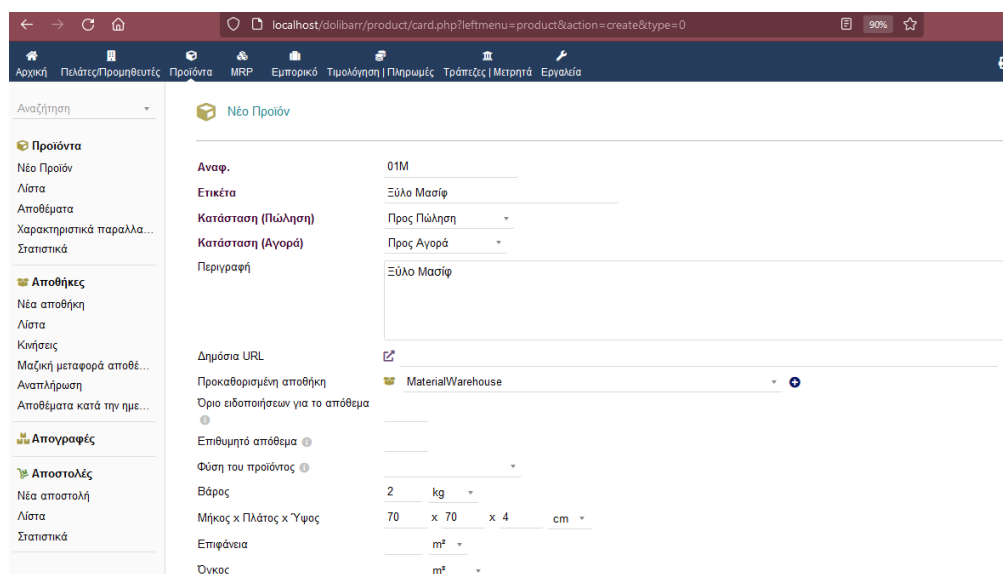
Στη συνέχεια θα δημιουργήσουμε τις πρώτες ύλες και τα προϊόντα που θα αγοράζουμε, αλλά και τα τελικά προϊόντα τα οποία θα πουλάμε. Αρχικά θα πάμε στην κατηγορία “Προϊόντα” (Εικόνα 79) , στη συνέχεια θα επιλέξουμε “Νέο Προϊόν” (Εικόνα 80), θα συμπληρώσουμε όλα τα στοιχεία που επιθυμούμε αλλά και έναν μοναδικό κωδικό ο οποίος θα είναι μοναδικός για κάθε υλικό (Εικόνα 81) κι αφού πατήσουμε “Δημιουργία” (Εικόνα 82) έχουμε τον ολοκλήρωση του προϊόντος στην εφαρμογή.



Εικόνα 79. Επιλογή “Προϊόντα”



Εικόνα 80. Επιλογή “Νέο Προϊόν”



Αναζήτηση

Προϊόντα

Νέο Προϊόν

Λίστα

Αποθέματα

Χαρακτηριστικά παραλλα...

Στατιστικά

Αποθήκες

Νέα αποθήκη

Λίστα

Κινήσεις

Μαζική μεταφορά αποθέ...

Αναπλήρωση

Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

Νέα αποστολή

Λίστα

Στατιστικά

Νέο Προϊόν

Αναφ.

Ετικέτα

Κατάσταση (Πώληση)

Κατάσταση (Αγορά)

Περιγραφή

Δημόσια URL

Προκαθορισμένη αποθήκη

Όριο ειδοποίησης για το απόθεμα

Επιθυμητό απόθεμα

Φύση του προϊόντος

Βάρος

Μήκος x Πλάτος x Ύψος

Επιφάνεια

Όγκος

01M

Ξύλο Μασίφ

Προς Πώληση

Προς Αγορά

Ξύλο Μασίφ

MaterialWarehouse

kg

70 x 70 x 4 cm

m²

m³

Εικόνα 81. Συμπλήρωση στοιχείων του προϊόντος

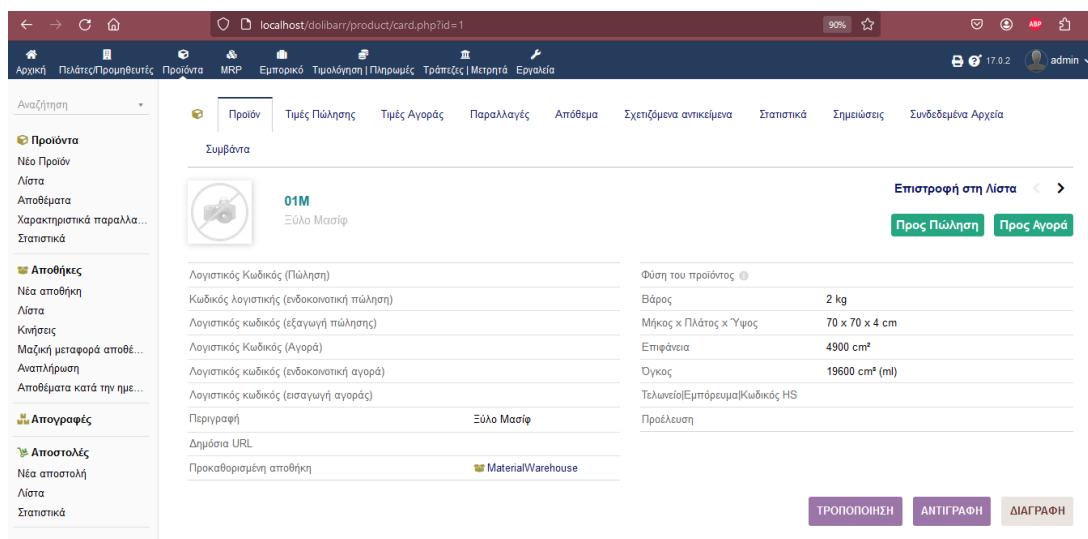
Λογιστικός κωδικός (ενδοκοινοτική αγορά)

Λογιστικός κωδικός (εισαγωγή αγοράς)

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 82. Επιλογή “Δημιουργία” για τελική καταχώρηση προϊόντος



Αναζήτηση

Προϊόντα

Νέο Προϊόν

Λίστα

Αποθέματα

Χαρακτηριστικά παραλλα...

Στατιστικά

Αποθήκες

Νέα αποθήκη

Λίστα

Κινήσεις

Μαζική μεταφορά αποθέ...

Αναπλήρωση

Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

Νέα αποστολή

Λίστα

Στατιστικά

Προϊόν

Τιμές Πώλησης

Τιμές Αγοράς

Παραλλαγές

Απόθεμα

Σχετιζόμενα αντικείμενα

Στατιστικά

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

01M

Ξύλο Μασίφ

Επιστροφή στη λίστα

Προς Πώληση

Προς Αγορά

Λογιστικός Κωδικός (Πώληση)

Κωδικός λογιστικής (ενδοκοινοτική πώληση)

Λογιστικός κωδικός (εξαγωγή πώλησης)

Λογιστικός Κωδικός (Αγορά)

Λογιστικός κωδικός (ενδοκοινοτική αγορά)

Λογιστικός κωδικός (εισαγωγή αγοράς)

Περιγραφή

Δημόσια URL

Προκαθορισμένη αποθήκη

Ξύλο Μασίφ

MaterialWarehouse

Φύση του προϊόντος

Βάρος

Μήκος x Πλάτος x Ύψος

Επιφάνεια

Όγκος

Τελωνείο(Εμπόρευμα)Κωδικός HS

Προέλευση

2 kg

70 x 70 x 4 cm

4900 cm²

19600 cm³ (ml)

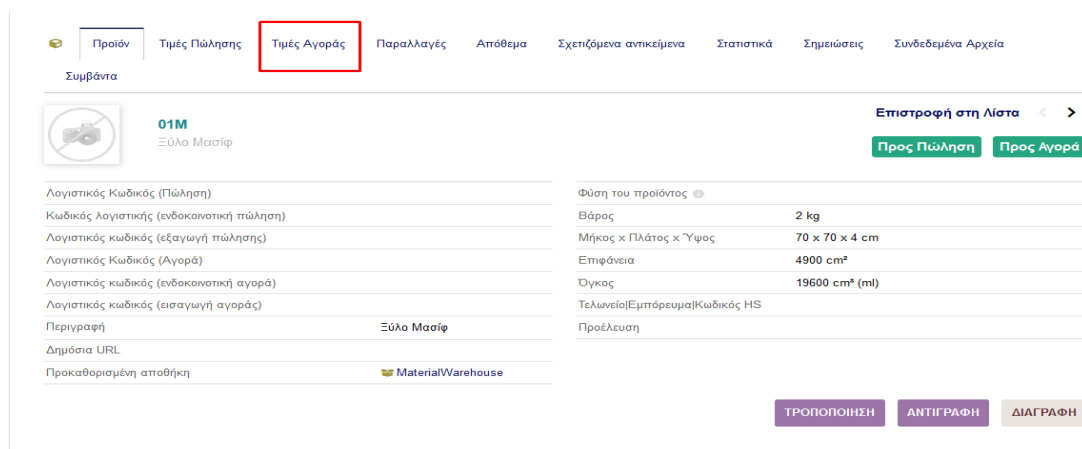
ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

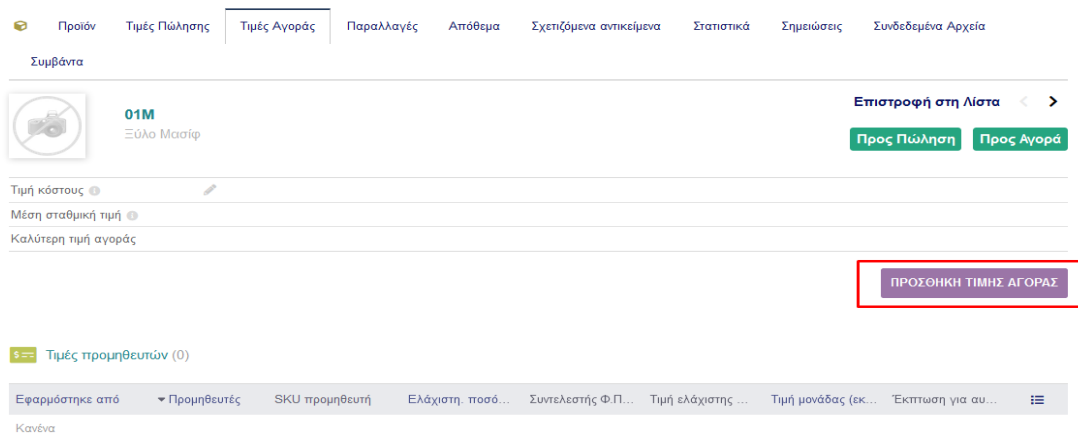
ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 83. Εμφάνιση προϊόντος

Στη συνέχεια θα προσθέσουμε τιμή αγοράς στο προϊόν. Αφού επιλέξουμε το πεδίο “Τιμές Αγοράς” (Εικόνα 84) και στη συνέχεια το “Προσθήκη Τιμών Αγοράς” (Εικόνα 85) μας ανοίγουν τα πεδία που έχουν σχέση με την τιμή αγοράς του (Εικόνα 86). Τον προμηθευτή, το SKU που είναι ένας μοναδικός κωδικός που συνδέει τον προμηθευτή με το κάθε υλικό που προμηθευόμαστε από αυτόν. Αν για παράδειγμα αγοράζαμε δέκα προϊόντα από έναν προμηθευτή, θα είχε 10 διαφορετικούς κωδικούς SKU), την ελάχιστη ποσότητα αγοράς, το ΦΠΑ, την τιμή ελάχιστης ποσότητας, κάποια πιθανή έκπτωση που μπορεί να έχουμε από τον συγκεκριμένο προμηθευτή, την καθυστέρηση παράδοσης (σε μέρες) και την αξιολόγηση του κωδικού (αγαπημένα προϊόντα/ χαμηλή ποιότητα / να μην γίνει παραγγελία). Κατόπιν, πατάμε αποθήκευση (Εικόνα 87) για να περαστούν οι τιμές στο σύστημα και καταλήγουμε στην αρχική οθόνη του προϊόντος που πλέον όμως φαίνεται και η τιμή αγοράς του (Εικόνα 88).



Εικόνα 84. Επιλογή “Τιμή Αγοράς”



Εικόνα 85. Επιλογή “Προσθήκη Τιμή Αγοράς”

Αναζήτηση

Προϊόν

01M Ξύλο Μασίφ

Επιστροφή στη Λίστα

Προς Πώληση

Προς Αγορά

Τιμή κόστους

Μέση σταθμική τιμή

Καλύτερη τιμή αγοράς

Προσθήκη τιμής αγοράς

Προμηθευτής

SKU προμηθευτή

Ελάχιστη ποσότητα αγοράς

ΦΠΑ (για αυτόν τον προμηθευτή / προϊόν)

Τιμή ελάχιστης ποσότητας

Εκπτώση για αυτήν την ποσότητα

Καθυστέρηση παράδοσης (ημέρες)

Αξιολόγηση κωδικού

Wood Factory

B01

100

24

20

Με Φ.Π.Α.

%

ημέρες

Εικόνα 86. Συμπλήρωση δεδομένων αγοράς

Τιμές προμηθευτών (0)

Εφαρμόστηκε από

SKU προμηθευτή

Ελάχιστη ποσότητα...

Συντελεστής Φ.Π.Α.

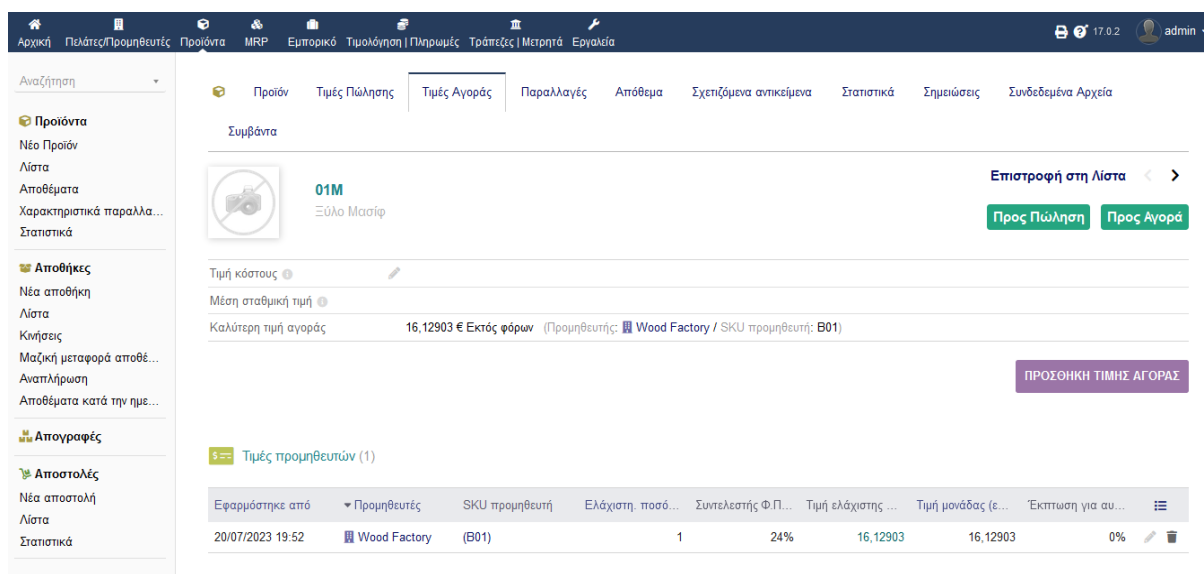
Τιμή ελάχιστης πο...

Τιμή μονάδας (εκ...

Εκπτώση για αυτή...

Κανένα

Εικόνα 87. Επιλογή “Αποθήκευση” για την καταχώρηση στην εφαρμογή



Αναζήτηση

Προϊόντα

- Νέο Προϊόν
- Λίστα
- Αποθέματα
- Χαρακτηριστικά παραλλα...
- Στατιστικά

Αποθήκες

- Νέα αποθήκη
- Λίστα
- Κινήσεις
- Μαζική μεταφορά αποθέ...
- Αναπλήρωση
- Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

- Νέα αποστολή
- Λίστα
- Στατιστικά

Προϊόν

Τιμές Πώλησης

Τιμές Αγοράς

Παραλλαγές

Απόθεμα

Σχετιζόμενα αντικείμενα

Στατιστικά

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

Συμβάντα

01M

Ξύλο Μασίφ

Επιστροφή στη Λίστα

Προς Πώληση

Προς Αγορά

Τιμή κόστους

Μέση σταθμική τιμή

Καλύτερη τιμή αγοράς

16,12903 € Εκτός φόρων (Προμηθευτής: Wood Factory / SKU προμηθευτή: B01)

ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΜΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

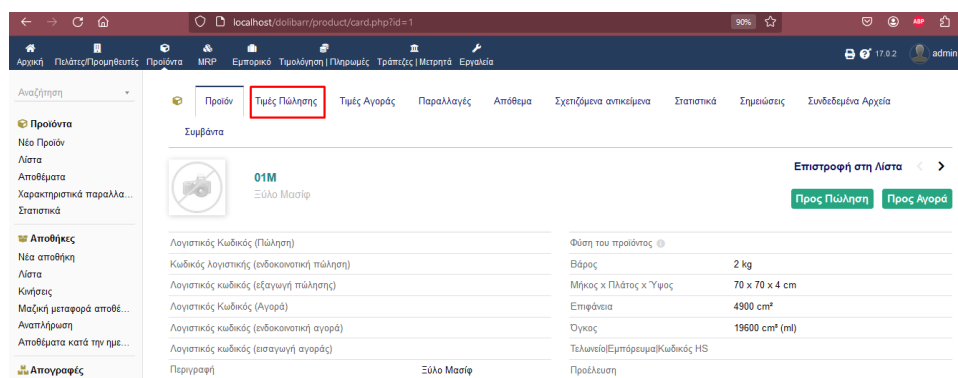
Τιμές προμηθευτών (1)

Εφαρμόστηκε από	Προμηθευτής	SKU προμηθευτή	Ελάχιστη ποσό...	Συντελεστής Φ.Π...	Τιμή ελάχιστης ...	Τιμή μονάδας (e...	Έκπτωση για αυ...
20/07/2023 19:52	Wood Factory	(B01)	1	24%	16,12903	16,12903	0%

Εικόνα 88. Εμφάνιση προϊόντος με σημειωμένη Τιμή Προμηθευτή πλέον

Στη συνέχεια θα προσθέσουμε τιμή πώλησης στα προϊόντα μας. Αρχικά επιλέγουμε “Τιμή Πώλησης” (Εικόνα 89) από την καρτέλα του προϊόντος, κατόπιν “Ενημέρωση Προεπιλεγμένης Τιμής” (Εικόνα 90) και μας ανοίγει μία καρτέλα με πεδία που μπορούμε να συμπληρώσουμε (Εικόνα 91). Τον προκαθορισμένο φορολογικό συντελεστή, τη βασική τιμή (με ή χωρίς ΦΠΑ), την τιμή πώλησης αλλά και την ελάχιστη τιμή πώλησης, επιλέγουμε “Αποθήκευση” (Εικόνα 92) και καταχωρούνται τα δεδομένα (Εικόνα 93).

Στις υπόλοιπες ενότητες μπορούμε να δημιουργήσουμε κάποιες πιθανές παραλλαγές του προϊόντος (π.χ. αν το βάφαμε οπότε άλλαζε μόνο το χρώμα), να ελέγξουμε το απόθεμα του, να δούμε σχετιζόμενα αντικείμενα, να μελετήσουμε στατιστικά στοιχεία πωλήσεων και αγορών, να κρατήσουμε σημειώσεις για το προϊόν αλλά και να επισυνάψουμε κάποιο αρχείο.



Αναζήτηση

Προϊόντα

- Νέο Προϊόν
- Λίστα
- Αποθέματα
- Χαρακτηριστικά παραλλα...
- Στατιστικά

Αποθήκες

- Νέα αποθήκη
- Λίστα
- Κινήσεις
- Μαζική μεταφορά αποθέ...
- Αναπλήρωση
- Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

- Νέα αποστολή
- Λίστα
- Στατιστικά

Προϊόν

Τιμές Πώλησης

Τιμές Αγοράς

Παραλλαγές

Απόθεμα

Σχετιζόμενα αντικείμενα

Στατιστικά

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

Συμβάντα

01M

Ξύλο Μασίφ

Επιστροφή στη Λίστα

Προς Πώληση

Προς Αγορά

Λογιστικός Κωδικός (Πώληση)

Κωδικός λογιστικής (ενοικονομική πώληση)

Λογιστικός κωδικός (εξαγωγή πώλησης)

Λογιστικός Κωδικός (Αγορά)

Λογιστικός κωδικός (ενοικονομική αγορά)

Λογιστικός κωδικός (εξαγωγή αγοράς)

Περιγραφή

Ξύλο Μασίφ

Φύση του προϊόντος @

Βάρος

2 kg

Μήκος x Πλάτος x Ύψος

70 x 70 x 4 cm

Επιφάνεια

4900 cm²

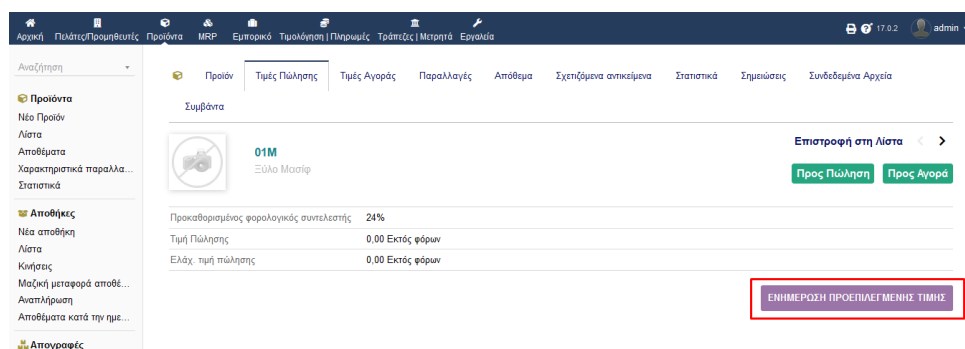
Όγκος

19600 cm³ (ml)

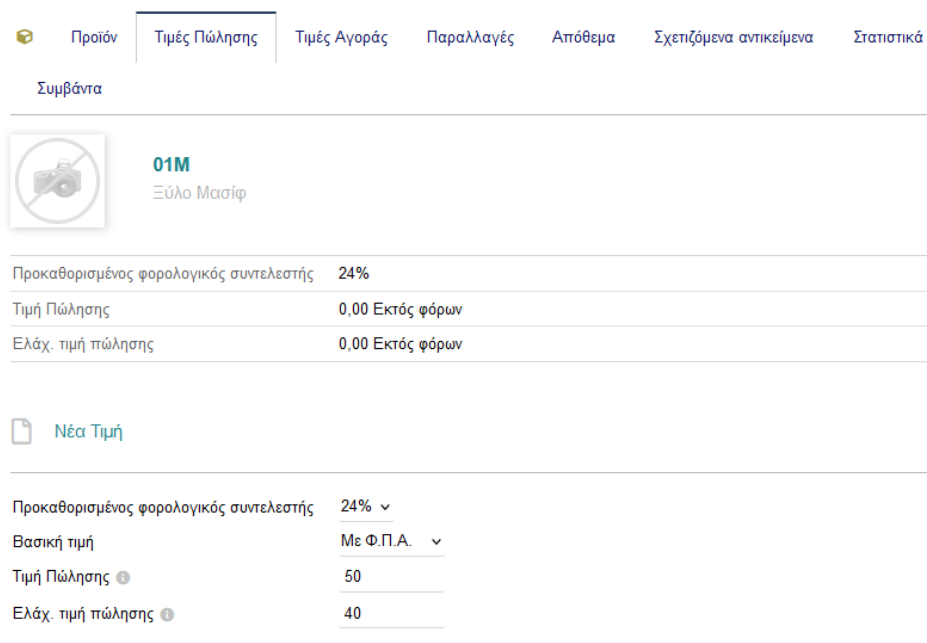
Τελωνείο/Εμπόρευμα/Κωδικός HS

Προέλευση

Εικόνα 89. Επιλογή “Τιμή Πώλησης”



Εικόνα 90. Επιλογή “Ενημέρωση Προεπιλεγμένης Τιμής”



Εικόνα 91. Συμπλήρωση δεδομένων



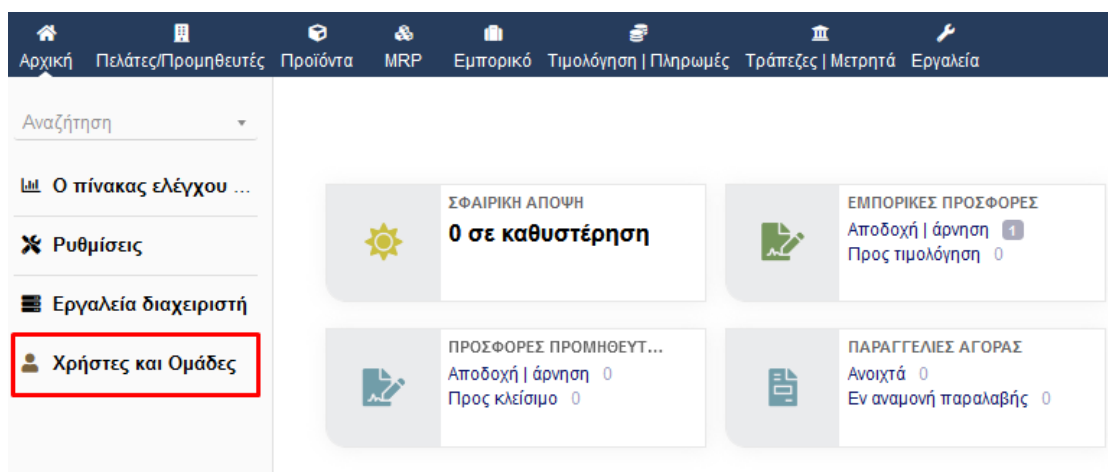
Εικόνα 92. Επιλογή “Αποθήκευση”

Εφαρμόστηκε από	Βασική τιμή	Προκαθορισμένος φορολογικός συντελεστής	Εκτός φόρων	Με Φ.Π.Α.	Ελάχιστη τιμή πώλησης	Εκτός φόρων	Ελάχιστη τιμή πώλησης Με Φ.Π.Α.	Τροποποιήθηκε από
20/07/2023 20:05	Με Φ.Π.Α.	24%	40.32258	50.00	32.25806	40.00		admin
20/07/2023 19:23	Εκτός φόρων	24%	0.00	0.00	0.00	0.00		admin

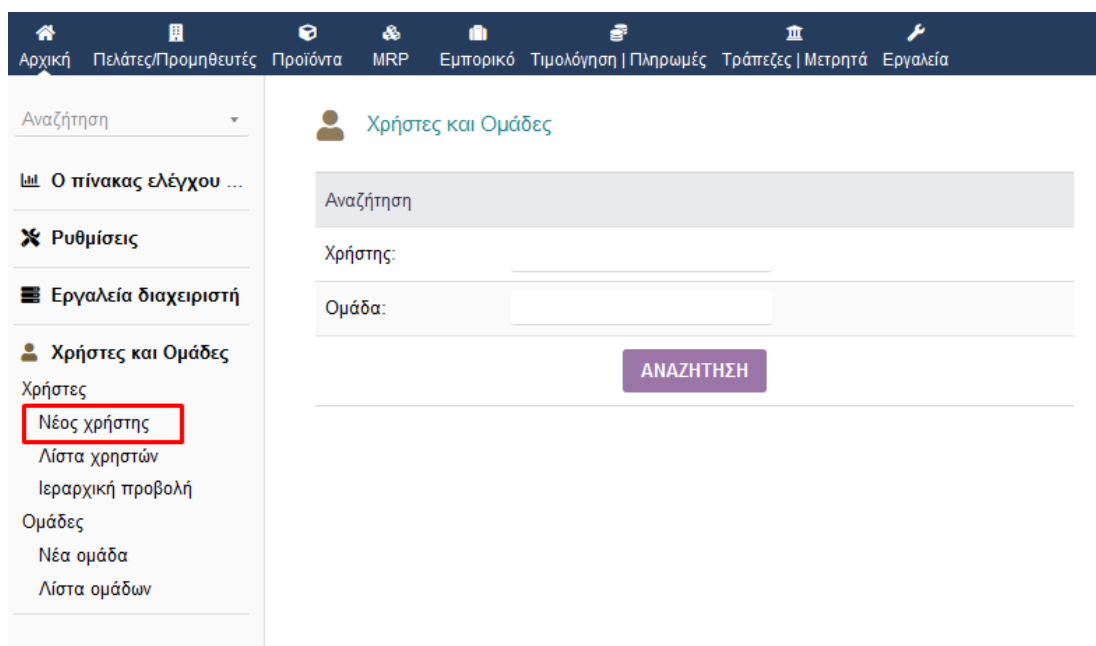
Εικόνα 93. Εμφάνιση τιμής πωλήσεως στην καρτέλα του προϊόντος

7.2.7. Ανάθεση προοπτικής σε πωλητή

Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα δημιουργήσουμε έναν εργαζόμενο και θα του αναθέσουμε μία προοπτική για να προσπαθήσει να φτάσει σε επιτυχημένη πώληση, άρα και μετατροπή της προοπτικής σε πελάτη. Αρχικά, επιλέγουμε “Χρήστες και Ομάδες” (Εικόνα 94) και στη συνέχεια “Νέος Χρήστης” (Εικόνα 95). Συμπληρώνουμε τα δεδομένα που θέλουμε για τον χρήστη (Εικόνα 96) αλλά του δίνουμε username και κωδικό πρόσβασης για να μπορεί να συνδεθεί στην εφαρμογή. Επιλέγουμε “Δημιουργία Χρήστη” (Εικόνα 97) και η διαδικασία έχει ολοκληρωθεί.



Εικόνα 94. Επιλογή “Χρήστες και Ομάδες”



Εικόνα 95. Επιλογή "Νέος Χρήστης"

Νέος χρήστης

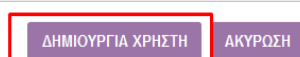
Αυτή η φόρμα σας επιτρέπει να δημιουργήσετε έναν εσωτερικό χρήστη στην εταιρεία/οργανισμό σας. Για να δημιουργήσετε έναν εξωτερικό χρήστη (πελάτη, χρησιμοποιήστε το κουμπί "Δημιουργία χρήστη Dolibarr" από την κάρτα επικοινωνίας αυτού του τρίτου μέρους.

Τίτλος	Κύριος
Επίθετο	Ιωάννου
Όνομα	Φώτης
Σύνδεση	admin2
Διαχειριστής	Ναι
Φύλο	Αρσεν...
Υπάλληλος	☒
Επόπτης	
Εξωτερικός χρήστης ?	Εσωτερικός

Εύρος διάρκειας εγκυρότητας πρόσβασης: Τώρα

Κωδικός πρόσβασης: Qxru7Hak6Qjw

Εικόνα 96. Συμπλήρωση στοιχείων χρήστη



Εικόνα 97. Επιλογή "Δημιουργία Χρήστη"

Στη συνέχεια θα αναθέσουμε μία προοπτική στον καινούριο χρήστη που δημιουργήσαμε. Αρχικά επιλέγουμε “Δικαιώματα” (Εικόνα 98) από το μενού χρήστη που βλέπουμε ότι έχει μόνο 7 στην αρχή. Σε κάθε υποσύστημα μπορούμε να του δώσουμε άμεσα όλα τα δικαιώματα (Εικόνα 99) ή επιλεκτικά ένα προς ένα. Στη συνέχεια μεταβαίνουμε στις προοπτικές, επιλέγουμε αυτήν που θέλουμε και κλικάρουμε το μολύβι (Εικόνα 100) ή το πλαίσιο στο “Αντιπρόσωποι Πωλήσεων”. Θα μας εμφανίσει τους χρήστες στους οποίους μπορούμε να αναθέσουμε πελάτη κι εμείς επιλέγουμε (Εικόνα 101) όποιον θέλουμε (τον Φώτη Ιωάννου στην περίπτωσή μας) , επιλέγουμε “Τροποποίηση” (Εικόνα 102) και η ανάθεση έχει δοθεί επιτυχώς.

The screenshot shows the user management interface. At the top, there's a navigation bar with tabs: Χρήστης, Δικαιώματα (highlighted with a red box), Ρύθμιση εμφάνισης χρήστη, Σημείωση, Συνδεδεμένα Αρχεία, and Ιστορικό. Below the navigation bar, the user profile for Φώτης Ιωάννου is displayed, including contact information and a status 'Ενεργή'. The main section shows a list of permissions for the user, with columns for 'Σύνδεση', 'admin2', 'Εσωτερικός', 'Υπάλληλος', 'Επίτιπης', 'Θέση εργασίας', 'Ώρες εργασίας (ανά εβδομάδα)', 'Μισθός', 'Μέση ωριαία τιμή', 'Μέση ημερήσια τιμή', 'Ημερομηνία πρόσληψης', and 'Ημερομηνία γέννησης'. On the right, there's a section for 'Επιστροφή στη λίστα' and a 'Ενεργή' button. At the bottom, there are four buttons: ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL, ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ, ΕΠΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΩΔΙΚΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ, and ΕΠΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΩΔΙΚΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ.

Εικόνα 98. Επιλογή “Δικαιώματα”

Πελάτες/Προμηθευτές	Όλα / Κανένα	
☐	☐	Ανάγνωση τρίτων μερών που συνδέονται με το χρήστη
☐	☐	Δημιουργία / τροποποίηση τρίτων μερών συνδεδεμένων με το χρήστη
☐	☐	Διαγραφή τρίτων μερών συνδεδεμένων με το χρήστη
☐	☐	Εξαγωγή τρίτων μερών
☐	☐	Επέκταση της πρόσβασης σε όλα τα τρίτα μέρη ΚΑΙ τα αντικείμενά τους (όχι μόνο τρίτα μέρη για τα οποία ο χρήστης είναι αντιπρόσωπος πωλήσεων). Δεν είναι αποτελεσματικό για εξωτερικούς χρήστες (περιορίζονται πάντα στους εαυτούς τους για προσφορές, παραγγελίες, τιμολόγια, συμβάσεις κ.λπ.). Δεν ισχύει για έργα (μόνο σε κανόνες για τις άδειες έργων, την προβολή και τα θέματα ανάθεσης).
☐	☐	Ανάγνωση επαφών
☐	☐	Δημιουργία/Επεξεργασία επαφών
☐	☐	Διαγραφή επαφών
☐	☐	Εξαγωγή επαφών

Εικόνα 99. Επιλογή “Όλα”

Τρίτο μέρος | Επαφές/Διευθύνσεις 1 | Προμηθευτής | Σχετιζόμενα αντικείμενα | Τρόποι Πληρωμής | Σημειώσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία | Συμβάντα

Wood Factory Επιστροφή στη λίστα Ενεργή

58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Φύση του τρίτου μέρους		Τύπος τρίτου μέρους	
Κωδικός προμηθευτή	SU2307-00001	Αριθμός εργαζομένων	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ		Τύπος επιχειρηματικής οντότητας	
Δ.Ο.Υ.		Κεφάλαιο	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 3		Γονική εταιρία	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 4		Αντιπρόσωποι πωλήσεων	Δεν έχει οριστεί συγκεκριμένος αντιπρόσωπος πωλήσεων
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 5			
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 6			
Φόρος πωλήσεων που χρησιμοποιήθηκε	Nai		
ΑΦΜ			

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 100. Επιλέγουμε το μολύβι ή το πλαίσιο

Τρίτο μέρος | Επαφές/Διευθύνσεις 1 | Προμηθευτής | Σχετιζόμενα αντικείμενα | Τρόποι Πληρωμής | Σημειώσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία | Συμβάντα

Wood Factory Επιστροφή στη λίστα Ενεργή

58200 Έδεσσα, Ελλάδα - Πέλλα
2381050500

Φύση του τρίτου μέρους		Τύπος τρίτου μέρους	
Κωδικός προμηθευτή	SU2307-00001	Αριθμός εργαζομένων	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ		Τύπος επιχειρηματικής οντότητας	
Δ.Ο.Υ.		Κεφάλαιο	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 3		Γονική εταιρία	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 4		Αντιπρόσωποι πωλήσεων	SuperAdmin Φώτης Ιωάννου
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 5			
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ 6			
Φόρος πωλήσεων που χρησιμοποιήθηκε	Nai		
ΑΦΜ			

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 101. Επιλογή Χρήστη που θέλουμε να ορίσουμε ως πωλητή

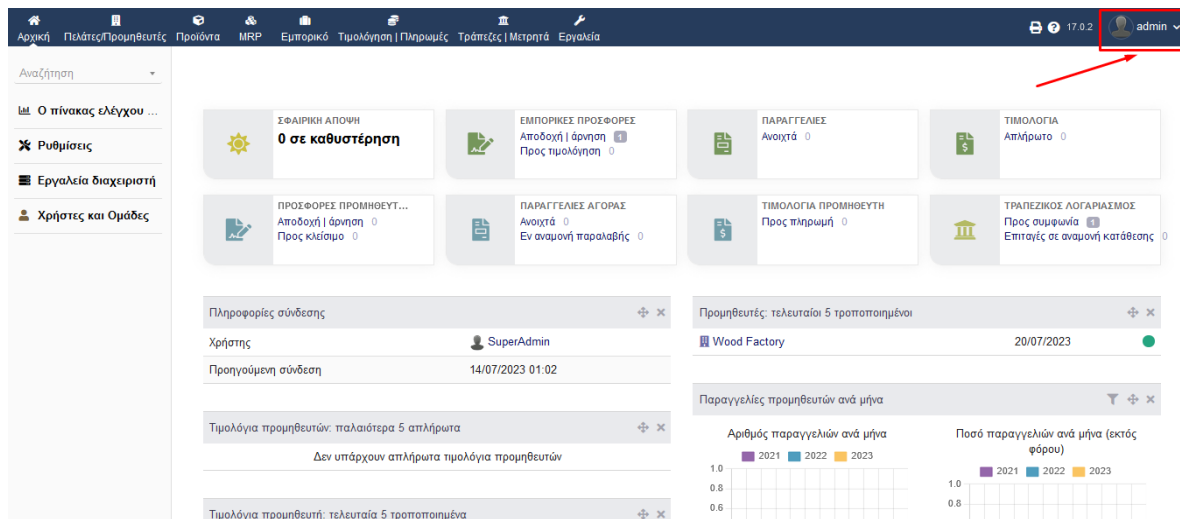
Αντιπρόσωποι πωλήσεων

Φώτης Ιωάννου

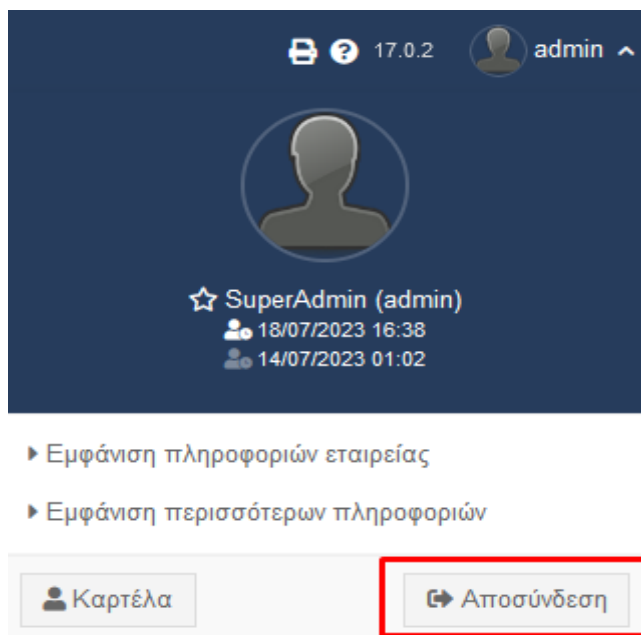
ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ

Εικόνα 102. Επιλογή "Τροποποίηση"

Κατόπιν, θα κάνουμε αποσύνδεση από τον λογαριασμό του SuperAdmin και θα συνδεθούμε από το Λογαριασμό του Φώτη Ιωάννου και από εκεί θα εκτελέσουμε το σενάριο μας, αφού του έχουμε αναθέσει την προοπτική που μας ενδιαφέρει. Αρχικά επιλέγουμε το δεξί βέλος (Εικόνα 103) που βρίσκεται πάνω δεξιά στην εφαρμογή και κάνουμε αποσύνδεση από τον λογαριασμό του SuperAdmin (Εικόνα 104). Στη συνέχεια αφού συμπληρώσουμε το όνομα χρήστη (admin2) και τον κωδικό του Φώτη Ιωάννου (Εικόνα 105), ολοκληρώνουμε επιτυχώς τη σύνδεση στο δικό του λογαριασμό (Εικόνα 106).



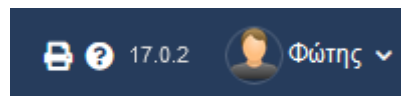
Εικόνα 103. Επιλογή “δεξί βέλος”



Εικόνα 104. Επιλογή “Αποσύνδεση”



Εικόνα 105. Συμπλήρωση στοιχείων και επιλογή “Είσοδος”



Εικόνα 106. Επιτυχής είσοδος στο προφίλ του Φώτη Ιωάννου

Με τους ίδιους τρόπους δημιουργούμε μερικούς πελάτες και υλικά ακόμη και τους δίνουμε τιμή αγοράς και τιμή ζήτησης. Από την εκάστοτε λίστα (προοπτικών, πελατών, προμηθευτών, προϊόντων) μπορούμε πολύ εύκολα να τροποποιήσουμε, αφαιρέσουμε ή προσθέσουμε κάτι.

7.3. Υλοποίηση Δεύτερης Φάσης

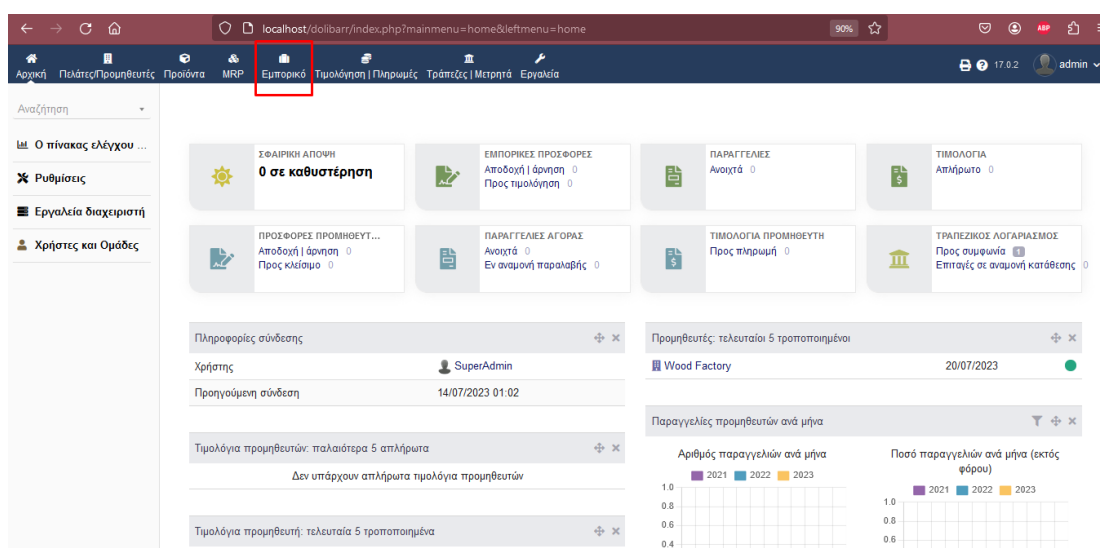
7.3.1. Δημιουργία Προσφοράς

Αφού ολοκληρώσαμε επιτυχώς την Πρώτη Φάση, μπορούμε τώρα να προχωρήσουμε στη Δεύτερη Φάση. Θα ξεκινήσουμε με την δημιουργία προσφοράς που θα αποστείλουμε σε μία προοπτική της εταιρείας μας. Αρχικά επιλέγουμε από το μενού πλοήγησης το “Εμπορικό”

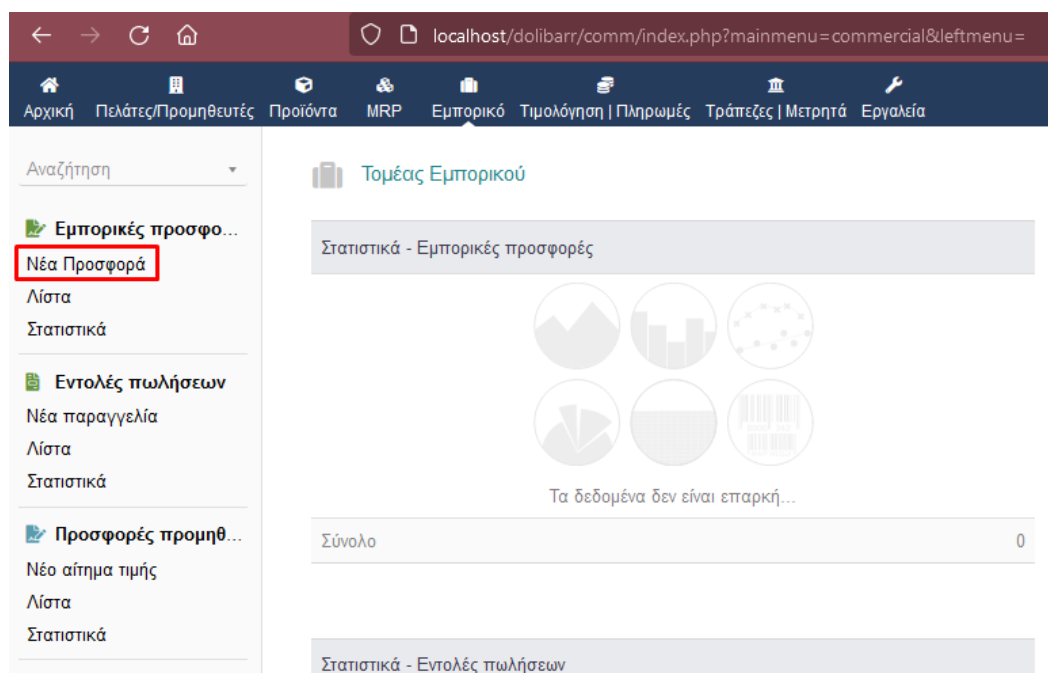
(Εικόνα 107), στη συνέχεια “Νέα Προσφορά” (Εικόνα 108) και στην καρτέλα με πεδία που εμφανίζεται συμπληρώνουμε όσα θέλουμε (Εικόνα 109) και επιλέγουμε “Δημιουργία Σχεδίου” (Εικόνα 110) για να προσθέσουμε τα προϊόντα. Ακολουθώντας το σενάριό μας στην προσφορά έχουμε:

- 20 τεμάχια Ξύλο Μασίφ με τιμή 50€ ανά τεμάχιο (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24%)
- 20 τεμάχια Ξύλο Ακακίας με τιμή 35€ ανά τεμάχιο (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24%) αλλά με έκπτωση 40%
- 15 ημέρες διάρκεια ισχύος της προσφοράς
- 10 ημέρες περιθώριο αποπληρωμής μετά την ολοκλήρωση

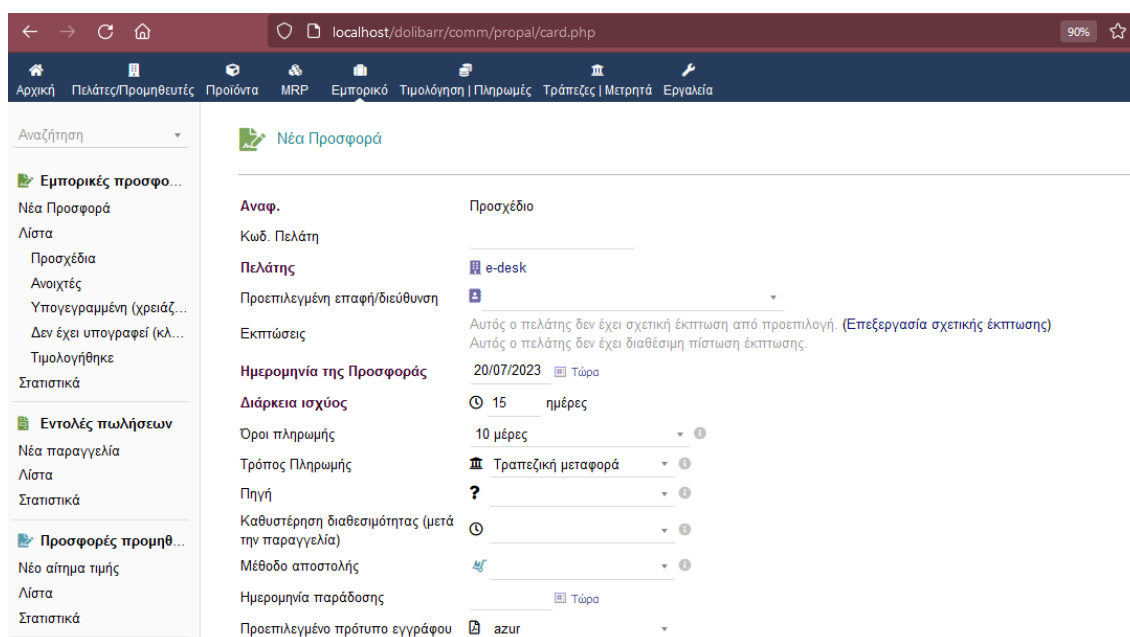
Επιλέγουμε “προσθήκη” (Εικόνα 111) για το κάθε υλικό στην παραγγελία, αφού του δώσουμε μοναδιαία τιμή και συμπληρώσουμε οποιαδήποτε πιθανή έκπτωση (40% στο ξύλο ακακίας στο παράδειγμά μας). Επιλέγουμε “Επικύρωση” (Εικόνα 112), κατόπιν “Ναι” (Εικόνα 113) και η προσφορά μας έχει δημιουργηθεί επιτυχώς. Απευθείας παρατηρούμε ότι στα “Συνδεδεμένα Αρχεία” (Εικόνα 114) υπάρχει ο αριθμός 1, κι αφού πλοηγηθούμε σε αυτά βλέπουμε ότι έχει δημιουργηθεί αυτόματα ένα PDF αρχείο με την προσφορά (Εικόνα 115), το οποίο μπορούμε να ανοίξουμε για να το δούμε online (Εικόνα 116), να το κατεβάσουμε ή να το προωθήσουμε.



Εικόνα 107. Επιλογή “Εμπορικό”



Εικόνα 108. Επιλογή “Νέα Προσφορά”



Εικόνα 109. Συμπλήρωση στοιχείων προσφοράς

Σημειώσεις (προσωπικές)

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΧΕΔΙΟΥ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 110. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”

Σε αυτό το σημείο προσθέτουμε το κάθε προϊόν επιλέγοντας απλά “Προσθήκη”

Προσθήκη νέας γραμμής

	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση
☐ Στοιχείο ελεύθερου κειμένου, πληκτρολογήστε:				
☒ Προκαθορισμένο προϊόν 01M - Ξύλο Μασίφ - 50 € Με Φ.Π.Α. - Απόθεμα: 0,00		50,00	20	%

ΠΡΟΣΘΗΚΗ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 111. Επιλογή προϊόντος, τιμής και “Προσθήκη”

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
05S - Sliq	24%	36,29032	45,00	10	40%	217,74

☐ Στοιχείο ελεύθερου κειμένου, πληκτρολογήστε:

☐ Προκαθορισμένο προϊόν

24%

1

%

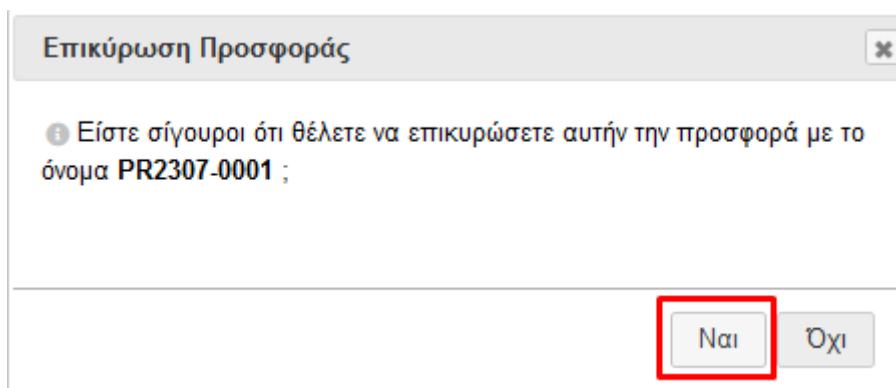
ΠΡΟΣΘΗΚΗ

ΕΠΙΚΥΡΩΣΗ

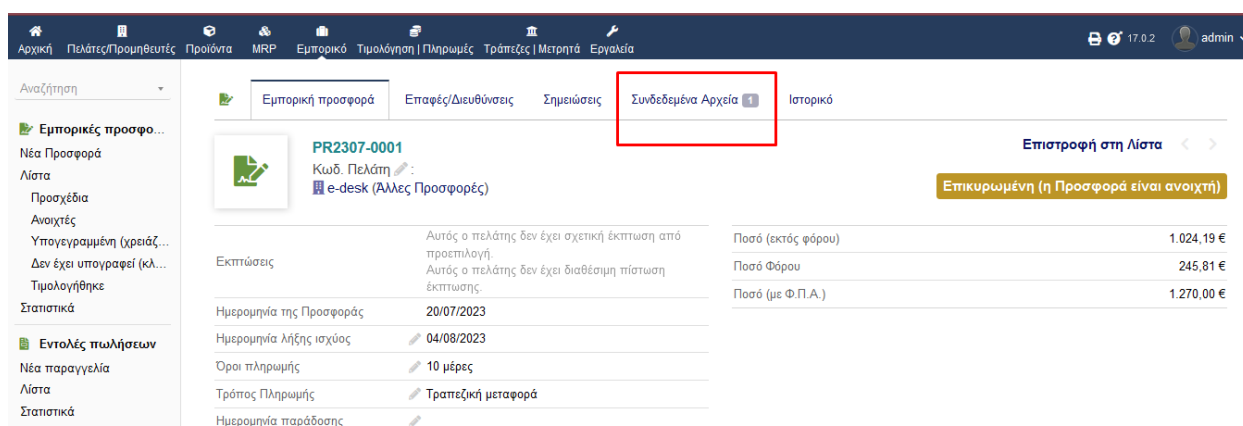
ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

ΔΙΑΓΡΑΦΗ

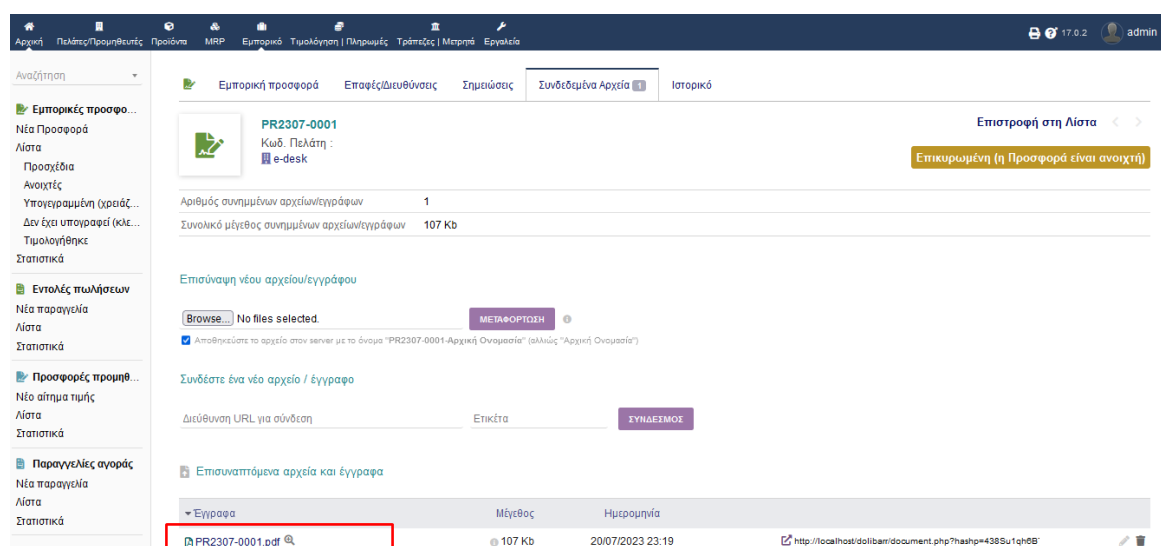
Εικόνα 112. Επιλογή “Επικύρωση” για ολοκλήρωση προσφοράς



Εικόνα 113. Επιλογή “Ναι” για επιβεβαίωση δημιουργίας προσφοράς



Εικόνα 114. Επιλογή “Συνδεδεμένα Αρχεία”



Εικόνα 115. Κλικάρουμε στο όνομα του PDF αρχείου

Home Furniture

Προσφορά PR2307-0001

Ημερομηνία της Προσφοράς : 20/07/2023

Ημερομηνία λήξης ισχύος : 04/08/2023

Κωδικός πελάτη : CU2307-00003

Από

Home Furniture

Μοναστηρίου 120
10440 Θεσσαλονίκη

Τηλέφωνο: 2310100200
Email: homefurniture@otenet.gr

Στοιχεία Πελάτη

e-desk

56334 Θεσσαλονίκη

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Ποσ.	Ποσό σε νόμισμα Ευρώ	
				Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	20	40%	338,71
Όροι πληρωμής:		10 μέρες		Σύνολο χωρίς ΦΠΑ	1.145,16
				Συνολικός Φ.Π.Α. 24%	274,84
				Σύνολο (με Φ.Π.Α.)	1.420,00

Για αποδοχή: σφραγίδα εταιρείας, ημερομηνία και υπογραφή

Εικόνα 116. Εμφάνιση PDF

7.3.2. Αποστολή προσφοράς με email σε προοπτική/πελάτη

Επιστρέφουμε στο πεδίο “Εμπορική Προσφορά” και επιλέγουμε “Αποστολή e-mail” (Εικόνα 117). Ανοίγει μία καρτέλα που έχει ήδη συμπληρωμένα τα περισσότερα πεδία και με πολλές επιλογές από πρότυπα email για να στείλουμε. Μπορούμε να προσθέσουμε έξτρα πληροφορίες, αποστολές, θέμα, αρχεία, να συμπληρώσουμε το μήνυμα του email όπως επιθυμούμε και να προσθέσουμε και άλλους παραλήπτες είτε χειροκίνητα, είτε από τη λίστα πελατών μας. Επιλέγουμε εκ νέου “Αποστολή e-mail” (Εικόνα 118) και αποστέλνεται σε όλους τους επιλεγμένους παραλήπτες μας.

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL

ΟΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟΔΟΧΗΣ/ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 117. Επιλογή “Αποστολή email”

Αποστολή email

Επιλέξτε ένα πρότυπο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: Δεν υπάρχει διαθέσιμο πρότυπο για αυτόν τον τύπο email ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Από

Προς

Κοινοποίηση σε

Θέμα Email

Επισυνάπτεμα Αρχεία

Μήνυμα

Φώτης Ιωάννου <ioannou@gmail.com>

κα/ή Τρίτο μέρος: e-desk (e-desk@gmail.com)

κα/ή

Υποβολή της προσφοράς PR2307-0001

PR2307-0001.pdf No files selected. ΕΠΕΞΥΓΝΩΣΗ ΑΡΧΕΙΟΥ

Χαίρετε

Παρακαλώ δείτε την προσφορά PR2307-0001 που επισυνάπτεται

Ειλικρινώς

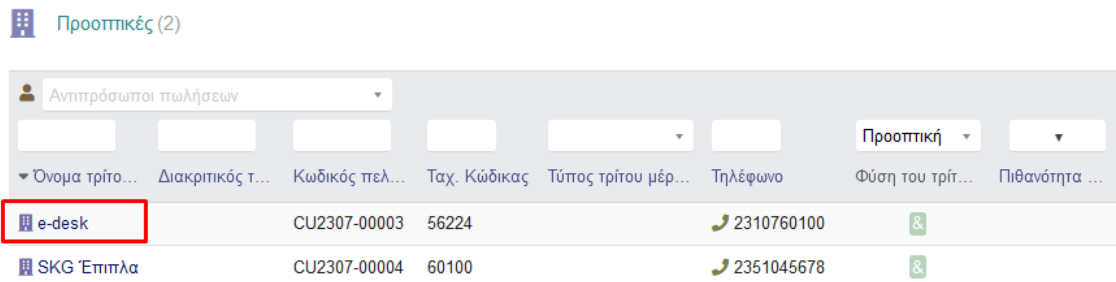
ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL

ΑΚΥΡΩΣΗ

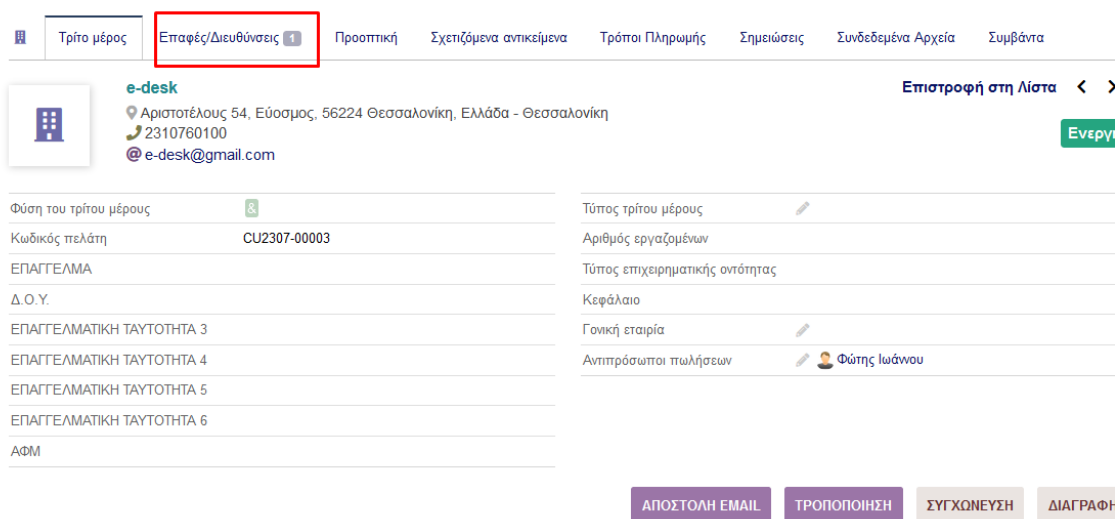
Εικόνα 118. Επιλογή “Αποστολή email”

7.3.3. Καταγραφή σημειώσεων σε μία επαφή

Κατόπιν, θέλουμε να σημειώσουμε την τηλεφωνική επαφή που είχαμε με τον Υπεύθυνο Πωλήσεων της εταιρείας e-desk. Θα πλοηγηθούμε στη “Λίστα Προοπτικών”, θα επιλέξουμε την εταιρεία “e-desk” (Εικόνα 119), τις “επαφές/διευθύνσεις” (Εικόνα 120), τον “Αλέξανδρο Καρρά” (Εικόνα 121) (Υπεύθυνο Πωλήσεων), το πεδίο “Σημείωση” (Εικόνα 122) και στο μολύβι (Εικόνα 123) θα συμπληρώσουμε πληροφορίες σχετικά με τηλεφωνική επαφή που είχαμε με τον Κύριο Καρρά σχετικά με την αποδοχή της προσφοράς. Επιλέγοντας “Τροποποίηση” (Εικόνα 124) οι σημειώσεις έχουν καταγραφεί.



Εικόνα 119. Επιλογή της προοπτικής “e-desk”



Εικόνα 120. Επιλογή “Επαφές/Διευθύνσεις”

Τρίτο μέρος Επαφές/Διευθύνσεις 1 Προοπτική Σχετιζόμενα αντικείμενα Τρόποι Πληρωμής Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

e-desk
Αριστοτέλους 54, Εύοσμος, 56224 Θεσσαλονίκη, Ελλάδα - Θεσσαλονίκη
2310760100
@ e-desk@gmail.com

Επιστροφή στη λίστα < >

Ενεργή

Επαφές/διευθύνσεις για αυτό το τρίτο μέρος

Όνομα	Θέση εργασίας	Διεύθυνση	Προεπιλεγμένη επαφή / διεύθυνση για	Κατάσταση	Είσοδος Dolibarr
 Αλέξανδρος Καρράς	Υπεύθυνος Αγορών	Ελλάδα 6912345678		Ενεργή	

Εικόνα 121. Επιλογή της επαφής “Αλέξανδρος Καρράς”

Επαφή/Διεύθυνση Προσωπικά δεδομένα Σχετιζόμενα αντικείμενα Σημείωση Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Αλέξανδρος Καρράς 
Τρίτο μέρος :  e-desk
Ελλάδα - Θεσσαλονίκη
6912345678

Επιστροφή στη λίστα < >

Ενεργή

Τίτλος	Προεπιλεγμένη επαφή / διεύθυνση για
Θέση εργασίας Υπεύθυνος Αγορών	Επαφή για προσφορές Αυτή η επαφή δεν είναι επαφή για οποιαδήποτε εμπορική προσφορά
Ορατότητα Κοινόχρηστη	Επαφή για παραγγελίες ή αποστολές Αυτή η επαφή δεν είναι επαφή για οποιαδήποτε παραγγελία ή αποστολή
	Επαφή λογιστηρίου Αυτή η επαφή δεν είναι επαφή για κανένα τιμολόγιο
	Είσοδος Dolibarr  Δημιουργία ενός χρήστη

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 122. Επιλογή “Σημείωση”

Επαφή/Διεύθυνση Προσωπικά δεδομένα Σχετιζόμενα αντικείμενα Σημείωση Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Αλέξανδρος Καρράς 
Τρίτο μέρος :  e-desk
Ελλάδα - Θεσσαλονίκη
6912345678

Τίτλος

Σημειώσεις (δημόσιες)

Σημειώσεις (προσωπικές)

Εικόνα 123. Επιλογή μολυβιού για εισαγωγή σημειώσεων

Επαφή/Διεύθυνση Προσωπικά δεδομένα Σχετιζόμενα αντικείμενα Σημείωση Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβάντα

Αλέξανδρος Καρράς

Τρίτο μέρος : e-desk
Ελλάδα - Θεσσαλονίκη
6912345678

Επιστροφή στη λίστα < >

Ενεργή

Τίτλος

Σημειώσεις (δημόσιες)

Σημειώσεις (προσωπικές)

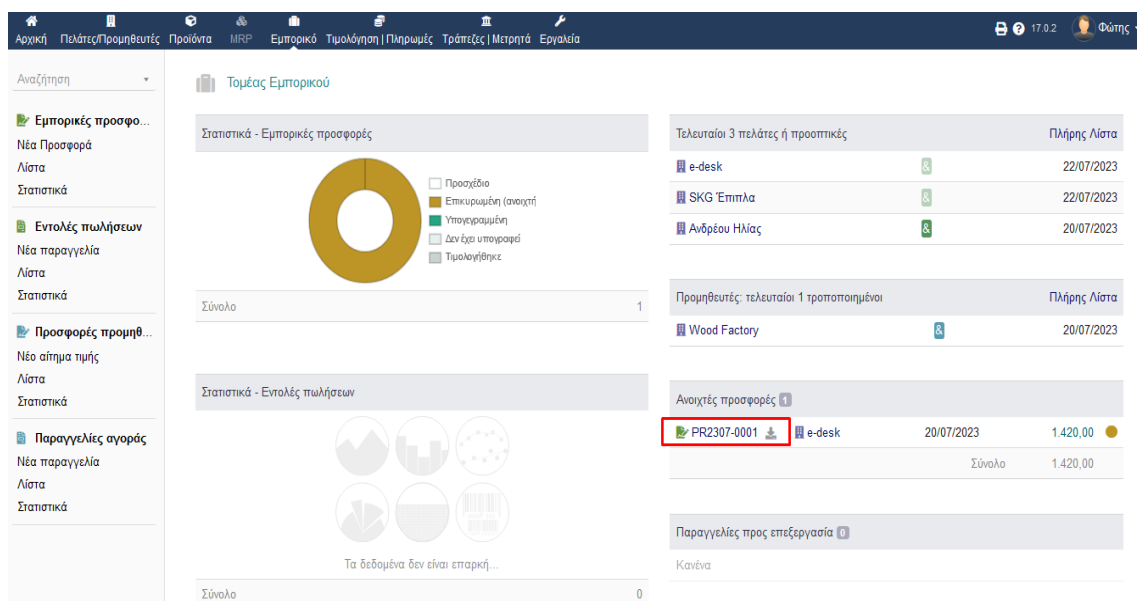
Προσωπική επικοινωνία μέσω τηλεφώνου. Είδε το email που του απέστειλα και συμφωνήσαμε σε ολοκλήρωση παραγγελίας.

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΑΚΥΡΩΣΗ

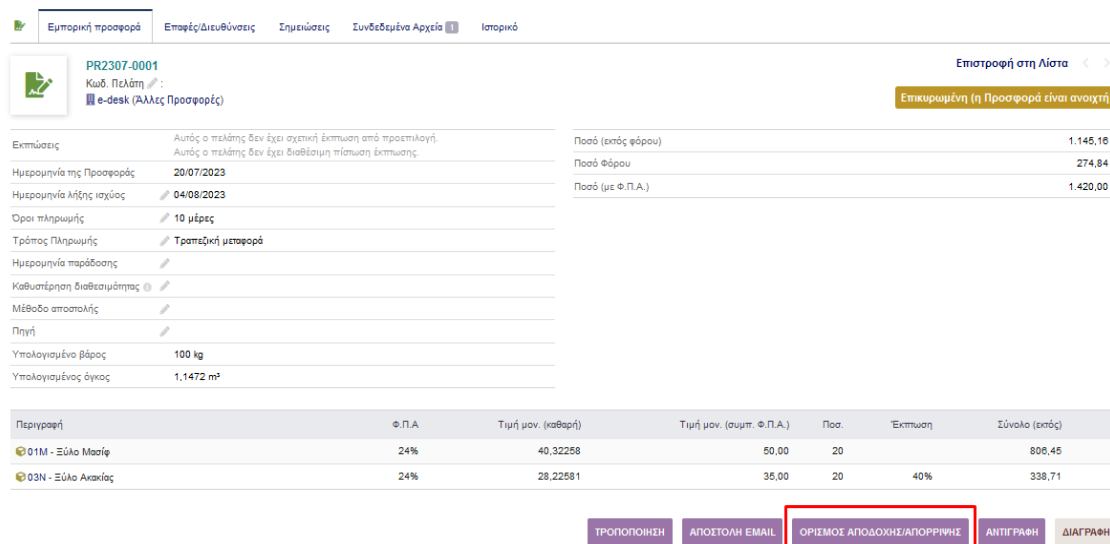
Εικόνα 124. Επιλογή “Τροποποίηση” για αποθήκευση σημείωσης

7.3.4. Αποδοχή Προσφοράς

Αφού καταγράψαμε την επικοινωνία με τον Υπεύθυνο Αγορών της e-desk και επιβεβαιώσαμε τη διάθεσή τους για αγορά, θα κάνουμε αποδοχή προσφοράς στο Dolibarr. Από την ενότητα “Εμπορικό” βρίσκουμε την προσφορά που αναφέρεται στην e-desk και την επιλέγουμε (Εικόνα 125). Κλικάρουμε το “Ορισμός Αποδοχής/Άρνησης” (Εικόνα 126) , το υπογεγραμμένη (Εικόνα 127) από τις δύο επιλογές που θα εμφανιστούν και τέλος το “Ναι” (Εικόνα 128) για να καταχωρηθεί η απάντηση της προσφοράς. Αφού ολοκληρώσουμε τη διαδικασία, παρατηρούμε ότι η κατάσταση της προσφοράς έχει αλλάξει σε “Υπογεγραμμένη (χρειάζεται χρέωση)” και πλέον έχει πράσινο χρώμα (Εικόνα 129).



Εικόνα 125. Επιλογή της προσφοράς



Εικόνα 126. Επιλογή “Ορισμός Αποδοχής/Απόρριψης”

The screenshot shows the ERP system interface for a quote (PR2307-0001). The quote is for a customer (Κωδ. Πελάτη) and is in the 'e-desk' status. A modal window titled 'Ορισμός αποδοχής/απόρριψης' (Acceptance/Rejection Definition) is open, showing a dropdown menu for 'Αλλαγή κατάστασης σε' (Change status to) with two options: 'Υπογεγραμμένη' (Signed) and 'Δεν έχω υπογράψει' (I have not signed). The 'Υπογεγραμμένη' option is selected. The modal also has a 'Σημείωση' (Note) field and a 'OK' button. The background shows a table with quote details and a 'Επιστροφή στη λίστα' (Return to list) button.

Εκπτώσεις	Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή.	Ποσό (εκτός φόρου)	
Ημερομηνία της Προσφοράς	20/07/2023		1.145,16 €
Ημερομηνία λήξης ισχύος	04/08/2023		274,84 €
Όροι πληρωμής	10 μέρες		1.420,00 €
Τρόπος Πληρωμής	Τραπεζική μ		
Ημερομηνία παράδοσης			
Καθυστέρηση διαθεσιμότητας			
Μέθοδος αποστολής			
Πηγή			
Υπολογισμένο βάρος	100 kg		
Υπολογισμένος όγκος	1,1472 m³		

Εικόνα 127. Επιλογή “Υπογεγραμμένη” από τις 2 επιλογές

This is a close-up of the 'Ορισμός αποδοχής/απόρριψης' modal. It shows the 'Αλλαγή κατάστασης σε' (Change status to) dropdown menu with 'Υπογεγραμμένη' (Signed) selected. Below it is a 'Σημείωση' (Note) field. At the bottom, there are two buttons: 'Ναι' (Yes) and 'Όχι' (No). The 'Ναι' button is highlighted with a red rectangle.

Εικόνα 128. Επιλογή “Ναι” για επιβεβαίωση αποδοχής

Εμπορική προσφορά

Επαφές/Διευθύνσεις

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

Ιστορικό

PR2307-0001

Κωδ. Πελάτη :
e-desk (Άλλες Προσφορές)

Επιστροφή στη Λίστα

Υπογεγραμμένη (χρειάζεται χρέωση)

Εκπτώσεις

Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή.
Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης.

Ποσό (εκτός φόρου)

1.145,16 €

Ημερομηνία της Προσφοράς

20/07/2023

Ποσό Φόρου

274,84 €

Ημερομηνία λήξης ισχύος

04/08/2023

Ποσό (με Φ.Π.Α.)

1.420,00 €

Όροι πληρωμής

10 μέρες

Τρόπος Πληρωμής

Τραπεζική μεταφορά

Ημερομηνία παράδοσης

Καθυστερήση διαθεσιμότητας

Μέθοδο αποστολής

Πηγή

Υπολογισμένο βάρος

100 kg

Υπολογισμένος όγκος

1,1472 m³

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

Εικόνα 129. Παρατηρούμε ότι άλλαξε κατάσταση σε “Υπογεγραμμένη (χρειάζεται χρέωση)”

7.3.5. Μετατροπή Προσφοράς σε Παραγγελία

Αφού υπογράψαμε την προσφορά, τώρα θα την μετατρέψουμε σε παραγγελία. Από την οθόνη που βρισκόμαστε επιλέγουμε “Δημιουργία Παραγγελίας” (Εικόνα 130), “Δημιουργία σχεδίου” (Εικόνα 131 - μπορούμε να προσθέσουμε μερικά δεδομένα ή πληροφορίες σε αυτό το σημείο), “Επικύρωση” (Εικόνα 132) και “Ναι” (Εικόνα 133) και παρατηρούμε ότι η παραγγελία πλέον είναι επικυρωμένη (Εικόνα 134). Τέλος, αν κοιτάξουμε τη “Λίστα Προοπτικών” θα δούμε ότι η προοπτική “e-desk” δεν υπάρχει πλέον. Αυτό συμβαίνει διότι έχει μεταφερθεί αυτόματα στη λίστα των πελατών (Εικόνα 135).

Εντολές πωλήσεων

Νέα παραγγελία

Λίστα

Στατιστικά

Προσφορές προμηθ...

Νέο αίτημα τιμής

Λίστα

Στατιστικά

Παραγγελίες αγοράς

Νέα παραγγελία

Λίστα

Στατιστικά

Εκπτώσεις

Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή.
Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης.

Ποσό (εκτός φόρου)

1.145,16 €

Ημερομηνία της Προσφοράς

20/07/2023

Ποσό Φόρου

274,84 €

Ημερομηνία λήξης ισχύος

04/08/2023

Ποσό (με Φ.Π.Α.)

1.420,00 €

Όροι πληρωμής

10 μέρες

Τρόπος Πληρωμής

Τραπεζική μεταφορά

Ημερομηνία παράδοσης

Καθυστερήση διαθεσιμότητας

Μέθοδο αποστολής

Πηγή

Υπολογισμένο βάρος

100 kg

Υπολογισμένος όγκος

1,1472 m³

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

ΕΚ ΝΕΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

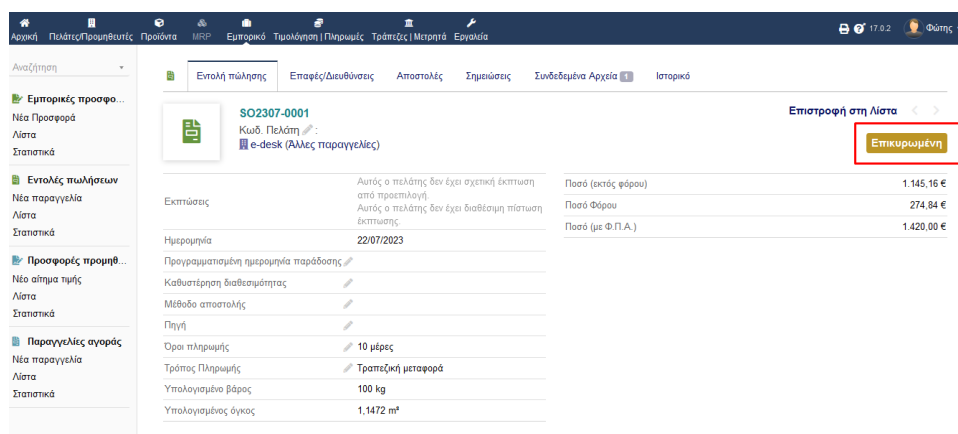
ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 130. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελίας”

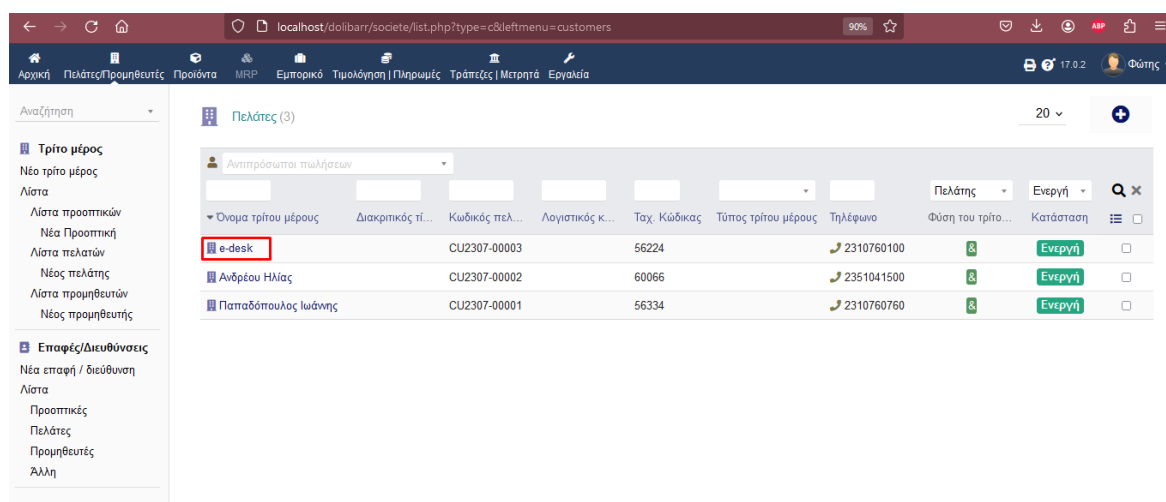
Εικόνα 131. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”

Εικόνα 132. Επιλογή “Επικύρωση”

Εικόνα 133. Επιλογή “Ναι”



Εικόνα 134. Παρατηρούμε ότι πλέον είναι “Επικυρωμένη”



Εικόνα 135. Παρατηρούμε το “e-desk” που πλέον βρίσκεται στη λίστα πελατών

7.3.6. Έλεγχος κι αναπλήρωση αποθεμάτων για αποστολή παραγγελίας

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να αποστείλουμε την παραγγελία μας. Αρχικά από αυτήν θα επιλέξουμε “Δημιουργία Αποστολής (Εικόνα 136) και θα μας ανοίξει σε επόμενη καρτέλα ένα παράθυρο με πεδία προς συμπλήρωση. Στο κάτω μέρος αυτού του παραθύρου, παρατηρούμε 2 σήματα με απαγορευτικό (Εικόνα 137). Αφού το Dolibarr έλεγξε το

πραγματικό μας απόθεμα (που είναι 0) μας προειδοποιεί ότι δεν έχουμε αρκετά διαθέσιμα για την αποστολή της παραγγελίας και στα δύο προϊόντα (ξύλο μασίφ, ξύλο ακακίας).

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

[ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL](#) [ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ](#) [ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ](#) [ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΠΑΡΑΔΟΜΕΝΗ](#) [ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ](#)
[ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ](#) [ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ](#) [ΑΚΥΡΩΣΗ](#) [ΔΙΑΓΡΑΦΗ](#)

Εικόνα 136. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”

Αναζήτηση

Εμπορικές προσφο...

Νέα Προσφορά

Λίστα

Στατιστικά

Εντολές πωλήσεων

Νέα παραγγελία

Λίστα

Στατιστικά

Προσφορές προμηθ...

Νέο αίτημα τιμής

Λίστα

Στατιστικά

Παραγγελίες αγοράς

Νέα παραγγελία

Λίστα

Στατιστικά

Εντολή πώλησης

Επαφές/Διευθύνσεις

Αποστολές

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

Ιστορικό

SO2307-0001

Κωδ. Πελάτη

e-desk

Επιστροφή στη λίστα

Επικυρωμένη

Εκπτώσεις

Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή.

Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης.

Ποσό (εκτός φόρου)

1.145,16 €

Ποσό Φόρου

274,84 €

Ποσό (με Φ.Π.Α.)

1.420,00 €

Ημερομηνία

22/07/2023

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης

Καθυστέρηση διαθεσιμότητας

Μέθοδος αποστολής

Πηγή

Υπολογισμένο βάρος

100 kg

Υπολογισμένος όγκος

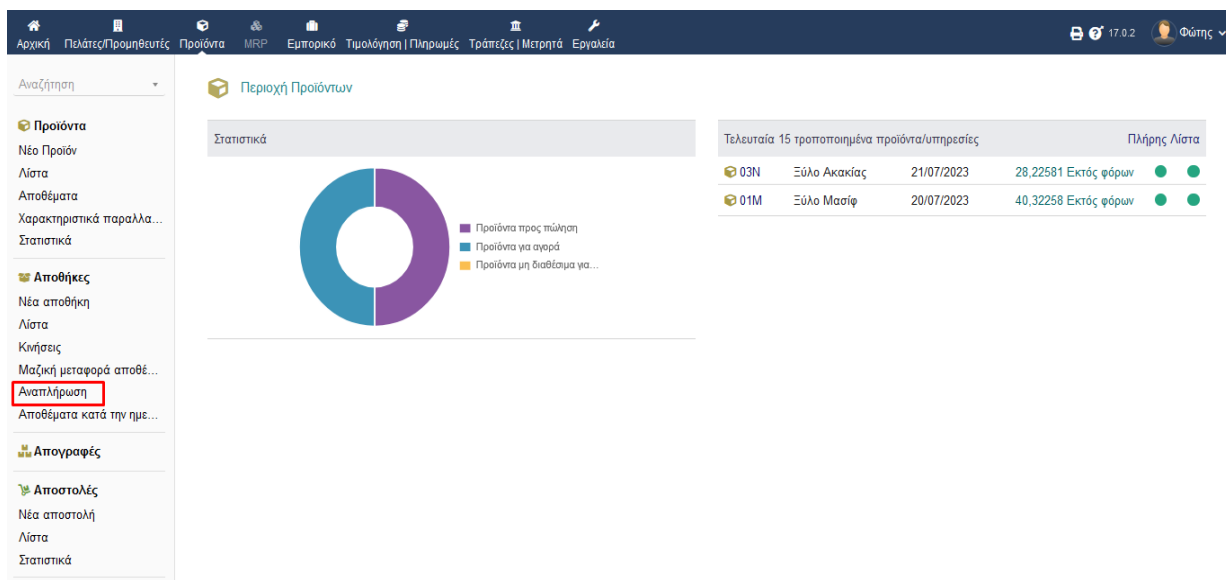
1,1472 m³

Περιγραφή	Ποσότητα παραγγελίας	Απεσταλμένη ποσότητα	Παραμένει για αποστολή	Πραγματικό απόθεμα
01M - Ξύλο Μασίφ	20	0	20	0 ⚠
03N - Ξύλο Ακακίας	20	0	20	0 ⚠

Εικόνα 137. Εμφάνιση απαγορευτικού, Πραγματικό Απόθεμα μικρότερο από Ποσότητα παραγγελίας

Αφού δεν έχουμε αρκετά διαθέσιμα, θα πρέπει να παραγγείλουμε από κάποιον προμηθευτή μας. Θα πάμε στην ενότητα των Προϊόντων και θα επιλέξουμε “Αναπλήρωση” (Εικόνα 138). Στο παράθυρο που ανοίγει διαλέγουμε τον προμηθευτή που προτιμάμε (Εικόνα 139), επιλέγουμε τα προϊόντα που θέλουμε να παραγγείλουμε (Εικόνα 140) και συμπληρώνουμε τον αριθμό που χρειαζόμαστε ή και ακόμη περισσότερα (Εικόνα 141). Επιλέγουμε “Δημιουργία Παραγγελιών” (Εικόνα 142) και αυτή έχει επιτευχθεί. Την ανοίγουμε και επιλέγουμε “Επικύρωση και Έγκριση” (Εικόνα 143), έπειτα το “Ναι” (Εικόνα 144) και παρατηρούμε ότι πλέον είναι σε κατάσταση “Εγκρίθηκε” (Εικόνα 145). Στα συνημμένα αρχεία δημιουργείται αυτόματα ένα PDF αρχείο με την παραγγελία (Εικόνα 146), το οποίο αν το πατήσουμε θα μας

ανοίξει απευθείας για να δούμε, ελέγξουμε, κατεβάσουμε ή προωθήσουμε το αρχείο (Εικόνα 147).



138. Επιλογή “Αναπλήρωση”

Προμηθευτής	Ετικέτα	Επιθυμητό απόθεμα	Όριο για ειδο...	Εικονικό απόθ...	Παραγγελίες	Για να παρα...	SKU προμηθευτή
01M	Ξύλο Μασίφ	0	0	0	0	0	Wood Factory - B01 - 16,12903 €/1 Μονάδα
03N	Ξύλο Ακακίας	0	0	0	0	0	Wood Factory - B02 - 12,09677 €/1 Μονάδα

Εικόνα 139. Επιλογή προμηθευτή

Διπλωματική Εργασία: Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων και Υλοποίηση Επιχειρησιακών Σεναρίων σε ERP Ανοικτού Κώδικα

Αναζήτηση

Αναπλήρωση

Χαμένα αποθέματα Παραγγελίες αναπλήρωσης

Αυτή είναι μια λίστα με όλα τα προϊόντα με αποθέματα χαμηλότερα από το επιθυμητό (ή χαμηλότερη από την τιμή ειδοποίησης εάν είναι επιλεγμένο το πλαίσιο ελέγχου "μόνο ειδοποίηση"). Χρησιμοποιώντας το πλαίσιο ελέγχου, μπορείτε να δημιουργήσετε εντολές αγοράς για να συμπληρώσετε τη διαφορά.

Τρέχουσα μέθοδος εσλογής: ☒ Χρησιμοποιήστε το εικονικό απόθεμα ☐ Χρησιμοποιήστε το φυσικό απόθεμα

Προμηθευτής: ΦΙΛΤΡΟ

Αναπλήρωση (2)

Αναφ.	Ετικέτα	Επιθυμητό απόθεμα	Όριο για ειδο...	Εικονικό απόθ...	Παραγγελίες	Για να παρα...	SKU προμηθευτή
☐ 01M	Ξύλο Μασίφ	0	0	0	0	0	Wood Factory - B01 - 16,12903 €/1 Μονάδα
☐ 03N	Ξύλο Ακακίας	0	0	0	0	0	Wood Factory - B02 - 12,09677 €/1 Μονάδα

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Εικόνα 140. Επιλογή όλων των προϊόντων

Αναπλήρωση (2)

Αναφ.	Ετικέτα	Επιθυμητό απόθεμα	Όριο για ειδο...	Εικονικό απόθ...	Παραγγελίες	Για να παρα...	SKU προμηθευτή
☒ 01M	Ξύλο Μασίφ	0	0	0	0	20	Wood Factory - B01 - 16,12903 €/1 Μονάδα
☒ 03N	Ξύλο Ακακίας	0	0	0	0	20	Wood Factory - B02 - 12,09677 €/1 Μονάδα

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Εικόνα 141. Επιλογή “Δημιουργία Παραγγελιών”

Αναζήτηση

Αναπλήρωση

Χαμένα αποθέματα Παραγγελίες αναπλήρωσης

Αυτή είναι μια λίστα με όλες τις ανοιχτές εντολές αγοράς συμπεριλαμβανομένων των προκαθορισμένων προϊόντων. Μόνο ανοιχτές παραγγελίες με προκαθορισμένα προϊόντα, επομένως οι παραγγελίες που ενδέχεται να επηρεάσουν τα αποθέματα, είναι ορατές εδώ.

Αναφ.	Εταιρία	Συντάκτης	Ποσό (με Φ.Π.Α.)	Δημιουργία Παραγγελίας	Κατάσταση
☒ (PROV1)	Wood Factory	admin2	700,00	23/07/2023 20:42	Προσχέδιο

Εικόνα 142. Επιλογή παραγγελίας για εμφάνιση

Με απλό κλικ επί της προσφοράς, ανοίγει η φόρμα για επικύρωση.

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α.	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02	24%	12,09677	14,9999	20		241,94

☐ Στοιχείο ελεύθερου κειμένου, πληκτρολογήστε:

☐ Προκαθορισμένο προϊόν προς αγορά

24% 1 %

Εικόνα 143. Επιλογή “Επικύρωση και Έγκριση”

Επικύρωση παραγγελίας

Είστε σίγουροι ότι θέλετε να επικυρώσετε αυτήν την παραγγελία με το όνομα **PO2307-0001** ;

Εικόνα 144. Επιλογή “Ναι”

Παραγγελία αγοράς | Επαφές/Διευθύνσεις | Σημειώσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία 1 | Συμβάντα

PO2307-0001 Επιστροφή στη λίστα

Αναφ. Προμηθευτή : Wood Factory (Άλλες παραγγελίες)

Από: Φώτης Ιωάννου

Εκπτώσεις: Δεν υπάρχει προστιλεγμένη σχετική έκπτωση από αυτόν τον προμηθευτή. Δεν διατίθεται έκπτωση/πίστωση από αυτόν τον προμηθευτή.

Όροι πληρωμής:

Τρόπος Πληρωμής:

Καθυστερήση παράδοσης (ημέρες):

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης:

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α.	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02	24%	12,09677	14,9999	20		241,94

Εικόνα 145. Παρατηρούμε κατάσταση “Εγκρίθηκε”

Συνδεδεμένα Αρχεία

Πρότυπο εγγράφου	musca...	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
 PO2307-0001.pdf		107 Kb 23/07/2023 20:43 

Ενέργειες στην παραγγελία

Αναφ.	Ανά	Τύπος	Τίτλος	▲ Ημερομηνία
Κανένα				

Σχετικά Αντικείμενα

 Σύνδεση με...

Τύπος	Αναφ.	Ημερομηνία	Ποσό (εκτός)	Κατάσταση
Κανένα				

Εικόνα 146. Επιλέγουμε αρχείο παραγγελίας

Home Furniture

Παραγγελία αγοράς PO2307-0001

Παραγγελία προς επεξεργασία
Κωδικός προμηθευτή : SU2307-00001

Από

Home Furniture
Μοναστηρίου 120
10440 Θεσσαλονίκη

Τηλέφωνο: 2310100200
Email: homefurniture@otenet.gr

Στοιχεία Παλάτι

Wood Factory
58200 Έδεσσα

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Ποσ.	Ποσό σε νόμισμα Ευρώ
				Σύνολο (εκτός)
01M (SKU προμηθευτή B01) - Ξύλο Μασίφ	24%	16,12503	20	322,58
03N (SKU προμηθευτή B02) - Ξύλο Ακακίας	24%	12,09677	20	241,94
Σύνολο χωρίς ΦΠΑ				564,52
Συνολικός Φ.Π.Α. 24%				135,48
Σύνολο (με Φ.Π.Α.)				700,00

Εικόνα 147. Εμφάνιση PDF αρχείου παραγγελίας

Υπάρχει και δεύτερος τρόπος όμως για να ολοκληρώσουμε μία παραγγελία και μάλιστα είναι πιο γρήγορος. Πάλι από την ενότητα των “Προϊόντων”, θα επιλέξουμε “αναπλήρωση” αλλά και “Παραγγελίες αναπλήρωσης” (Εικόνα 148). Εκεί βλέπουμε όλες τις παραγγελίες αγορών που πρέπει να κάνουμε για να έχουμε διαθέσιμα αποθεματικά για τις παραγγελίες πωλήσεων μας. Επιλέγουμε την παραγγελία που θέλουμε (Εικόνα 149), στη συνέχεια “Δημιουργία Παραγγελίας” (Εικόνα 150), τη μέθοδο με την οποία κάνουμε την παραγγελία (Εικόνα 151), “Δημιουργία Παραγγελίας” (Εικόνα 152) εκ νέου, έπειτα το “Ναι” (Εικόνα 153) και βλέπουμε

την κατάσταση να γίνεται πράσινη σε χρώμα και να γράφει “ Παραγγέλθηκε - Αναμονή Παραλαβής” (Εικόνα 154).

Αναζήτηση

Προϊόντα

Νέο Προϊόν

Λίστα

Αποθέματα

Χαρακτηριστικά παραλλα...

Στατιστικά

Αποθήκες

Νέα αποθήκη

Λίστα

Κινήσεις

Μαζική μεταφορά αποθέ...

Αναπλήρωση

Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

Νέα αποστολή

Λίστα

Στατιστικά

Αναπλήρωση

Χαμένα αποθέματα

Παραγγελίες αναπλήρωσης

Αυτή είναι μια λίστα με όλα τα προϊόντα με απόθεμα χαμηλότερο από το επιθυμητό (ή χαμηλότερη από την τιμή ειδοποίησης εάν είναι επιλεγμένο το πλαίσιο ελέγχου "μόνο ειδοποίηση"). Χρησιμοποιώντας το πλαίσιο ελέγχου, μπορείτε να δημιουργήσετε εντολές αγοράς για να συμπληρώσετε τη διαφορά.

Τρέχουσα μέθοδος επιλογής: ☒ Χρησιμοποιήστε το εικονικό απόθεμα ☐ Χρησιμοποιήστε το φυσικό απόθεμα

Προμηθευτής:

Αναπλήρωση (2)

Αναφ.	Ετικέτα	Επιθυμητό απόθεμα	Όριο για ειδο...	Εικονικό απόθ...	Παραγγελίες	Για να παρα...	SKU προμηθευτή
01M	Ξύλο Μασίφ	0	0	0	0	0	Wood Factory - B01 - 16,12903 €/1 Μονάδα
03N	Ξύλο Ακακίας	0	0	0	0	0	Wood Factory - B02 - 12,09677 €/1 Μονάδα

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Εικόνα 148. Επιλογή “Παραγγελίες αναπλήρωσης”

Αναζήτηση

Προϊόντα

Νέο Προϊόν

Λίστα

Αποθέματα

Χαρακτηριστικά παραλλα...

Στατιστικά

Αποθήκες

Νέα αποθήκη

Λίστα

Κινήσεις

Μαζική μεταφορά αποθέ...

Αναπλήρωση

Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

Νέα αποστολή

Λίστα

Στατιστικά

Αναπλήρωση

Χαμένα αποθέματα

Παραγγελίες αναπλήρωσης

Αυτή είναι μια λίστα με όλες τις ανοιχτές εντολές αγοράς συμπεριλαμβανομένων των προκαθορισμένων προϊόντων. Μόνο ανοιχτές παραγγελίες με προκαθορισμένα προϊόντα, επομένως οι παραγγελίες που ενδέχεται να επηρεάσουν τα αποθέματα, είναι ορατές εδώ.

Αναφ.	Εταιρία	Συντάκτης	Ποσό (με Φ.Π.Α.)	Δημιουργία Παραγγελίας	Κατάσταση
PO2307-0001	Wood Factory	admin2	700,00	23/07/2023 20:42	Εγκεκριμένη

Εικόνα 149. Επιλογή Παραγγελίας

Διπλωματική Εργασία: Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων και Υλοποίηση Επιχειρησιακών Σεναρίων σε ERP Ανοικτού Κώδικα

Αναζήτηση

Προϊόντα

Νέο Προϊόν

Λίστα

Αποθέματα

Χαρακτηριστικά παραλλα...

Στατιστικά

Αποθήκες

Νέα αποθήκη

Λίστα

Κινήσεις

Μαζική μεταφορά αποθέ...

Αναπλήρωση

Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές

Νέα αποστολή

Λίστα

Στατιστικά

Παραγγελία αγοράς

Επαφές/Διευθύνσεις

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία 1

Συμβάντα

PO2307-0001

Αναφ. Προμηθευτή :

Wood Factory (Άλλες παραγγελίες)

Επιστροφή στη λίστα

Εγκρίθηκε

Αιτών

Φώτης Ιωάννου

Ποσό (εκτός φόρου)

564,52 €

Εκπτώσεις

Δεν υπάρχει προεπιλεγμένη σχετική έκπτωση από αυτόν τον προμηθευτή.

Ποσό Φόρου

135,48 €

Δεν διατίθεται έκπτωση/πίστωση από αυτόν τον προμηθευτή.

Ποσό (με Φ.Π.Α.)

700,00 €

Όροι πληρωμής

Τρόπος Πληρωμής

Καθυστέρηση παράδοσης (ημέρες)

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02	24%	12,09677	14,99999	20		241,94

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL

ΔΕΝ ΕΓΚΡΙΝΕΤΑΙ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ

Εικόνα 150. Επιλογή "Δημιουργία Παραγγελίας"

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01		16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02		12,09677	14,99999	20		241,94

Δημιουργία παραγγελίας

Ημερομηνία παραγγελίας

Μέθοδος παραγγελίας

Online

Online

Σχόλιο

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 151. Επιλογή μεθόδου παραγγελίας

Δημιουργία παραγγελίας

Ημερομηνία παραγγελίας	23/07/2023 21 : 07 Τώρα
Μέθοδος παραγγελίας	Online
Σχόλιο	
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΚΥΡΩΣΗ	

Εικόνα 152. Επιλογή "Δημιουργία Παραγγελίας"

Δημιουργία παραγγελίας

Είστε σίγουροι ότι θέλετε να επιβεβαιώσετε ότι πραγματοποιήσατε αυτήν την παραγγελία στο 23/07/2023 ;

Ναι Όχι

Εικόνα 153. Επιλογή "Ναι"

Αναζήτηση

Προϊόντα
Νέο Προϊόν
Λίστα
Αποθέματα
Χαρακτηριστικά παραλλα...
Στατιστικά

Αποθήκες
Νέα αποθήκη
Λίστα
Κινήσεις
Μαζική μεταφορά αποθέ...
Αναπλήρωση
Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές
Νέα αποστολή
Λίστα
Στατιστικά

Παραγγελία αγοράς

Επαφές/Διευθύνσεις

Σημειώσεις

Συνδεδεμένα Αρχεία

Συμβάντα

PO2307-0001

Αναφ. Προμηθευτή : Wood Factory (Άλλες παραγγελίες)

Επιστροφή στη λίστα

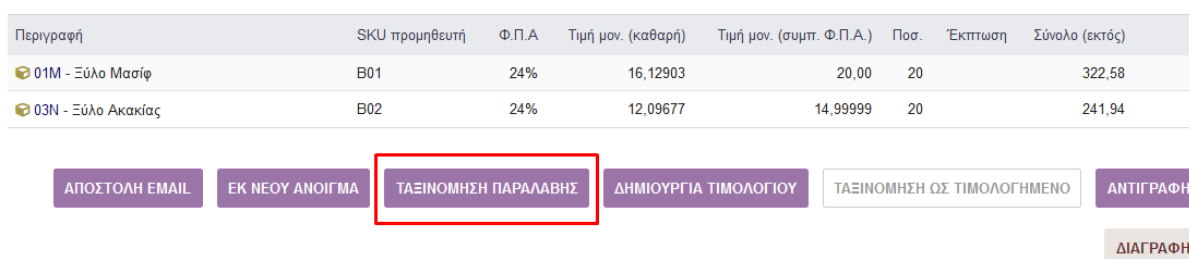
Παραγγέλθηκε - Αναμονή παραλαβής

Ημερομηνία	23/07/2023	Ποσό (εκτός φόρου)	564,52 €
Μέθοδος	Online	Ποσό Φόρου	135,48 €
Απάν	Φώτης Ιωάννου	Ποσό (με Φ.Π.Α.)	700,00 €
Εκπτώσεις	Δεν υπάρχει προεπιλεγμένη σχετική έκπτωση από αυτόν τον προμηθευτή. Δεν διατίθεται έκπτωση/πίστωση από αυτόν τον προμηθευτή.		
Όροι πληρωμής			
Τρόπος Πληρωμής			
Καθυστερήση παράδοσης (ημέρες)			
Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης			

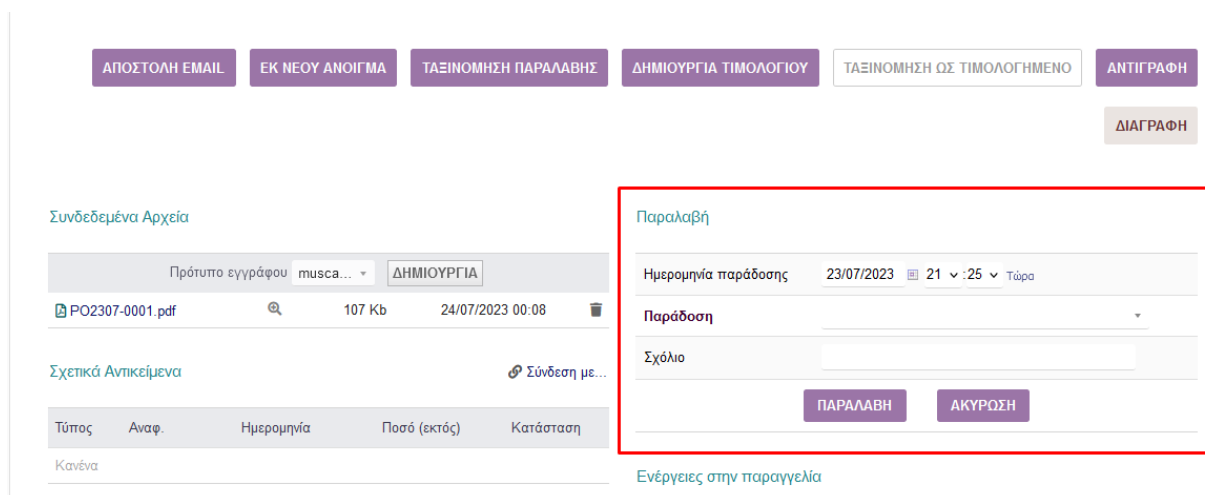
Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
02N - Ξύλο Ανεκίτης	B02	24%	17,09677	14,99999	20		241,94

Εικόνα 154. Εμφάνιση κατάστασης "Παραγγέλθηκε - Αναμονή Παραλαβής"

Στη συνέχεια θα συντονίσουμε την παραλαβή της παραγγελίας μας. Θα επιλέξουμε “Ταξινόμηση Παραλαβής” (Εικόνα 155) και στο παράθυρο που θα εμφανιστεί θα επιλέξουμε πότε θέλουμε (Εικόνα 156) και πόσο τμήμα της παραγγελίας να παραλάβουμε (Εικόνα 157 - Ολοκληρώθηκε ή δεν αναμένεται κάτι περισσότερο, Μερική, Δεν παραλήφθηκε, Ακυρώθηκε). Κατόπιν, επιλέγουμε πότε έγινε η παραλαβή των προϊόντων (Εικόνα 158) παρατηρούμε ότι η κατάσταση της παραγγελίας έχει αλλάξει σε “Όλα τα προϊόντα παραλήφθηκαν” (Εικόνα 159) και πράγματι αν κοιτάξουμε στις αποθήκες μας(-> προϊόντα -> αποθήκες -> MaterialWarehouse), όντως έχει αυξηθεί το απόθεμα (Εικόνα 160).



Εικόνα 155. Επιλογή “Ταξινόμηση Παραλαβής”



Εικόνα 156. Εμφάνιση παραθύρου “Παραλαβή”

|

Ολοκληρώθηκε ή δεν αναμένεται κάτι περισσότερο

Μερική

Δεν παραλήφθηκε

Ακυρώθηκε

Εικόνα 157. Επιλογή κατάστασης παραλαβής

Παραλαβή

Ημερομηνία παράδοσης 23/07/2023 21:25 Τώρα

Παράδοση Ολοκληρώθηκε ή δεν αναμένεται κάτι περισσότ...

Σχόλιο

ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 158. Επιλογή “Παραλαβή”

Αρχική Πελάτες/Προμηθευτές Προϊόντα MRP Εμπορικά Τιμολόγηση Πληρωμές Τράπεζες | Μεταρτά Εργαλεία

Αναζήτηση

Παραγγελία αγοράς Επαφές/Δευτερεύουσες Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Συμβόλτα

Προϊόντα
Νέο Προϊόν
Λίστα
Αποθέματα
Χαρακτηριστικά παραλα...
Στατιστικά

Αποθήκες
Νέα αποθήκη
Λίστα
Κινήσεις
Μαζική μεταφορά αποθέ...
Ανατίμρωση
Αποθέματα κατά την ημε...

Απογραφές

Αποστολές
Νέα αποστολή

PO2307-0001
Αναφ. Προμηθευτή : Wood Factory (Άλλες παραγγελίες)

Επιστροφή στη λίστα
Όλα τα προϊόντα παραλήφθηκαν

Παραγγελία: **Ενεργή**

Όνομα: Wood Factory
2381050500

Χώρα: GR
Κωδικός προμηθευτή: SU2307-00001

Εκπτώσεις
Δεν διατίθεται έκπτωση/πίστωση από αυτόν τον προμηθευτή.

Ημερομηνία	23/07/2023	564,52 €
Μέθοδος	2381050500	135,48 €
Από	Χώρα: GR	700,00 €

Οροι πληρωμής
Τρόπος Πληρωμής
Καθυστερήση παράδοσης (ημέρες)
Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης

Εικόνα 159. Παρατηρούμε την κατάσταση “Όλα τα προϊόντα παραλήφθηκαν”

Προϊόντα (5) 20 +

Αναφ.	Ετικέτα	Τιμή Πώλησης	Καλύτερη τιμή αγοράς	Επιθυμητό α...	Φυσικό απόθ...	Εικονικό από...	Κατάσταση (Π...	Κατάσταση (...)	
01M	Ξύλο Μασίφ	50,00 Με Φ.Π.Α.	16,12903 Εκτός φόρων	0	20	20	Προς Πώληση	Προς Αγορά	☐
02F	FlexiSpot	40,00 Με Φ.Π.Α.	20,16129 Εκτός φόρων	0	0	0	Προς Πώληση	Προς Αγορά	☐
03N	Ξύλο Ακακίας	35,00 Με Φ.Π.Α.	12,09677 Εκτός φόρων	0	20	20	Προς Πώληση	Προς Αγορά	☐
04E	Σύνθεση	15,00 Εκτός φόρων	8,00 Εκτός φόρων	0	0	0	Προς Πώληση	Προς Αγορά	☐
05S	Sliq	45,00 Με Φ.Π.Α.	20,16129 Εκτός φόρων	0	0	0	Προς Πώληση	Προς Αγορά	☐

Εικόνα 160. Εμφάνιση προϊόντων

7.3.7. Δημιουργία Τιμολογίου Αγοράς

Μαζί με την παραλαβή των προϊόντων συνήθως έρχεται και το τιμολόγιο αγοράς. Για να το δημιουργήσουμε στο Dolibarr δε χρειάζεται παρά να μείνουμε στην παραγγελία και να επιλέξουμε “Δημιουργία Τιμολογίου” (Εικόνα 161), να συμπληρώσουμε μερικά απαραίτητα στοιχεία (Αναφορά Προμηθευτή, Ημερομηνία Τιμολογίου, Όροι Πληρωμής, Προθεσμία Πληρωμής, Τρόπος Πληρωμής, Τραπεζικός Λογαριασμός), να επιλέξουμε “Δημιουργία Σχεδίου” (Εικόνα 162) και το τιμολόγιο έχει δημιουργηθεί. Παρατηρούμε την κατάστασή του που γράφει “απλήρωτο” (Εικόνα 163).

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02	24%	12,09677	14,99999	20		241,94

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL
ΕΚ ΝΕΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ
ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ
ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 161. Επιλογή “Δημιουργία Τιμολογίου”

New vendor invoice

Αναφ. Προσχέδιο
Προμηθευτής Wood Factory
Αναφ. Προμηθευτή PO2307-0003
Τύπος Τιμολόγιο
Εκπτώσεις
Ετικέτα
Ημερομηνία τιμολογίου 24/07/2023
Όροι πληρωμής Άμεσα Πληρωτέο
Προθεσμία Πληρωμής ως
Τρόπος Πληρωμής Τραπεζική μεταφορά
Τραπεζικός Λογαριασμός Eurobank GR
Σημειώσεις (δημόσιες)
Σημειώσεις (προσωπικές)
Παραγγελία αγοράς PO2307-0001
Ποσό (εκτός φόρου) 564,52
Ποσό Φόρου 135,48
Ποσό (με Φ.Π.Α.) 700,00

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 162. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”

7.3.8. Αποπληρωμή Τιμολογίου Αγοράς

Μαζί με την παραλαβή των προϊόντων, λάβαμε και το τιμολόγιο αγοράς το οποίο πρέπει να εξοφλήσουμε είτε άμεσα είτε μέχρι κάποιο χρονικό πλαίσιο που μας επιτρέπει ο προμηθευτής μας. Για να το κατορθώσουμε αυτό, επιλέγουμε “Εισαγωγή Πληρωμής” (Εικόνα 163), συμπληρώνουμε ημερομηνία, τρόπο πληρωμής, λογαριασμό και το ποσό που επιθυμούμε, επιλέγουμε “Πληρωμή” (Εικόνα 164), “Επικύρωση” (Εικόνα 165) και η κατάσταση του τιμολογίου αλλάζει σε “Πληρωμένο” (Εικόνα 166) και το πεδίο “Παραμένουν Απλήρωτα” γράφει πλέον 0€.

Τιμολόγιο προμηθευτή Επαφές/Διευθύνσεις Σημειώσεις Συνδεδεμένα Αρχεία Ιστορικό

SI2307-0001
Αναφ. Προμηθευτή : PO2307-0003
Wood Factory (Άλλα τιμολόγια)

Επιστροφή στη λίστα

Απλήρωτα

Τύπος Τιμολόγιο
Διαθέσιμες εκπτώσεις ή πιστώσεις
Ετικέτα
Ημερομηνία τιμολογίου 24/07/2023
Όροι πληρωμής Άμεσα Πληρωτέο
Προθεσμία Πληρωμής ως 25/07/2023
Τρόπος Πληρωμής
Τραπεζικός Λογαριασμός

Ποσό (εκτός φόρου) 564,52 €
Ποσό Φόρου 135,48 €
Ποσό (με Φ.Π.Α.) 700,00 €

Πληρωμές	Ημερομηνία	Τύπος	Τραπεζικός Λογαριασμός	Ποσό
Κανένα				
Έχει ήδη πληρωθεί (χωρίς πιστωτικές σημειώσεις και προκαταβολές)				0,00
				Τιμολογημένο 700,00
				Παραμένουν απλήρωτα 700,00

Περιγραφή	SKU προμηθευτή	Φ.Π.Α.	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μαδίφ	B01	24%	16,12903	20,00	20		322,58
03N - Ξύλο Ακακίας	B02	24%	12,09677	14,99999	20		241,94

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ 'ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΜΜΕΝΟ' ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΙΣΤΟΤΙΚΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 163. Παρατηρούμε κατάσταση τιμολογίου “Απλήρωτο”, επιλέγουμε “Εισαγωγή Πληρωμής”

Εισαγωγή πληρωμής

Εταιρία

Wood Factory

Ημερομηνία

24/07/2023

Τρόπος Πληρωμής

Τραπεζική μεταφορά

Λογαριασμός

Eurobank GR

Αριθμός

Σχόλια

Τιμολόγιο	Αναφ. Προμηθευτή	Ημερομηνία	Προθεσμία Πληρωμής ως	Ποσό (με Φ.Π.Α.)	Ήδη πληρωμένο	Παραμένουν απληρωτά	Ποσό πληρωμής
SI2307-0001	PO2307-0003	24/07/2023	25/07/2023	700,00	0,00	700,00	700

☒ Ταξινομήστε αυτόματα όλα τα τυπικά τιμολόγια, τα τιμολόγια προκαταβολής ή αντικατάστασης ως "Πληρωμένα" όταν η πληρωμή γίνει εξ ολοκλήρου.

ΠΛΗΡΩΜΗ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 164. Εισαγωγή Ποσού Πληρωμής κι Επιλογή “Πληρωμή”

☒ Πληρωμές που καταβλήθηκαν σε προμηθευτές

Επηρεάζονται αυτήν την καταχώριση πληρωμές για 700,00 Εpsilon;psilon;lon; δho; ω; Όλα τα τιμολόγια χωρίς υπόλοιπο προς πληρωμή θα κλείσουν αυτόματα στην κατάσταση "Πληρωμένα".

Ναι

Εικόνα 165. Επιλογή “Επικύρωση”

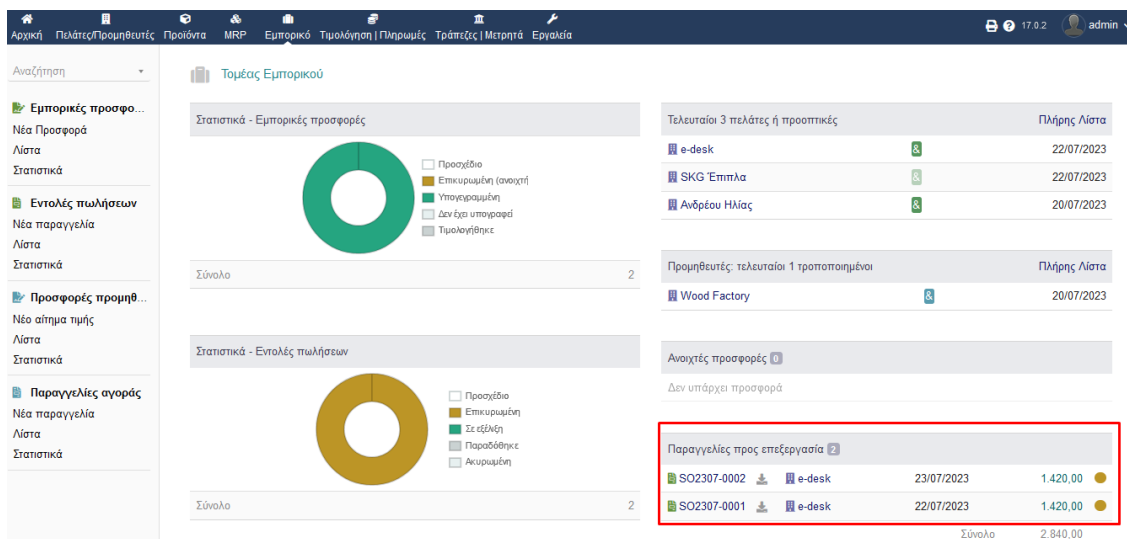
	Τιμολόγια προμηθευτή	Επαφές/Διευθύνσεις	Σημειώσεις	Συνδεδεμένα Αρχεία	Ιστορικό
	SI2307-0001 Αναρ. Προμηθευτή ✎ PO2307-0003 Wood Factory (Άλλα τιμολόγια)	Επιστροφή στη Λίστα < >			
					Πληρωμένο
Τύπος	Τιμολόγιο Ήταν πηγή ενός ή περισσότερων πιστωτικών σημειώσεων (PROVS) Δεν υπάρχει προστιλεγμένη σχετική έκπτωση από αυτόν τον προμηθευτή. Διαθέσιμες εκπτώσεις ή πιστώσεις Δεν διατίθενται έκπτωση/πίστωση από αυτόν τον προμηθευτή.				
Ετικέτα ✎					
Ημερομηνία τιμολογίου	24/07/2023				
Όροι πληρωμής	Άμεσα Πληρωτέο				
Προσέλαση Πληρωμής ως	25/07/2023				
Τρόπος Πληρωμής					
Τραπεζικός Λογαριασμός ✎					

Εικόνα 166. Εμφάνιση κατάστασης τιμολογίου “Πληρωμένο”

7.3.9. Αποστολή Παραγγελίας Πώλησης

Αφού πλέον έχουμε τα απαραίτητα προϊόντα στις αποθήκες μας μπορούμε να προχωρήσουμε στην αποστολή της παραγγελίας μας. Αρχικά πηγαίνουμε στην ενότητα “Εμπορικό” κι από

εκεί επιλέγουμε την “Παραγγελία προς επεξεργασία” (Εικόνα 167) που θέλουμε να στείλουμε, “Δημιουργία Αποστολής” (Εικόνα 168) , συμπληρώνουμε σημαντικά πεδία της αποστολής (Εικόνα 169), επιλέγουμε την αποθήκη από την οποία θα φύγουν τα προϊόντα για τον πελάτη (Εικόνα 170), “Δημιουργία Αποστολής” (Εικόνα 171), “Δημιουργία” (Εικόνα 172), “Επικύρωση” (Εικόνα 173), “Ναι” (Εικόνα 174) και παρατηρούμε ότι η κατάσταση αποστολή μας πλέον έχει αλλάξει σε “Επικυρωμένη” (Εικόνα 175). Μόλις επιλέξουμε “Κλείσιμο”, η κατάσταση θα αλλάξει σε “Σε εξέλιξη” (Εικόνα 176).



Εικόνα 167. Επιλογή Παραγγελίας προς επεξεργασία

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακατέχ	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

Εικόνα 168. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”

Αναζήτηση

Εμπορικές προσφορές...
Νέα Προσφορά
Λίστα
Στατιστικά

Εντολές πωλήσεων
Νέα παραγγελία
Λίστα
Στατιστικά

Προσφορές προμηθ...
Νέο αίτημα τιμής
Λίστα
Στατιστικά

Παραγγελίες αγοράς
Νέα παραγγελία
Λίστα
Στατιστικά

Αποστολές

SO2307-0002
Κωδ. Πελάτη :
e-desk

Επιστροφή στη Λίστα

Επικυρωμένη

Εκπτώσεις: Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή. Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης.

Ημερομηνία: 24/07/2023

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης

Καθυστερήση διαθεσιμότητας

Μέθοδο αποστολής: Generic transport service

Πηγή

Υπολογισμένο βάρος: 100 kg

Υπολογισμένος όγκος: 1,1472 m³

Περιγραφή	Ποσότητα παραγγελίας	Απεσταλμένη ποσότητα	Παραμένει για αποστολή	Πραγματικό απόθεμα
01M - Ξύλο Μασίφ	20	0	20	20
03N - Ξύλο Ακακίας	20	0	20	20

Πηγή αποθήκευσης

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Εικόνα 169. Συμπλήρωση πεδίων αποστολής

2

2

FinalProductWarehouse

MaterialWarehouse

Πηγή αποθήκευσης

Εικόνα 170. Επιλογή αποθήκης

Περιγραφή	Ποσότητα παραγγελίας	Απεσταλμένη ποσότητα	Παραμένει για αποστολή	Πραγματικό απόθεμα
01M - Ξύλο Μασίφ	20	0	20	20
03N - Ξύλο Ακακίας	20	0	20	20

Πηγή αποθήκευσης MaterialWarehouse

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Εικόνα 171. Επιλογή “Δημιουργία Αποστολής”

Διπλωματική Εργασία: Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων και Υλοποίηση Επιχειρησιακών Σεναρίων σε ERP Ανοικτού Κώδικα

Αναφ. παραγγελίας SO2307-0002

Εταιρία e-desk

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης 24/07/2023 04:07

Σημειώσεις (δημόσιες)

Περιγραφή	Ποσότητα παραγγελίας	Απεσταλμένη ποσότητα	Ποσότητα προς αποστολή	Αποθήκη (Απόθεμα:20)
01M - Ξύλο Μασίφ	20		20	MaterialWarehouse (Απόθεμα:20)
03N - Ξύλο Ακακίας	20		20	MaterialWarehouse (Απόθεμα:20)

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 172. Επιλογή “Δημιουργία”

Καρτέλα αποστολών

Αναφ. παραγγελίας SO2307-0002

Ημερομηνία Δημιουργίας 24/07/2023 01:06

Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης 24/07/2023 04:07

Βάρος 100 kg

Πλάτος 1,1472 m³

Υψος

Προϊόντα	Ποσότητα παραγγελίας	Ποσότητα σε άλλες αποστολές	Ποσότητα προς αποστολή	Πηγή αποθήκευσης	Υπολογισμένο βάρος	Υπολογισμένος όγκος
01M - Ξύλο Μασίφ	20		20	MaterialWarehouse	40 kg	392000 cm³ (ml)
03N - Ξύλο Ακακίας	20		20	MaterialWarehouse	60 kg	755200 cm³ (ml)

ΕΠΙΚΥΡΩΣΗ ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 173. Επιλογή “Επικύρωση”

Επιβεβαίωση αποστολής

Είστε σίγουροι ότι θέλετε να επικυρώσετε αυτήν την αποστολή με αναφορά SH2307-0001 ?

Ναι

Όχι

Εικόνα 174. Επιλογή “Ναι”

Καρτέλα αποστολών | Επαφές/Διευθύνσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία | Σημειώσεις

SH2307-0001
Κωδ. Πελάτη :
e-desk

Επιστροφή στη λίστα

Επικυρωμένη (προϊόντα για αποστολή ή που έχουν ήδη αποσταλεί)

Αναφ. παραγγελίας: SO2307-0002
Μέθοδο αποστολής: Generic transport service
Ημερομηνία Δημιουργίας: 24/07/2023 01:06
Αριθμός παρακολούθησης: 3344556677
Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης: 24/07/2023 04:07
Βάρος: 100 kg
Πλάτος:
Ύψος:
Βάθος:
Όγκος: 1,1472 m³

Προϊόντα	Ποσότητα παραγγελίας	Ποσότητα σε άλλες αποστολές	Ποσότητα προς αποστολή	Πηγή αποθήκευσης	Υπολογισμένο βάρος	Υπολογισμένος όγκος
01M - Ξύλο Μασίφ	20		20	MaterialWarehouse	40 kg	392000 cm³ (ml)
03N - Ξύλο Ακακίας	20		20	MaterialWarehouse	60 kg	755200 cm³ (ml)

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ | ΚΛΕΙΣΙΜΟ | ΑΚΥΡΩΣΗ | ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 175. Εμφάνιση κατάστασης “Επικυρωμένη”

Καρτέλα αποστολών | Επαφές/Διευθύνσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία | Σημειώσεις

SH2307-0001
Κωδ. Πελάτη :
e-desk

Επιστροφή στη λίστα

Σε εξέλιξη

Αναφ. παραγγελίας: SO2307-0002
Μέθοδο αποστολής: Generic transport service
Ημερομηνία Δημιουργίας: 24/07/2023 01:06
Αριθμός παρακολούθησης: 3344556677
Προγραμματισμένη ημερομηνία παράδοσης: 24/07/2023 04:07
Βάρος: 100 kg
Πλάτος:
Ύψος:
Βάθος:
Όγκος: 1,1472 m³

Προϊόντα	Ποσότητα παραγγελίας	Ποσότητα σε άλλες αποστολές	Αποσταλένη ποσότητα	Πηγή αποθήκευσης	Υπολογισμένο βάρος	Υπολογισμένος όγκος
01M - Ξύλο Μασίφ	20		20	MaterialWarehouse	40 kg	392000 cm³ (ml)
03N - Ξύλο Ακακίας	20		20	MaterialWarehouse	60 kg	755200 cm³ (ml)

ΕΚ ΝΕΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ | ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ | ΔΙΑΓΡΑΦΗ

Εικόνα 176. Κατάσταση “Σε εξέλιξη”

7.3.10. Έκδοση Τιμολογίου

Αφού στάλθηκε η παραγγελία, δημιουργούμε και το τιμολόγιο της. Από το μενού της “Εντολής Πώλησης” επιλέγουμε “Δημιουργία Τιμολογίου” (Εικόνα 177), συμπληρώνουμε απαραίτητα στοιχεία αποστολής και πληρωμής, επιλέγουμε “Δημιουργία Σχεδίου” (Εικόνα 178), “Επικύρωση” (Εικόνα 179), “Ναι” (Εικόνα 180) και το τιμολόγιο μας έχει δημιουργηθεί και υπάρχει αυτόματα κι αμέσως σε PDF αρχείο (Εικόνα 181), το οποίο ανοίγουμε να ελέγξουμε (Εικόνα 182), αλλά μπορούμε και να το κατεβάσουμε ή να το προωθήσουμε όπου θέλουμε.

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

[ΕΚ ΝΕΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ](#)[ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL](#)[ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ](#)[ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ](#)[ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ](#)[ΔΙΑΓΡΑΦΗ](#)

Εικόνα 177. Επιλογή “Δημιουργία Τιμολογίου”

Νέο τιμολόγιο

Πελάτης
Τύπος

Διαθέσιμες εκπτώσεις ή πιστώσεις

Ημερομηνία τιμολογίου

Όροι πληρωμής

Τρόπος Πληρωμής

Τραπεζικός Λογαριασμός

Πρότυπο εγγράφου

Σημειώσεις (Θημόσεις)

Σημειώσεις (προσωπικές)

Παραγγελία

Ποσό (εκτός φόρου)

Ποσό Φόρου

Ποσό (με Φ.Π.Α.)

Ε-φορ - Τρέχων ανεξόφλητος λογαριασμός: 0 €

Τιμολόγιο

Ποσοστό του αρχικού αντικειμένου: 100%

Απόδοτη είσπραξης προκαταβολής

Τιμολόγιο αντικατάστασης για το τιμολόγιο

Πρότυπο τιμολογίου

Σταθερό ποσό - 1 γραμμή με την σκέπη Προκαταβολή

Ποσό ή ποσοστό

Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προτιμολόγιο (Επεξεργασία σχετικής έκπτωσης)

Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης (Επεξεργασία απόλυτη έκπτώσεις)

24/07/2023 11:14am

Λίμνα Πληρωτέα

Τραπεζική μεταφορά

Eurobank GR

saabe

SO2307-0002

1.145,16

274,84

1.420,00

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΧΕΔΙΟΥ

ΑΚΥΡΩΣΗ

Εικόνα 178. Επιλογή “Δημιουργία Σχεδίου”

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Εκπτώση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

☐ Στοιχείο ελεύθερου καμένου, πληκτρολογήστε:
☐ Προκαθορισμένο προϊόν

24% 1 %

Εικόνα 179. Επιλογή “Επικύρωση”

Επικύρωση τιμολογίου

Είστε σίγουροι πως θέλετε να επικυρώσετε αυτό το τιμολόγιο με αριθμό παραστατικού **IN2307-0001**;

Εικόνα 180. Επιλογή “Ναι”

Συνδεδεμένα Αρχεία

Πρότυπο εγγράφου	crabe	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
IN2307-0001.pdf	109 Kb	24/07/2023 04:28

Εικόνα 181. Επιλογή PDF

Home Furniture

Τιμολόγιο IN2307-0001

Ημερομηνία τιμολογίου: 24/07/2023
Καταληκτική Ημερομηνία: 25/07/2023
Κωδικός πελάτη: CU2307-00003
Αναρ. παραγγελίας: 502307-0002 / 24/07/2023

Amó

Home Furniture
Μοναστηρίου 120
10440 Θεσσαλονίκη
Τηλέφωνο: 2310100200
Email: homefurniture@otenet.gr

Στοιχεία Πελάτη

e-desk
Αριστοτέλους 54, Εόσμος
56224 Θεσσαλονίκη

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Ποσ.	Εκπτώση	Σύνολο (εκτός ΦΠΑ)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	20	40%	338,71

και ποσό, θα επιλέξουμε “Πληρωμή” (Εικόνα 184), “Επικύρωση” (Εικόνα 185) και το τιμολόγιο μας πλέον θα αλλάξει κατάσταση σε “Πληρωμένο” (Εικόνα 186).

The screenshot displays the 'Τιμολόγιο Πελάτη' (Customer Invoice) for 'IN2307-0001'. The interface includes a top navigation bar with tabs: 'Τιμολόγιο Πελάτη', 'Επικοινωνίες/Διευθύνσεις', 'Σημειώσεις', 'Συνδεδεμένα Αρχεία', and 'Ιστορικό'. The main content area shows the invoice details, including the customer 'e-desk (Άλλα τιμολόγια)', the invoice date '24/07/2023', and the payment method 'Τραπεζική μεταφορά' (Bank Transfer) to 'Eurobank'. A summary table on the right shows the total amount of 1,420.00 € and the amount paid of 0.00 €. Below the invoice details, there is a table of line items with columns: Περιγραφή, Φ.Π.Α., Τιμή μον. (καθαρή), Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.), Ποσ., Έκπτωση, and Σύνολο (εκτός). The table lists two items: '01M - Ξύλο Μασίφ' and '03N - Ξύλο Ακακίας'. At the bottom, there is a row of buttons: 'ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ', 'ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL', 'ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΠΛΗΡΩΜΗΣ' (highlighted with a red box), 'ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ 'ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΜΜΕΝΟ'', 'ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ', 'ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ', and 'ΔΙΑΓΡΑΦΗ'.

Εικόνα 183. Επιλογή “Εισαγωγή Πληρωμής”

The screenshot displays the 'Εισαγωγή πληρωμής από πελάτη' (Enter payment from customer) form. The form includes fields for 'Εταιρία' (Company), 'Ημερομηνία' (Date), 'Τρόπος Πληρωμής' (Payment Method), 'Λογαριασμός προς πίστωση' (Credit Account), 'Αριθμός' (Number), 'Αποστολέας' (Sender), and 'Τράπεζα' (Bank). The 'Εισαγωγή Πληρωμής' button is highlighted with a red box. Below the form, there is a table with columns: Τιμολόγιο, Ημερομηνία, Προθεσμία Πληρωμής ως, Ποσό (με Φ.Π.Α.), Παραλήφθηκε, Υπόλοιπο ποσό να ληφθεί, and Ποσό πληρωμής. The table lists the invoice 'IN2307-0001' with a total amount of 1,420.00 € and a payment of 0.00 €. At the bottom, there is a checkbox 'Ταξινομήστε αυτόματα όλα τα τυπικά τιμολόγια, τα τιμολόγια προκαταβολής ή αντικατάστασης ως "Πληρωμένα" όταν η πληρωμή γίνει εξ ολοκλήρου.' and a button 'ΠΛΗΡΩΜΗ' (highlighted with a red box).

Εικόνα 184. Επιλογή “Πληρωμή”

☒ Ληφθείσες Πληρωμές από πελάτες

Επιβεβαιώνετε αυτήν την καταχώριση πληρωμής για 1420 Εpsilon;psilon;ilon;εpsilon;psilon;ilon;εpsilon;ilon;ώ;
Όλα τα τιμολόγια χωρίς υπόλοιπο προς πληρωμή θα κλείσουν αυτόματα στην κατάσταση "Πληρωμένο".

Ναι

Εικόνα 185. Επιλογή “Επικύρωση”

Τιμολόγιο Πελάτη | Επαφές/Διευθύνσεις | Σημειώσεις | Συνδεδεμένα Αρχεία 1 | Ιστορικό

IN2307-0001
Κωδ. Πελάτη :
e-desk (Άλλα τιμολόγια)

Επιστροφή στη λίστα

Τύπος	Τυπικό	Ποσό (εκτός φόρου)	1.145,16 €
Διαθέσιμες εκπτώσεις ή πιστώσεις	Αυτός ο πελάτης δεν έχει σχετική έκπτωση από προεπιλογή. Αυτός ο πελάτης δεν έχει διαθέσιμη πίστωση έκπτωσης.	Ποσό Φόρου	274,84 €
Ημερομηνία τιμολογίου	24/07/2023	Ποσό (με Φ.Π.Α.)	1.420,00 €
Όροι πληρωμής	Άμεσα Πληρωτέο		
Προθεσμία Πληρωμής ως	25/07/2023		
Τρόπος Πληρωμής	Τραπεζική μεταφορά		
Τραπεζικός Λογαριασμός	Eurobank		

Πληρωμές	Ημερομηνία	Τύπος	Τραπεζικός Λογαριασμός	Ποσό
RAY2307-0001	24/07/2023 12:00	Τραπεζική μεταφορά	Eurobank	1.420,00
Έχει ήδη πληρωθεί (χωρίς πιστωτικές σημειώσεις και προκαταβολές)				1.420,00
Τιμολογημένο				1.420,00
Παραμένουν απλήρωτα				0,00

Περιγραφή	Φ.Π.Α	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (εκτός)
01M - Ξύλο Μασίφ	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακακίας	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

Εικόνα 186. Εμφάνιση κατάστασης “Πληρωμένο”

Για να επαληθεύσουμε τις σωστές κινήσεις χρημάτων, θα ελέγξουμε τον τραπεζικό μας λογαριασμό (Εικόνα 187). Επιλέγουμε την ενότητα “Τράπεζες | Μετρητά”, το λογαριασμό που επιθυμούμε (Eurobank), “Τραπεζικές συναλλαγές” (Εικόνα 188) και βλέπουμε τις χρεώσεις και τις πιστώσεις (Εικόνα 189) για να ελέγξουμε ότι όντως έγιναν σωστά οι κινήσεις του λογαριασμού μας.

Αρχική | Πιλάτες/Προμηθευτές | Προϊόντα | ΜΡΡ | Εμπορικά | Τιμολόγια | Πληρωμές | Τράπεζες | Μετρητά | Εργαλεία

Αναζήτηση

Τραπεζικοί Λογαριασμοί (1)

Τράπεζες | Μετρητά
Νέος λογαριασμός
Λίστα
Λίστα συναλλαγών
Λίστα συναλλαγών / κατη...
Εσωτερική μεταφορά
Πληρωμές με επιταγή

Τραπεζικοί Λογαριασμοί	Ετικέτα	Τύπος	Αριθμός	Συναλλαγές προς συμ...	Κατάσταση	Ισοζύγιο
Eurobank	Eurobank GR	Λογαριασμός Όψεως ή πιστωτικός...			Ανοιχτός	10.720,00 €
Σύνολο						10.720,00

Εικόνα 187. Επιλογή “Eurobank”

Τραπεζικός Λογαριασμός | **Τραπεζικές συναλλαγές** | Προγραμματισμένες συναλλαγές | Μηνιαία Αναφορά | Γραφήματα | Κινήσεις Λογαριασμού

Συνδεδεμένα Αρχεία

Eurobank
Eurobank GR
Ελλάδα - Θεσσαλονίκη

Επιστροφή στη λίστα < >

Ανοιχτός

Τύπος Λογαριασμού	Λογαριασμός Όψεως ή πιστωτικής κάρτας
Νόμισμα	Ευρώ
Μπορεί να συμφωνηθεί	Ναι
Ελάχιστο Επιτρεπτό Υπόλοιπο	
Ελάχιστο Επιθυμητό Υπόλοιπο	
Λογιστικός λογαριασμός	

Όνομα Τράπεζας	Eurobank GR
Κωδικός τράπεζας	
Αριθμός Λογαριασμού	
IBAN Αριθμός λογαριασμού	
Κωδικός BIC / SWIFT	
Διεύθυνση τράπεζας	
Ιδιοκτήτης Λογαριασμού	
Διεύθυνση Ιδιοκτήτη Λογαριασμού	

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ

Εικόνα 188. Επιλογή “Τραπεζικές συναλλαγές”

Τραπεζικός Λογαριασμός | **Τραπεζικές συναλλαγές** | Προγραμματισμένες συναλλαγές | Μηνιαία Αναφορά | Γραφήματα | Κινήσεις Λογαριασμού

Συνδεδεμένα Αρχεία

Eurobank
Eurobank GR
Ελλάδα - Θεσσαλονίκη

Επιστροφή στη λίστα < >

Ανοιχτός

Τραπεζικές συναλλαγές (3)

Αναφ.	Περιγραφή	Ημερομηνία λ...	Ημερομηνία α...	Τύπος	Αριθμός	Τρίτο μέρος/Χρ...	Χρέωση	Πίστωση	Ισοζύγιο	Αντίγραφο κί...
4	Πληρωμή Πελάτη	24/07/2023	24/07/2023	Τραπεζική με...	e-desk		1.420,00	10.720,00		
3	Πληρωμή προμηθευτή	24/07/2023	24/07/2023	Τραπεζική με...	Wood Factory		700,00	9.300,00		
1	Αρχικό Υπόλοιπο	19/07/2023	19/07/2023	Short			10.000,00	10.000,00		
Σύνολο							700,00	11.420,00		

Εικόνα 189. Παρατηρούμε χρεώσεις και πιστώσεις

7.3.12. Αποστολή e-mail στον Πελάτη μετά την ολοκλήρωση της αγοράς

Μέχρι στιγμής έχει ολοκληρωθεί η παραλαβή των προϊόντων από τον πελάτη, του έχουμε αποστείλει μαζί με αυτά το τιμολόγιο και μας έχει εξοφλήσει. Η διαδικασία της πώλησης σε αυτό το σημείο έχει τελειώσει, όμως εμείς θα επικοινωνήσουμε εκ νέου σε μεταγενέστερο χρόνο με τον πελάτη. Ο υπεύθυνος αντιπρόσωπος του εκάστοτε πελάτη, ή το

τμήμα που έχει αναλάβει τη συγκεκριμένη διαδικασία μπορεί μέσω του Dolibarr να στείλει ένα e-mail μέσω κάποιου προτύπου, με το οποίο να ευχαριστεί τον πελάτη για την προτίμηση του, να τον ρωτήσουμε αν έχει μείνει ευχαριστημένος με την παραγγελία και όλες τις διαδικασίες και πρωτόκολλα που τηρήθηκαν για την περάτωσή της, αλλά και να του δείξουμε ότι είμαστε δίπλα του. Με αυτήν την προσέγγιση ο πελάτης μας νιώθει πιο οικείους του και ίσως κερδίσουμε κάποια μετέπειτα συνεργασία ή προτροπή από αυτόν και σε υπόλοιπους συνεργάτες ή γνωστούς του.

Για να το πετύχουμε αυτό από το μενού της “Εντολής Πώλησης”, επιλέγουμε “Αποστολή email” (Εικόνα 190) και μας εμφανίζεται ένα παράθυρο με διάφορα πρότυπα, επιλογή για περισσότερους δέκτες, αλλά και δυνατότητα συμπλήρωσης κειμένου. Αφού ολοκληρώσουμε όλα αυτά, μόλις πατήσουμε εκ νέου “Αποστολή email” (Εικόνα 191) θα σταλθεί σε όλους τους παραλήπτες.

The screenshot shows the Dolibarr ERP interface. The top navigation bar includes 'Αρχική', 'Πακέτα/Προμηθευτές', 'Προϊόντα', 'MRP', 'Εμπορικό', 'Τιμολόγηση', 'Παραγγελίες', 'Τρόφιμα', 'Μικροπρά', and 'Εργαλεία'. The left sidebar has a search bar and several menu items: 'Εμπορικές προσφορές', 'Εντολές πωλήσεων', 'Προσφορές προμηθευτών', and 'Παραγγελίες αγορών'. The main content area is titled 'Εντολή πώλησης' and shows details for 'SO2307-0002'. It includes a 'Κωδ. Πελάτη' field with 'e-desk (Άλλες παραγγελίες)' and a 'Παραδόθηκε' button. Below this, there are several tables and a list of items. The 'Αποστολή email' button is highlighted with a red box.

Περιγραφή	Φ.Π.Α.	Τιμή μον. (καθαρή)	Τιμή μον. (συμπ. Φ.Π.Α.)	Ποσ.	Έκπτωση	Σύνολο (καθαρό)
01M - Ξύλο Μαστί	24%	40,32258	50,00	20		806,45
03N - Ξύλο Ακανιάς	24%	28,22581	35,00	20	40%	338,71

Buttons at the bottom: ΕΚ ΝΕΟΥ ΑΝΟΙΓΜΑ, ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL, ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ, ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΩΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΜΕΝΟ, ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ, ΔΙΑΓΡΑΦΗ.

Εικόνα 190. Επιλογή "Αποστολή email"

Αποστολή email

Επιλέξτε ένα πρότυπο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: Δεν υπάρχει διαθέσιμο πρότυπο για αυτόν τον τύπο email ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Από Φώτης Ιωάννου <iwannou@gmail.com>

Προς e-desk@gmail.com καλή

Κοινοποίηση σε καλή

Θέμα Email Ευχαριστούμε για την παραγγελία SO2307-0002

Επισυνάπτεμα Αρχεία SO2307-0002.pdf No files selected. ΕΠΙΣΥΝΑΨΗ ΑΡΧΕΙΟΥ

Μήνυμα

Χαίρετε

Σας ευχαριστούμε για την προτίμησή σας! Στα συνημμένα θα βρείτε το τιμολόγιο της παραγγελίας σε ηλεκτρονική μορφή. Αναμένουμε εκ νέου συνεργασία!

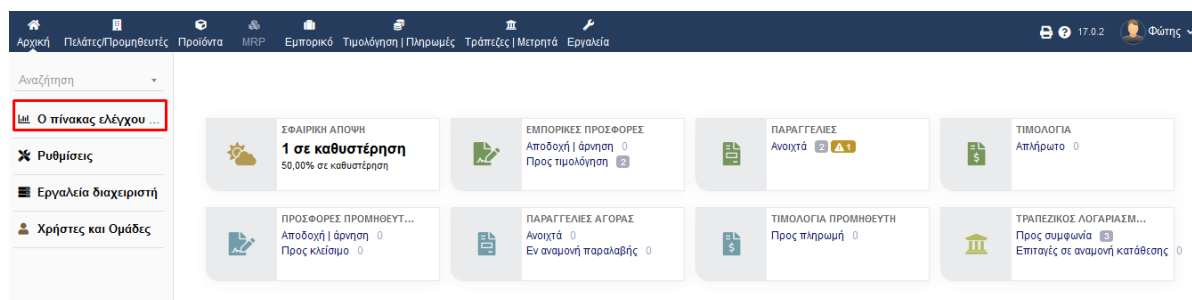
Με τιμή,
Home Furniture

ΑΠΟΣΤΟΛΗ EMAIL ΑΚΥΡΩΣΗ

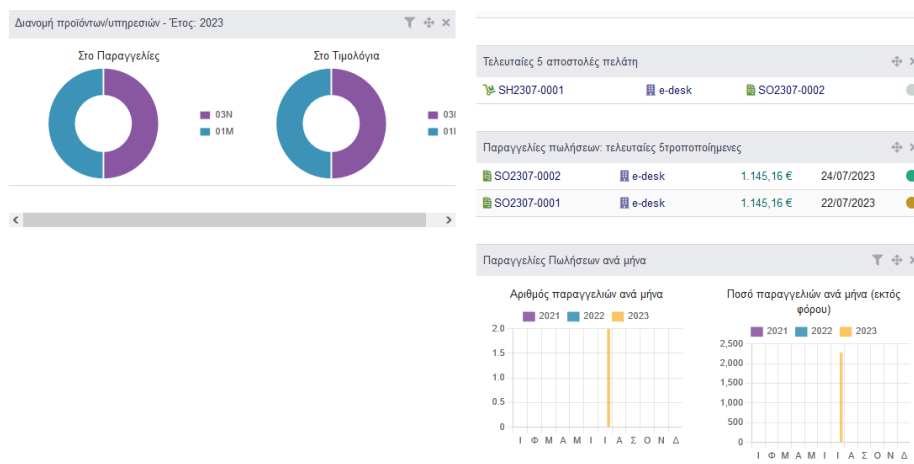
Εικόνα 191. Συμπλήρωση πεδίων και επιλογή "Αποστολή email"

7.3.13. Έλεγχος στατιστικών

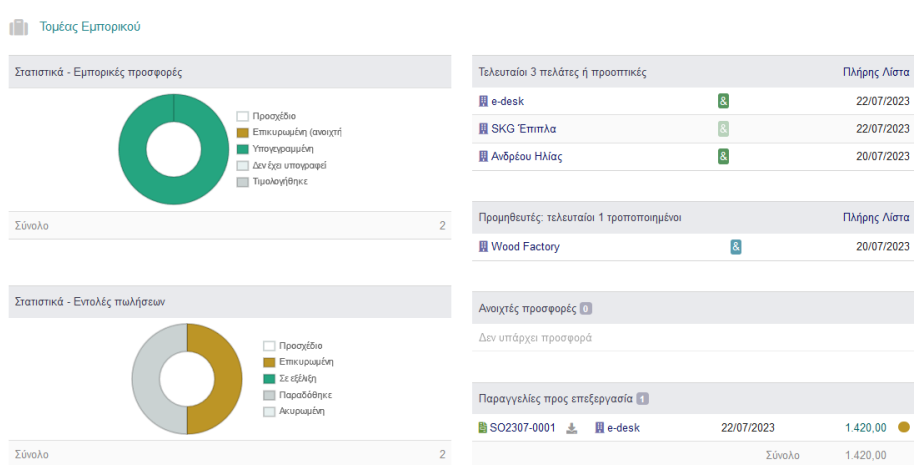
Αρχικά μεταβαίνουμε στην Αρχική και από εκεί στον "Πίνακα Ελέγχου" όπου μας εμφανίζονται πληθώρα στατιστικών στοιχείων (Εικόνα 192), για όλους τους τομείς της εταιρείας μας (παραγγελίες προμηθευτών ανά μήνα, ποσό παραγγελιών ανά μήνα, τελευταίες 5 τροποποιήσεις προμηθευτών, τελευταία τιμολόγια, τιμολόγια πελατών ανά μήνα, ανοιχτοί λογαριασμοί: ισοζύγια, προσφορές ανά μήνα, διανομή προϊόντων, παραγγελίες πωλήσεων ανά μήνα και πολλά ακόμη). Έπειτα, μπορούμε να δούμε πιο συμμαζεμένα μερικά δεδομένα για τις παραγγελίες και τις πωλήσεις μας στην ενότητα "Εμπορικό" (Εικόνα 193) αλλά και εξίσου σημαντικά πράγματα στην ενότητα "Πελάτες/Προμηθευτές" (Εικόνα 194).



Εικόνα 192. Εμφάνιση "Πίνακα Ελέγχου"



Εικόνα 193. Εμφάνιση αρχικής “Εμπορικό”



Εικόνα 194. Εμφάνιση αρχική “Πελάτες/Προμηθευτές”

8

Συμπεράσματα

Τα ERP είναι λογισμικά ή εφαρμογές που βοηθούν τις επιχειρήσεις να διαχειρίζονται τους πόρους τους με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο. Οι πόροι αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν ανθρώπινους πόρους (προσωπικό), υλικοτεχνικούς πόρους (εξοπλισμός, μηχανήματα), χρηματοοικονομικούς πόρους (χρήματα, κεφάλαια) και πληροφοριακούς πόρους (δεδομένα, πληροφορίες).

Οι βασικοί στόχοι των ERP είναι η βελτίωση της απόδοσης της επιχείρησης, η ελαχιστοποίηση των απωλειών, η βελτίωση της αποτελεσματικότητας, η αποφυγή περιττών ή διπλοτυπιών εργασιών και η αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

Τα ERP μπορούν να καλύπτουν πολλούς τομείς της διαχείρισης. Τη Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού που περιλαμβάνει τη διαχείριση της πρόσληψης, των προσόντων, των αποδοχών, του εκπαιδευτικού προγράμματος και της αξιολόγησης των υπαλλήλων. Τη Διαχείριση Οικονομικών που παρέχει λειτουργίες για την καταγραφή και ανάλυση των οικονομικών δεδομένων, τον έλεγχο εξόδων και εσόδων, τον υπολογισμό κέρδους και ζημιών και τη διαχείριση φορολογικών υποθέσεων. Τη Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας που παρέχει λειτουργίες για τον έλεγχο των προμηθειών, τη διαχείριση του αποθέματος, την παρακολούθηση της παραγωγής και την παρακολούθηση της διανομής. Τη Διαχείριση Παραγωγής και Λειτουργιών που περιλαμβάνουν την παρακολούθηση των λειτουργιών, την αποτίμηση της απόδοσης, τον σχεδιασμό και τον έλεγχο της παραγωγής. Τέλος, το κομμάτι που αφιερώσαμε και περισσότερο χρόνο τη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM) που παρέχει λειτουργίες για τη διαχείριση των δεδομένων των πελατών, τον προγραμματισμό δραστηριοτήτων μάρκετινγκ και πωλήσεων και την ανάλυση των πωλήσεων και της κερδοφορίας.

Με τα CRM αναφέρονται σε μια στρατηγική ή προσέγγιση που έχουν οι επιχειρήσεις για τη διαχείριση και τον συντονισμό των διαφόρων πτυχών των σχέσεων τους με τους πελάτες. Το CRM επικεντρώνεται στην κατανόηση, τη διαχείριση και την ανάπτυξη των σχέσεων με τους πελάτες προκειμένου να βελτιωθεί η ικανοποίησή τους και να αυξηθεί η πιθανότητα επαναλήψεων αγορών, αλλά και να ενταχθούν νέοι πελάτες.

Έχει σαν κύριους στόχους τη βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες, καθώς η σωστή και αποτελεσματική επικοινωνία με αυτούς είναι κρίσιμη για τη διατήρηση ικανοποιημένων πελατών και την προσέλκυση νέων αλλά και την αυξημένη κατανόηση των αναγκών των πελατών αφού με την χρήση CRM, οι επιχειρήσεις μπορούν να συγκεντρώνουν και αναλύουν δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις, τις αγορές και τις ανάγκες των πελατών,

προσφέροντας έτσι πιο εξατομικευμένες υπηρεσίες. Ακόμη, στοχεύει στην βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών καθώς η διαχείριση των δεδομένων των πελατών επιτρέπει την ταχεία ανταπόκριση σε ερωτήματα, παράπονα και αιτήματα των πελατών, αλλά και στην αύξηση της επιτυχίας των πωλήσεων ώστε με τη βελτιστοποίηση των σχέσεων με τους πελάτες, αυξάνεται η πιθανότητα να γίνουν επαναλαμβανόμενες αγορές και να αυξηθούν οι πωλήσεις. Τέλος, μία καλή εμπειρία του πελάτη με την εταιρεία μπορεί να οδηγήσει στο να γίνει αυτός μία καλή πηγή προτάσεων και συστάσεων για νέους πελάτες.

Όλα αυτά έχουν κάνει τη χρήση των CRM συστημάτων απαραίτητα πλέον για να αναταπεξέλθει μία εταιρεία στον ανταγωνισμό της. Μπορεί να μην προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα πλέον, καθώς όντως οι περισσότεροι χρησιμοποιούν, αλλά η μη κατοχή CRM είναι σίγουρα επιζήμια για μία επιχείρηση που θέλει να δίνει έμφαση στους πελάτες της.

Όπως είδαμε και στην πορεία της ΔΕ, υπάρχουν πάρα πολλές εφαρμογές πλέον οι οποίες μπορεί να έχουν παρόμοιο στόχο, αλλά διαφέρουν μεταξύ τους κι αυτό είναι που κυνηγάνε οι ιθύνοντες των εταιρειών. Να βρουν το σύστημα αυτό που ταιριάζει περισσότερο στην περίπτωσή τους, οπότε και θα αποδώσει περισσότερο σε πωλήσεις και εισπράξεις. Αυτό δεν είναι και το πιο εύκολο να συμβεί, καθότι η επιχειρησιακή κοινότητα αναπτύσσεται ραγδαία στον τομέα των πληροφοριακών συστημάτων κι έτσι τα περισσότερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που εφευρίσκονται, δεν κρατάνε για πολύ. Βέβαια, αυτό κάνει τους πολλούς να ακολουθούν συνέχεια τους λίγους, με αποτέλεσμα το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς να έχει πάρα πολλά κοινά.

Αυτό το επιβεβαιώσαμε με τη χρήση του Dolibarr που είναι μια ανοικτού κώδικα (open-source) ενσωματωμένη λύση διαχείρισης επιχειρησιακών διεργασιών και πόρων. Πρόκειται για ένα λογισμικό ERP και CRM που παρέχει μια ποικιλία εργαλείων και λειτουργιών για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις στη διαχείριση των δραστηριοτήτων τους. Οι κύριες λειτουργίες που προσφέρει το Dolibarr περιλαμβάνονται στα Υποσυστήματα CRM & Πωλήσεων, Ανθρώπινου Δυναμικού, Διαχείρισης Περιεχομένου & Διαδικτύου, Προϊόντων & Αποθεμάτων, Οικονομικής Διαχείρισης, Μάρκετινγκ, Παραγωγικότητας και Ανάπτυξης. Το Dolibarr προσφέρει μια χρήσιμη και δωρεάν λύση για κυρίως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που θέλουν να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες τους και να διαχειριστούν αποτελεσματικά τους πόρους τους. Επιπλέον, καθώς είναι ανοικτού κώδικα, επιτρέπει την προσαρμογή και την προσθήκη λειτουργιών ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης. Εν κατακλείδι, η ανάγκη για χρήση ERP συστημάτων και ιδιαιτέρως των CRM είναι επιτακτική για τις επιχειρήσεις της σημερινής εποχής. Οι πελάτες δέχονται “βομβαρδισμό” μηνυμάτων, πληροφοριών και προσφορών και αυτό καθιστά πολύ δύσκολη τη διατήρησή τους. Ειδικά δε αν δεν ασχολείται εντατικά με αυτούς, τότε είναι πολύ πιθανό να χαθούν ακόμη και ικανοποιημένοι πελάτες, αφού πολύ πιθανό να δεχθούν ερεθίσματα από αλλού. Βέβαια εκτός από τους πελάτες, με τη χρήση ERP και CRM οι εταιρείες και οι οργανισμοί αποκτούν πολύ καλύτερη διαχείριση και στα εσωτερικά θέματα που μπορεί να προκύψουν. Ακόμη, είναι πιο εύκολο να ελέγχονται οι εργαζόμενοι και να βλέπουν οι ανωτέρω ποιος εργάστηκε και για πόσο χρονικό διάστημα, αλλά και να ξεκαθαρίζεται η αποτελεσματικότητά τους. Σε αυτό μπορεί να προστεθεί και η καλύτερη επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων, που είναι πολύ θεμιτό, γιατί όσο καλύτερο είναι το κλίμα στον εργασιακό χώρο, τόσο καλύτερη είναι και η αποτελεσματικότητά έπειτα. Η κάθε εταιρεία και ο κάθε οργανισμός θα πρέπει να κάνουν την

έρευνά τους για να δουν κατά πόσο θα τους βοηθήσει η μετάβαση σε ένα Πληροφοριακό Σύστημα κι αν τους συμφέρει αυτή η κίνηση, καθώς η εκπαίδευση του προσωπικού και τα αρχικά κόστη , μερικές φορές είναι υψηλά.

Βιβλιογραφία

- [1] Definition of Information Systems [WWW], online at: <https://emeritus.org/in/learn/information-system/>
- [2] Piccoli G., Pigni F (2019), Definition of Information Systems [WWW], online at: https://en.wikipedia.org/wiki/Information_system
- [3] Kroenke D M.(2018) Definition of Information Systems [WWW], online at: https://en.wikipedia.org/wiki/Information_system
- [4] Definition of ERP [WWW], online at: <https://news.sap.com/2021/06/sapphire-now-rise-with-sap-for-modular-cloud-erp/>
- [5] Definition of ERP [WWW], online at: <https://accelerationeconomy.com/cloud/sap-buries-the-past-calls-out-legacy-erp-welcomes-modular-cloud-erp/>
- [6] Ολοκληρωμένα Συστήματα Διαχείρισης Πόρων - ERP, Εφαρμογή στο Microsoft Business Solutions Navision, Γιώργος Ιωάννου (2019)
- [7] Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης, 11η Αμερικανική Έκδοση, Kenneth C. Laudon – Jane P. Laudon (2015)
- [8] Muhammad Anshari, Mohammad Nabil Alumnawar, Syamimi Ariff Lim, Abdullah Al-Mudimigh (2019), Applied Computing and Informatics, online at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210832718300735>
- [9] Definition of ERM, Rea Regan (2023), online at <https://connectteam.com/employee-relationship-management-software/>
- [10] CRM Apps – The Ultimate Guide, Matthew Guay (2014)
- [11] Advantages and Disadvantages of CRM [WWW], online at: <https://www.techbooky.com/crm-software-postive-and-negative/>
- [12] Advantages and Disadvantages of CRM, Rohit Thakral (2021), online at <https://targetintegration.com/advantages-and-disadvantages-of-crm/>
- Εχει πλεονεκτηματα-μειονεκτηματα, δεν ξερω αν χρειαστω μετεπειτα
<https://crmswitch.com/crm/what-is-crm/>
- [13] Προγραμματισμός Internet & World Wide Web, 4η Έκδοση, Paul Deitel – Harvey Deitel (2017)
- [14] Forge your Future with Open Source, VM Brasseur (2018)

- [15] The Success of Open Source, Weber Steven (2004)
- [16] History of Open Source , Agnes Nduta [WWW], online at <https://www.freecodecamp.org/news/brief-history-of-open-source/>
- [17] Benefits of Open Source ERP Systems, Des Nnochiri (2017) [WWW], online at: <https://metasfresh.com/en/2017/08/15/top-5-benefits-of-open-source-erp-systems/>
- [18] Weighing the pros and cons of open-source business software [WWW],online at <https://4acc.com/article/pros-and-cons-of-open-source-erp/>
- [19] ERP open source: advantages and disadvantages, Ash Baggott(2019) [WWW], online at: <https://www.holded.com/blog/erp-open-source-advantages-and-disadvantages>
- [20] Why you should use open source project for your business , Jitender Agarwal (2023), [WWW] online at: <https://www.loginradius.com/blog/identity/pros-cons-open-source-project/>
- [21] Disadvantages of open source software for business, Luisa Ddakis(2021), [WWW] online at: <https://businessadvice.co.uk/procurement/technology/disadvantages-of-open-source-software-for-businesses/>
- [22] Top 10 open source ERP systems to consider in 2023, Danish Saud (2023), [WWW] online at: <https://dynamics.folio3.com/blog/open-source-enterprise-resource-planning-software/>
- [23] What is AWStats / Feature Overview, Laurent Destailleur , [WWW] online at: http://www.awstats.org/docs/awstats_what.html
- [24] Dolibarr official page, [WWW] online at: <https://www.dolibarr.org/>
- [25] Dolibarr [WWW] online at: <https://el.wikipedia.org/wiki/Dolibarr>
- [26] Ευριπίδης Ν. Λουκής (2023), Λειτουργία Επιχειρήσεων και Πληροφοριακά Συστήματα, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- [27] Bradford, M. (2015), Modern ERP – Select, Implement & Use Today’s Advanced Business Systems