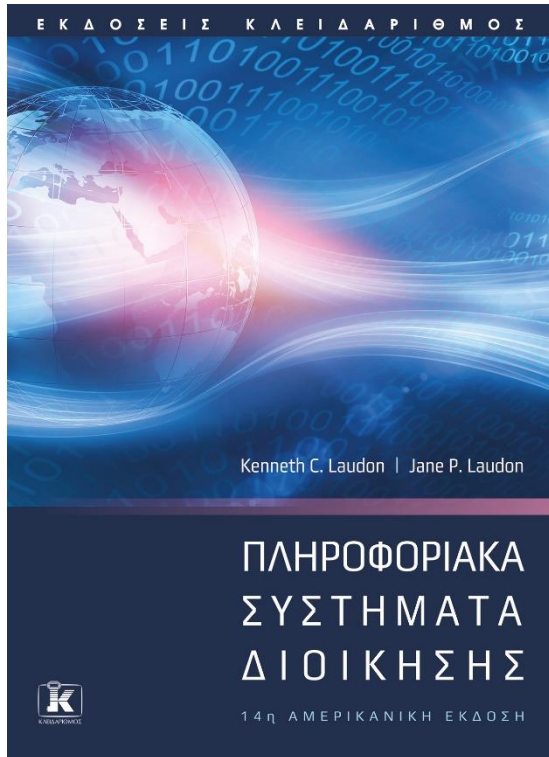


# Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης

Δέκατη τέταρτη αμερικανική έκδοση



## Κεφάλαιο 9

Επίτευξη επιχειρησιακής αριστείας  
και σχέσεων με τους πελάτες:  
Επιχειρησιακές εφαρμογές

# Μαθησιακοί στόχοι

- 9.1** Πώς μπορούν οι επιχειρήσεις να επιτύχουν επιχειρησιακή αριστεία με τη βοήθεια των επιχειρησιακών συστημάτων;
- 9.2** Πώς συμβάλλουν τα συστήματα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας στον συντονισμό του προγραμματισμού, της παραγωγής και της εφοδιαστικής με τους προμηθευτές;
- 9.3** Πώς συμβάλλουν τα συστήματα διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες ώστε οι εταιρείες να συνάπτουν στενές σχέσεις με τους πελάτες τους και να κατανοούν πλήρως τις ανάγκες τους;
- 9.4** Ποιες είναι οι προκλήσεις που θέτουν οι επιχειρησιακές εφαρμογές και πώς οι επιχειρησιακές εφαρμογές εκμεταλλεύονται τις νέες τεχνολογίες;
- 9.5** Πώς τα πληροφοριακά συστήματα διοίκησης ωφελούν τη σταδιοδρομία μου;

# Βίντεο

- Περίπτωση 1: Η Maersk αναπτύσσει ένα παγκόσμιο σύστημα διαχείρισης αποστολών (Maersk Develops a Global Shipping Management System)
- Βίντεο διδασκαλίας: Η GSMS προστατεύει τους ασθενείς της χρησιμοποιώντας αριθμούς σειρών σε κάθε συσκευασία φαρμάκων (GSMS Protects Patients By Serializing Every Bottle of Drugs)

# Η Ανοη οργανώνει την εφοδιαστική της αλυσίδα (1 από 2)

- Πρόβλημα
  - Ασταθής ζήτηση
  - Παγκόσμιες παραγωγικές λειτουργίες
  - Σύνθετη εφοδιαστική αλυσίδα
  - Μη αυτόματες διαδικασίες
- Λύσεις
  - Αναθεώρηση διαδικασιών εφοδιαστικής αλυσίδας
  - Ανάπτυξη του συστήματος παραγωγής JDA
  - Ευφυής διεκπεραίωση

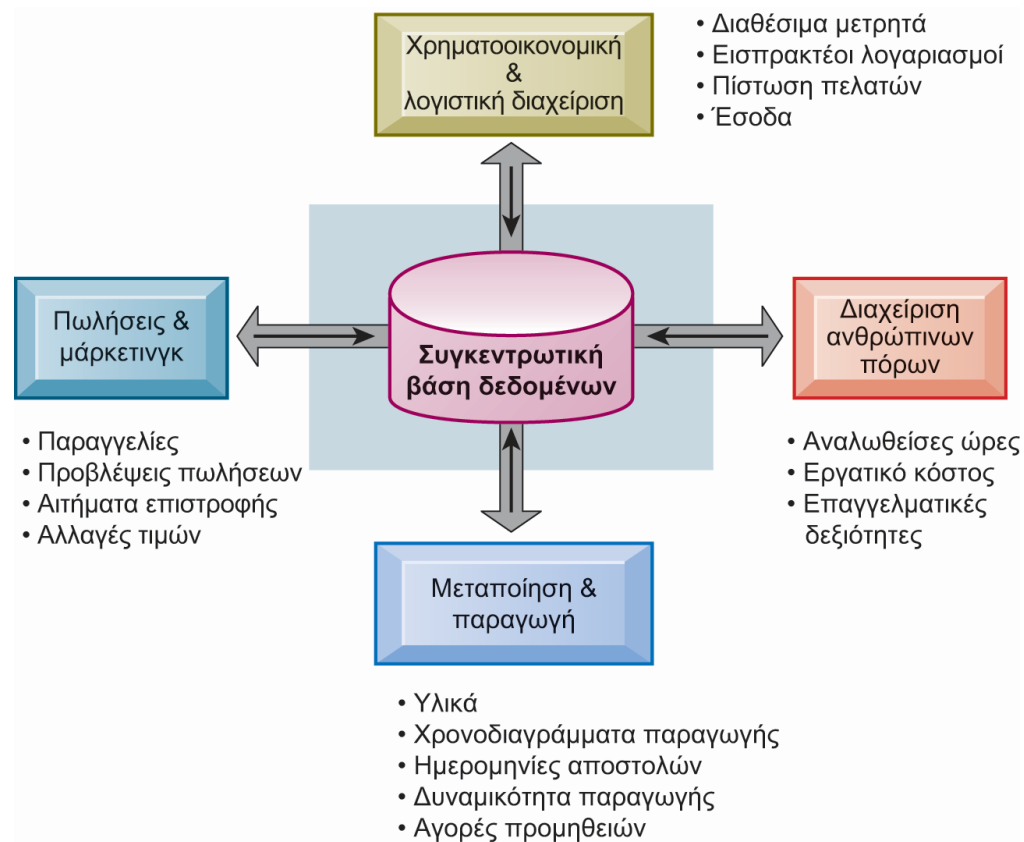
# Η Ανοη οργανώνει την εφοδιαστική της αλυσίδα (2 από 2)

- Η Ανοη χρησιμοποιεί το σύστημα παραγωγής και ευφυούς διεκπεραίωσης (Manufacturing and Intelligent Fulfillment) JDA για να έχει τον έλεγχο της εφοδιαστικής αλυσίδας και των αποθεμάτων της, και για να εκτιμά τις μελλοντικές ανάγκες για ενοποίηση των επιχειρηματικών διεργασιών και της λήψης αποφάσεων
- Δείχνει γιατί οι εταιρείες χρειάζονται επιχειρησιακές εφαρμογές
- Δείχνει την ικανότητα των συστημάτων ERP να βελτιώνουν δραστικά την επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα και τη λήψη αποφάσεων σε παγκόσμια κλίμακα

# Επιχειρησιακά συστήματα

- Συστήματα προγραμματισμού επιχειρησιακών πόρων (ERP)
- Πακέτο ενοποιημένων λειτουργικών μονάδων λογισμικού και μια κοινή κεντρική βάση δεδομένων
- Συλλέγει δεδομένα από πολλούς κλάδους της επιχείρησης για χρήση σχεδόν σε όλες τις εσωτερικές επιχειρηματικές δραστηριότητες της εταιρείας
- Οι πληροφορίες που εισάγονται σε μια διεργασία είναι άμεσα διαθέσιμες για άλλες διεργασίες

# Εικόνα 9.1 Πώς λειτουργούν τα επιχειρησιακά συστήματα



# Επιχειρησιακό λογισμικό

- Είναι κατασκευασμένο με άξονα χιλιάδες προκαθορισμένες επιχειρηματικές διεργασίες που αντανakλούν τις βέλτιστες πρακτικές
  - Χρηματοοικονομική και λογιστική διαχείριση
  - Ανθρώπινοι πόροι
  - Μεταποίηση και παραγωγή
  - Πωλήσεις και μάρκετινγκ
- Για να υλοποιήσουν ένα τέτοιο σύστημα, οι εταιρείες προβαίνουν στις εξής διαδικασίες:
  - Επιλογή λειτουργιών του συστήματος που θέλουν να χρησιμοποιήσουν
  - Αντιστοίχιση επιχειρηματικών διεργασιών σε διεργασίες λογισμικού
    - Χρήση πινάκων διευθέτησης του λογισμικού για προσαρμογή



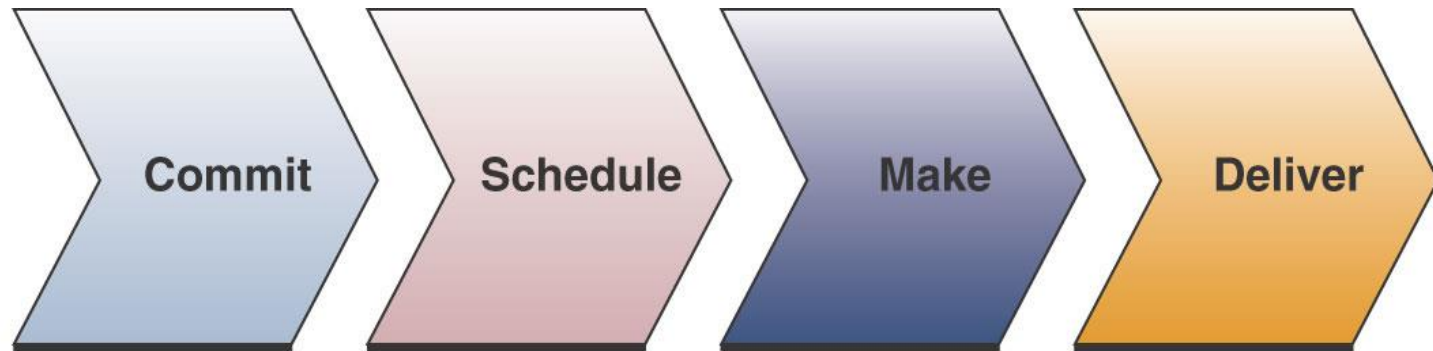
# Η αξία των επιχειρησιακών συστημάτων

- Αύξηση της επιχειρησιακής αποδοτικότητας
- Παροχή πληροφοριών σε επίπεδο επιχείρησης για την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων
- Δυνατότητα γρήγορης ανταπόκρισης σε αιτήματα πελατών για πληροφορίες ή προϊόντα
- Συμπερίληψη αναλυτικών εργαλείων για την αξιολόγηση της συνολικής απόδοσης του οργανισμού και τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων

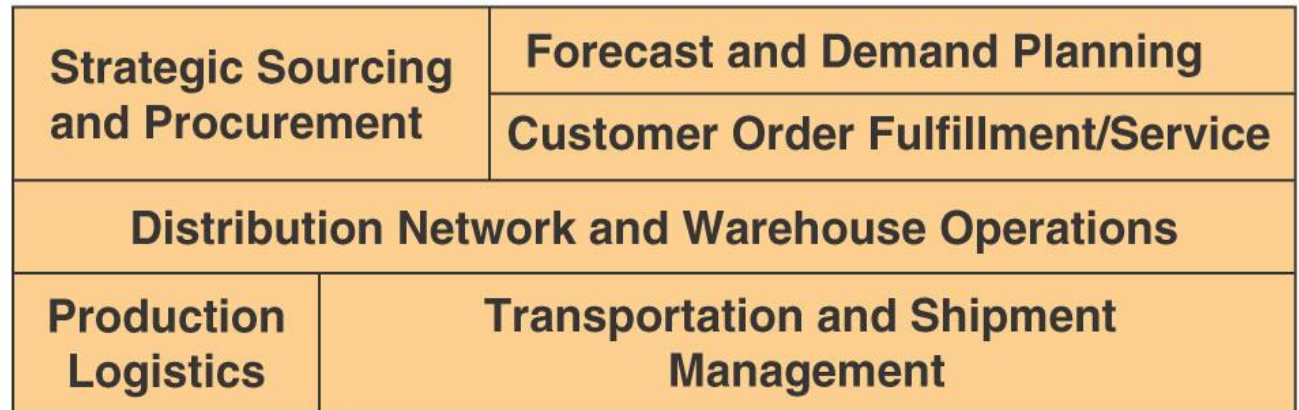
# Η εφοδιαστική αλυσίδα

- Δίκτυο οργανισμών και διεργασιών για:
  - Προμήθεια υλικών
  - Μετατροπή υλικών σε προϊόντα
  - Διανομή των προϊόντων
- Άνω τμήμα εφοδιαστικής αλυσίδας
- Κάτω τμήμα της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Εσωτερική εφοδιαστική αλυσίδα

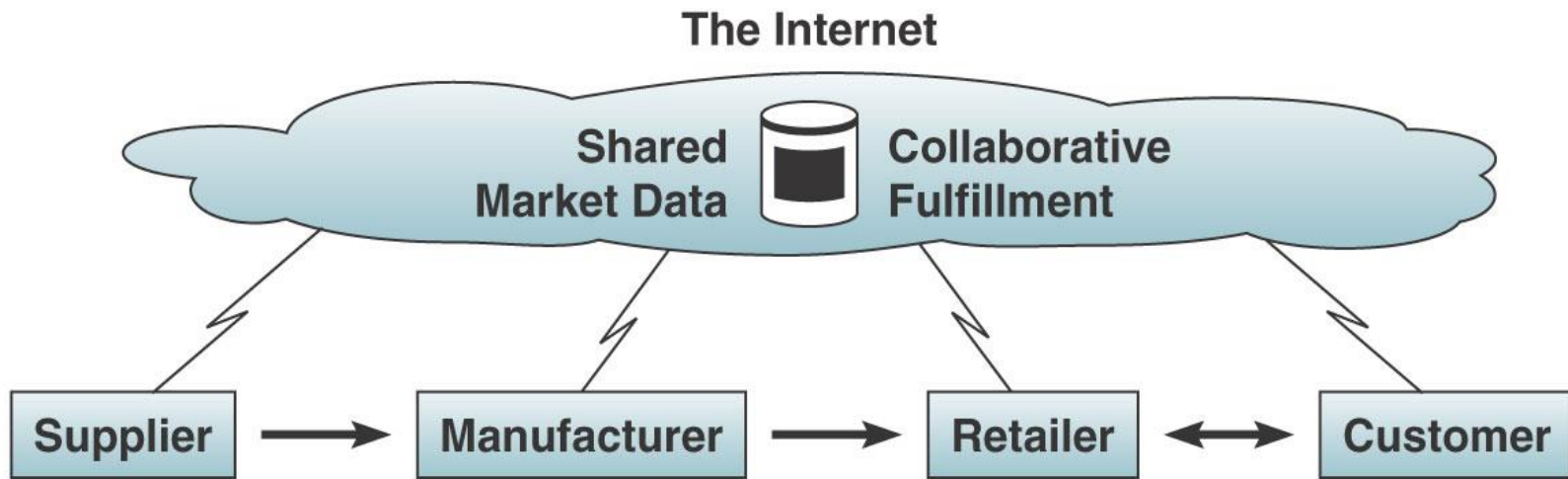
**Supply Chain Life Cycle**



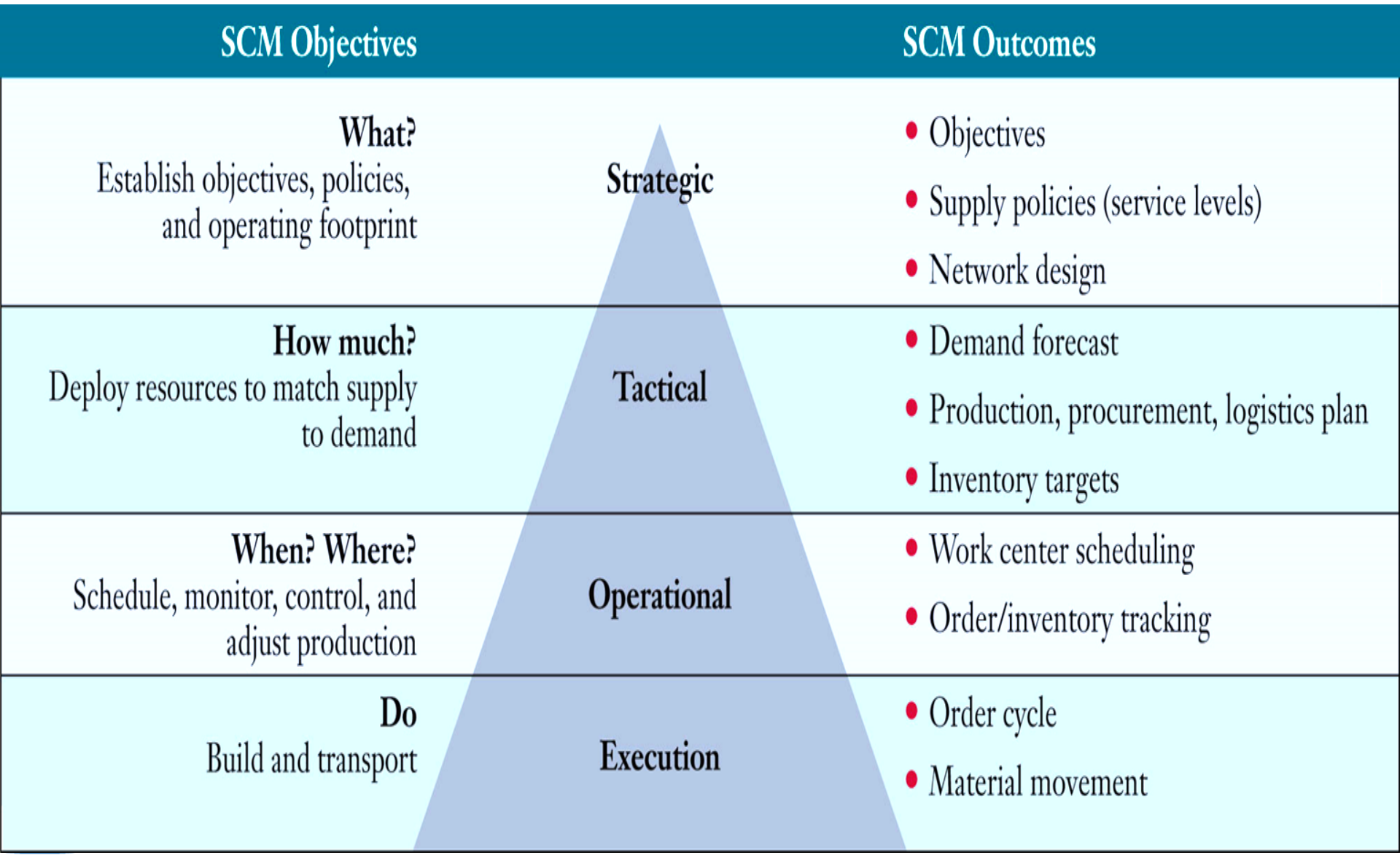
**SCM Functional Processes**



**SCM Integrated Solution**



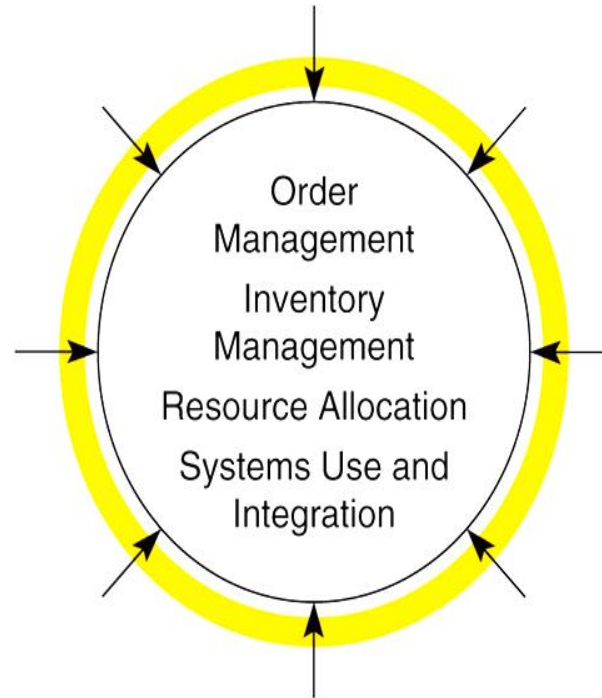
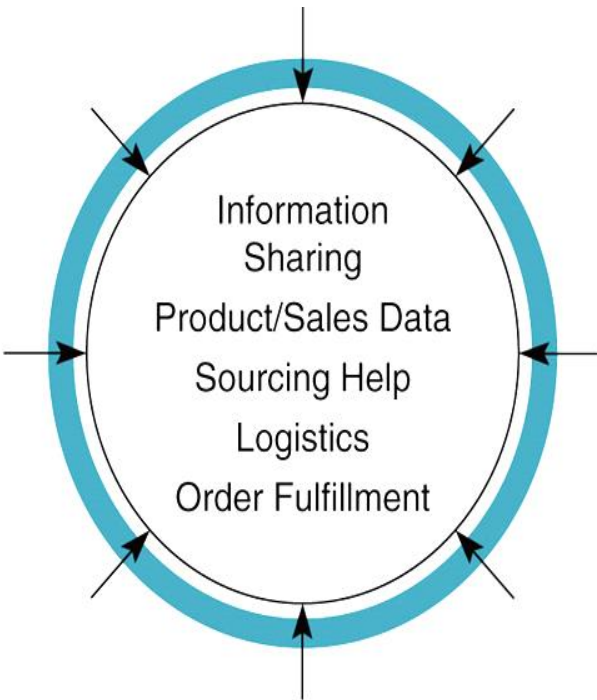
# The role of SCM



# Benefits and Challenges

- Benefits
  - Can provide faster, more accurate order processing, reductions in inventory levels, quicker time to market, lower transaction and materials costs, & strategic relationships with suppliers
- Problem causes
  - Lack of proper demand planning knowledge, tools, and guidelines
  - Inaccurate or overoptimistic demand forecasts
  - Inaccurate production, inventory, and other business data
  - Lack of adequate collaboration

# Trends in Supply Chain Management



## SCM Stage 1

- Current supply chain improvement
- Supply chain, e-commerce loosely coupled

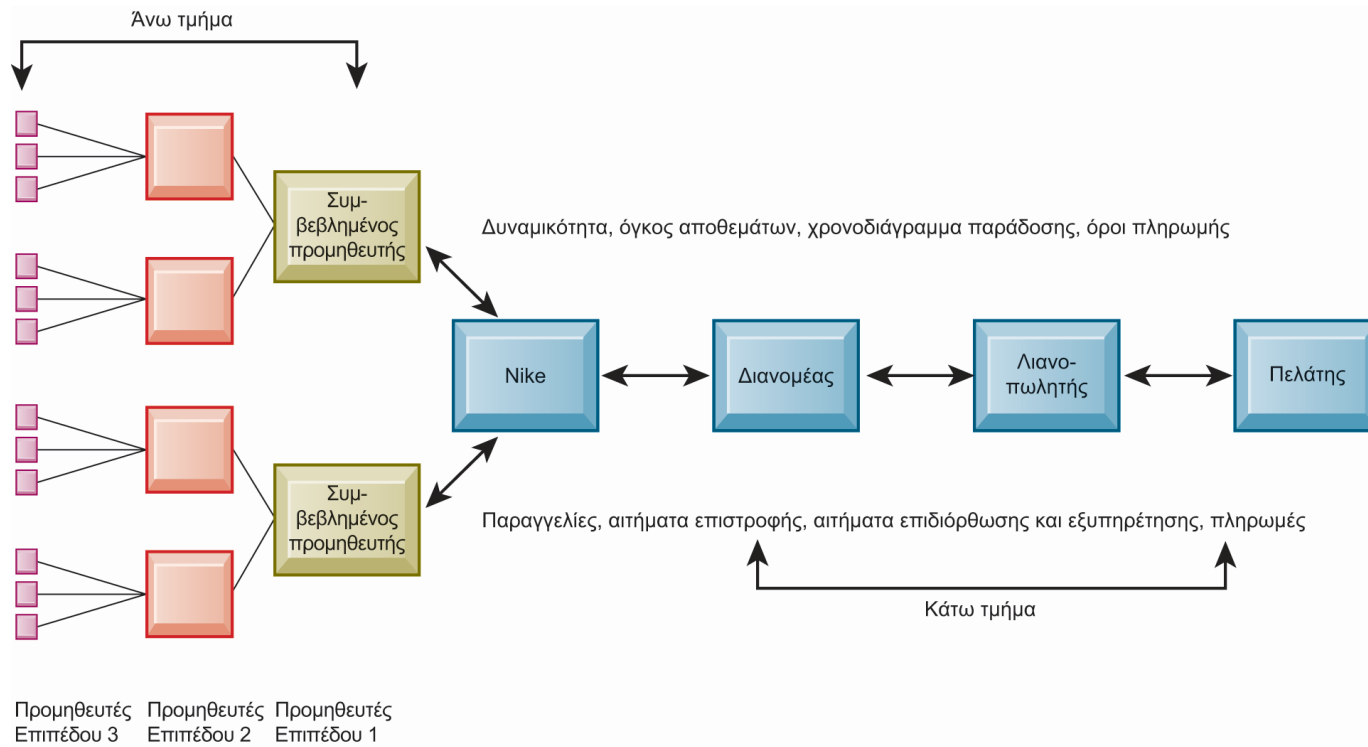
## SCM Stage 2

- Intranet/extranet links to trading partners
- Supplier network expansion

## SCM Stage 3

- Collaborative planning and fulfillment
- Extranet and exchange-based collaboration

# Εικόνα 9.2 Η εφοδιαστική αλυσίδα της Nike



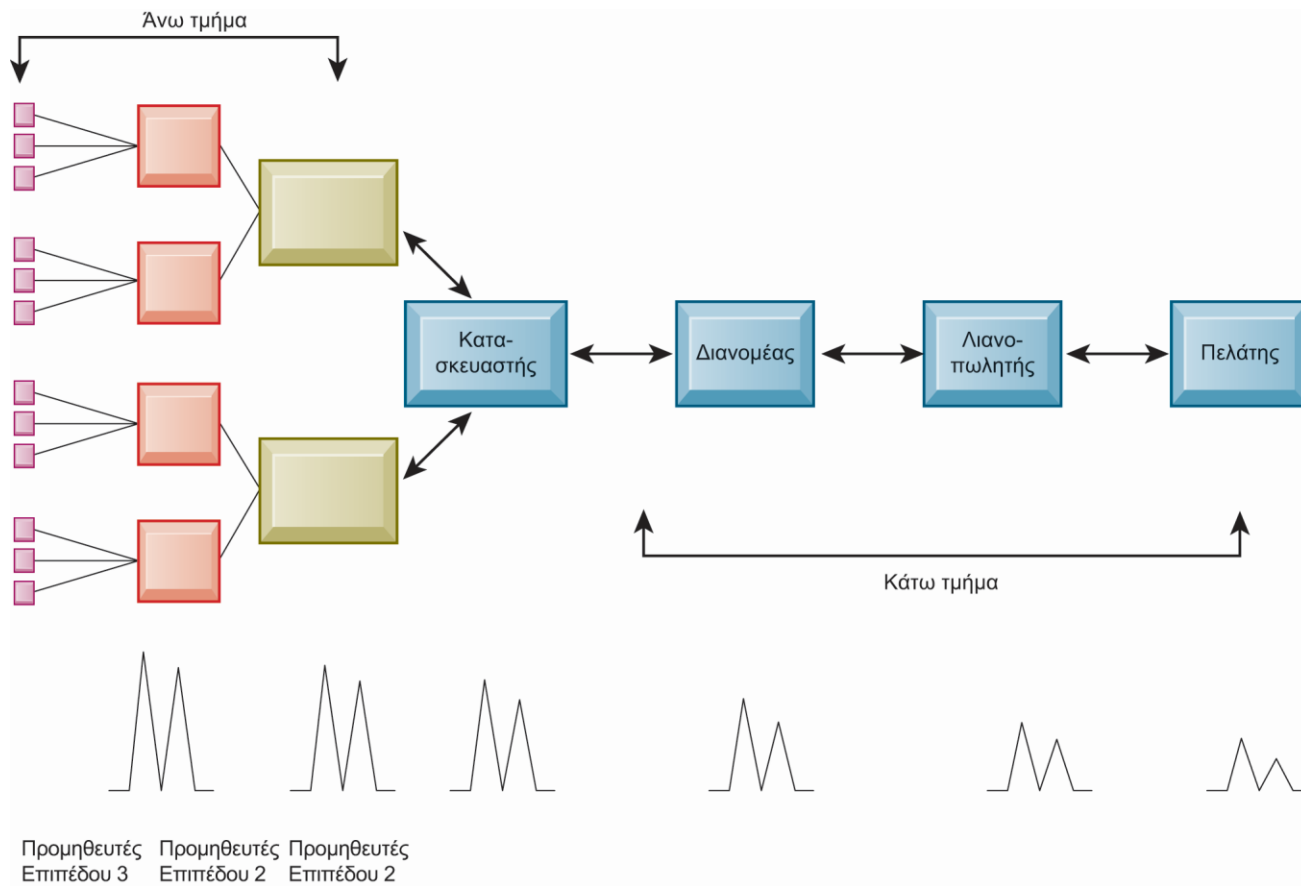


# Διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας

- Οι ανεπάρκειες έχουν αντίκτυπο στα λειτουργικά κόστη μιας εταιρείας
  - Αύξηση λειτουργικών δαπανών έως και 25%
- Στρατηγική διακίνησης «τη στιγμή που χρειάζεται» (just-in-time strategy)
  - Τα υλικά φτάνουν όταν χρειάζονται. Τα έτοιμα προϊόντα αποστέλλονται μετά την έξοδο από τη γραμμή συναρμολόγησης
- Απόθεμα ασφαλείας: λειτουργεί εξισορροπητικά για την έλλειψη ευελιξίας στην εφοδιαστική αλυσίδα
- Φαινόμενο παραμόρφωσης (bullwhip effect)
  - Οι πληροφορίες που αφορούν τη ζήτηση ενός προϊόντος διαστρεβλώνονται καθώς μεταδίδονται από τη μία οντότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας στην επόμενη



# Εικόνα 9.3 Το φαινόμενο παραμόρφωσης



# Λογισμικό διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας

- Συστήματα προγραμματισμού εφοδιαστικής αλυσίδας
  - Μοντελοποιεί μια υπάρχουσα εφοδιαστική αλυσίδα
  - Κάνει εφικτό τον προγραμματισμό της ζήτησης
  - Βελτιστοποιεί τα σχέδια για προμήθειες και παραγωγή
  - Καθορίζει τον όγκο αποθεμάτων
  - Προσδιορίζει τρόπους μεταφοράς
- Συστήματα εκτέλεσης της εφοδιαστικής αλυσίδας
  - Διαχείριση της ροής των προϊόντων μέσω κέντρων διανομής και αποθηκών

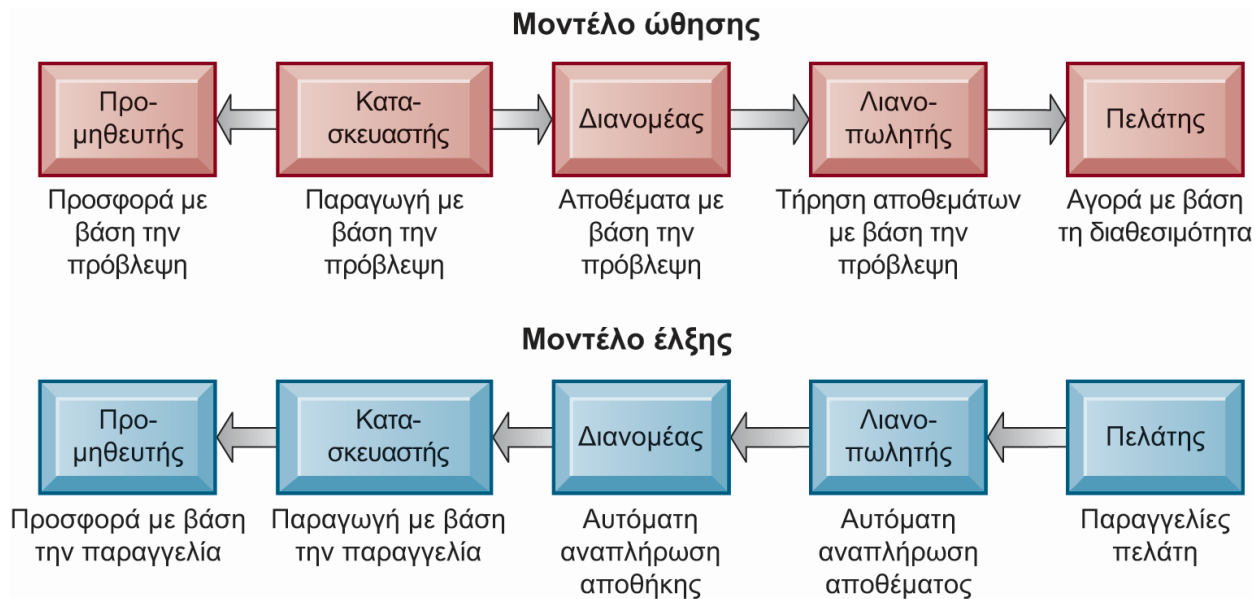
# Παγκόσμιες εφοδιαστικές αλυσίδες και Διαδίκτυο

- Ζητήματα σχετικά με τις παγκόσμιες εφοδιαστικές αλυσίδες
  - Μεγαλύτερες γεωγραφικές αποστάσεις, διαφορές ώρας
  - Συμμετέχοντες από διαφορετικές χώρες
    - Διαφορετικά πρότυπα απόδοσης
    - Διαφορετικές νομικές απαιτήσεις
- Το Διαδίκτυο βοηθά στη διαχείριση περιπλοκών παγκοσμίως
  - Διαχείριση αποθήκης
  - Διαχείριση μεταφορών
  - Εφοδιαστική
  - Εξωτερική ανάθεση

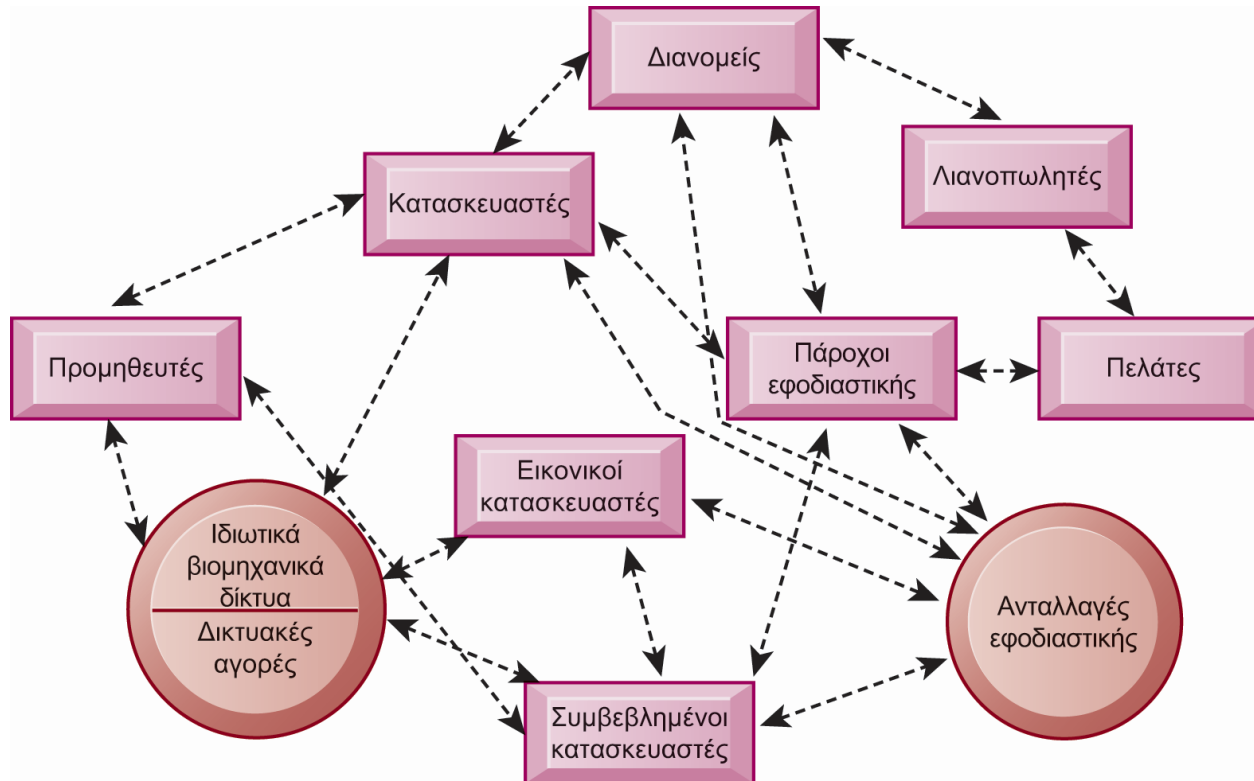
# Εφοδιαστικές αλυσίδες καθοδηγούμενες από τη ζήτηση: Από την ώθηση στην έλξη και αποτελεσματική απόκριση στους πελάτες

- Μοντέλο ώθησης (αποθεματοποίηση)
  - Αρχικά συστήματα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM)
  - Χρονοδιαγράμματα που βασίζονται σε βέλτιστες εικασίες για τη ζήτηση
- Μοντέλο έλξης (καθοδηγούμενο από τη ζήτηση)
  - Βασισμένο στον Ιστό
  - Οι παραγγελίες των πελατών προκαλούν συμβάντα στην εφοδιαστική αλυσίδα
- Το Διαδίκτυο επιτρέπει τη μετάβαση από διαδοχικές εφοδιαστικές αλυσίδες σε ταυτόχρονες
  - Τα σύνθετα δίκτυα προμηθευτών μπορούν να προσαρμόζονται αμέσως

# Εικόνα 9.4 Μοντέλα ώθησης και έλξης στην εφοδιαστική αλυσίδα



# Εικόνα 9.5 Η μελλοντική εφοδιαστική αλυσίδα που βασίζεται στο Διαδίκτυο



# RFID & IoT

- Use of IoT and RFID technologies across different sectors – ITU

[https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2018/IoT/RFID-HACHANI\\_IoT%20Forum\\_Dec,%202018.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2018/IoT/RFID-HACHANI_IoT%20Forum_Dec,%202018.pdf)

- RFID <https://slideplayer.com/slide/17369113/>

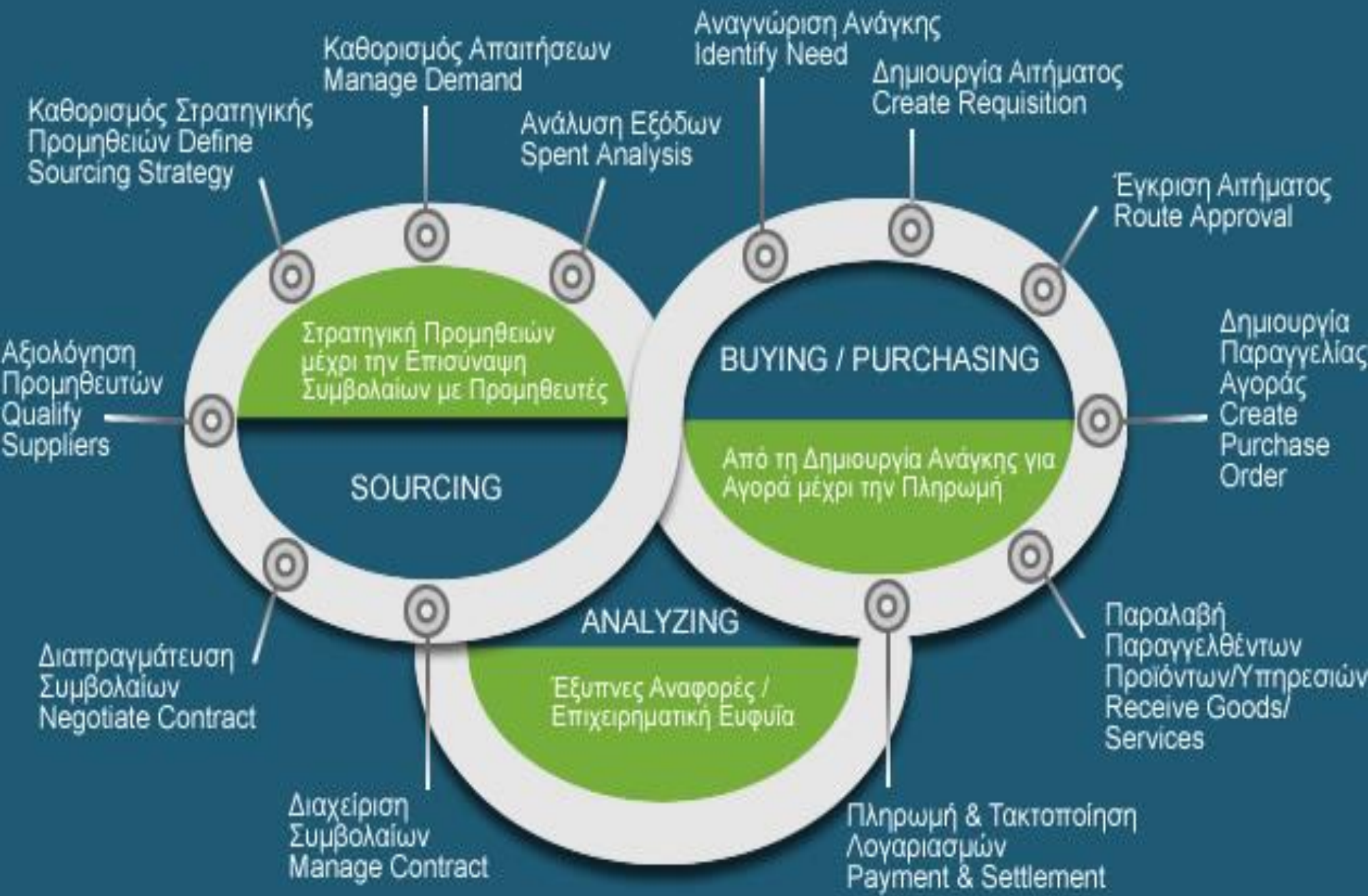
- Logistics 4.0 (elearning.cnam.gr)

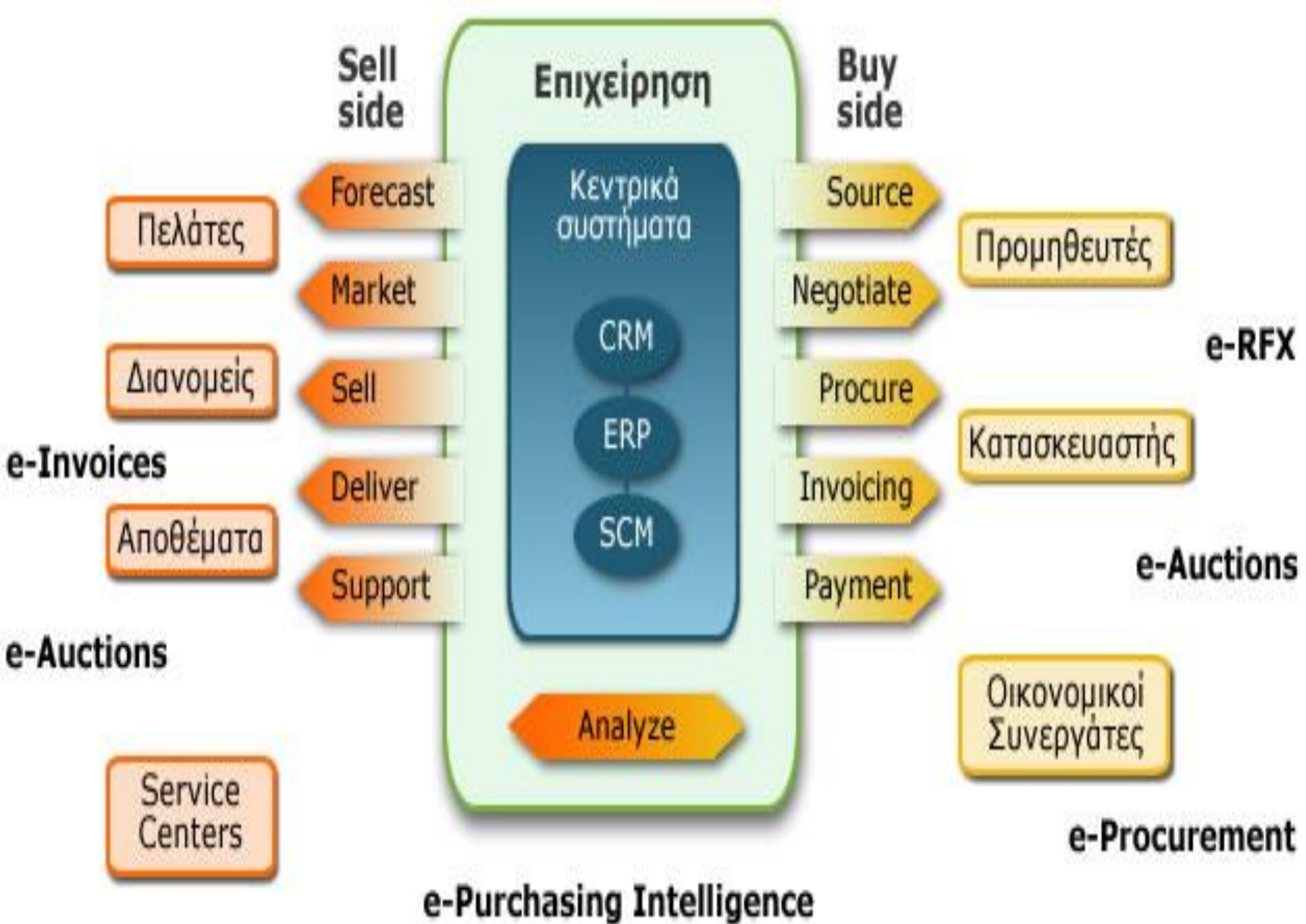
- Industry 4.0

# Η επιχειρηματική αξία των συστημάτων διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας

- Αντιστοίχιση προσφοράς στη ζήτηση
- Μείωση όγκου αποθεμάτων
- Βελτίωση της υπηρεσίας παραδόσεων
- Επίσπευση του χρόνου εισόδου προϊόντος στην αγορά
- Πιο αποτελεσματική χρήση περιουσιακών στοιχείων
  - Το συνολικό κόστος της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να αντιστοιχεί στο 75 τοις εκατό του προϋπολογισμού των λειτουργιών της επιχείρησης
- Αύξηση πωλήσεων







# Διαδικασία τιμολογίων (παραδοσιακά)

Ενότητα η-τιμολογίων: ΠΗΓΗ [https://www.cosmo-one.gr/educommerce/?page\\_id=310](https://www.cosmo-one.gr/educommerce/?page_id=310)

33% διαχειριστικό κόστος  
για παραγγελιοδότηση

66% κόστος αποτελεί  
το κόστος τιμολογίων



# Η-τιμολόγια

- Το τιμολόγιο δημιουργείται στο σύστημα του προμηθευτή
- Κρυπτογραφείται και αποστέλλεται μέσω internet στον πάροχο της υπηρεσίας η-ανταλλαγής τιμολογίων
- Ο πάροχος «διαβάζει» τον ηλεκτρονικό φάκελο, αναγνωρίζει τον αποστολέα και τον παραλήπτη. Ακολουθώς εκτελεί τις ακόλουθες εργασίες
  - *Μετατροπή μορφότυπου: από προμηθευτή σε αγοραστή*
  - *Κάνει συγκεκριμένους ελέγχους ορθότητας στοιχείων*
  - *Εκτελεί πιθανές διαδικασίες (π.χ. επιμερισμός ΦΠΑ ανά είδος)*
  - *Κρυπτογραφεί και πάλι τον φάκελο τιμολογίου.*
- Αποστέλλει το ηλεκτρονικό τιμολόγιο στο σύστημα του αγοραστή
- Ειδοποιεί και τα δύο μέρη με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ότι το συγκεκριμένο τιμολόγιο έχει παραδοθεί κανονικά.
- Το τιμολόγιο αποκωδικοποιείται, και φορτώνεται στο σύστημα του αγοραστή. Φυλάσσεται σαν ηλεκτρονικό αρχείο.



# Οφέλη e-τιμολογίων

- **Αποφυγή λαθών** κατά την ανταλλαγή παραστατικών, που προκύπτουν από το χειρωνακτικό τρόπο εισαγωγής των στοιχείων.
- **Άμεση επίλυση προβλημάτων** με τον γρήγορο εντοπισμό του τυχόν προβλήματος σε τιμολόγιο από το σύστημα.
- **Εξάλειψη του λειτουργικού κόστους** επεξεργασίας και καταχώρησης
- **Βελτιστοποίηση των λογιστικών λειτουργιών** με την συντόμευση του χρόνου καταχώρησης των στοιχείων
- Πλήρης **ευελιξία στην διασύνδεση νέων προμηθευτών** καθόσον το σύστημα είναι έτοιμο από την πλευρά του αγοραστή.
- Ένα **κεντρικό σημείο επικοινωνίας** με κάθε επιχείρηση και συνεπώς μικρότερο κόστος διαχείρισης την οποία αναλαμβάνει ο πάροχος της υπηρεσίας.

# ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ

e-Procurement:

Συστήματα Ηλεκτρονικών Προμηθειών, e-Auctions  
και e-Sourcing case studies

[https://www.youtube.com/watch?v=U8wUo6TB\\_F0](https://www.youtube.com/watch?v=U8wUo6TB_F0)

# Περιπτωσιολογική μελέτη – Οργανισμοί: Το Soma Bay ευημερεί φιλοξενώντας το σύστημα προγραμματισμού επιχειρησιακών πόρων της στο νέφος

- Συζήτηση στην τάξη
  - Προσδιορίστε το πρόβλημα που περιγράφεται σε αυτή την περίπτωση. Ποιοι διοικητικοί, οργανωσιακοί και τεχνολογικοί παράγοντες συνέβαλαν σε αυτό το πρόβλημα;
  - Γιατί χρειαζόταν ένα σύστημα ERP για την επίλυση του προβλήματος; Πώς συνέβαλε στη λύση ένα σύστημα ERP που βασίζεται στο νέφος;
  - Ποια ήταν τα επιχειρηματικά οφέλη του νέου επιχειρησιακού συστήματος της Soma Bay; Πώς άλλαξε η διαδικασία λήψης αποφάσεων και ο τρόπος που λειτουργούσε η εταιρεία;

# Διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες

- Γνώση του πελάτη
- Σε μεγάλες επιχειρήσεις, υπάρχουν πάρα πολλοί πελάτες και πάρα πολλοί τρόποι με τους οποίους οι πελάτες αλληλεπιδρούν με την επιχείρηση
- Συστήματα διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες (CRM)
  - Καταγραφή και ενοποίηση δεδομένων πελατών από ολόκληρο τον οργανισμό
  - Ενοποίηση και ανάλυση δεδομένων πελατών
  - Διανομή πληροφοριών πελατών σε διάφορα συστήματα και σημεία επαφής με τους πελάτες σε ολόκληρη την επιχείρηση
  - Συνολική εικόνα των πελατών της επιχείρησης



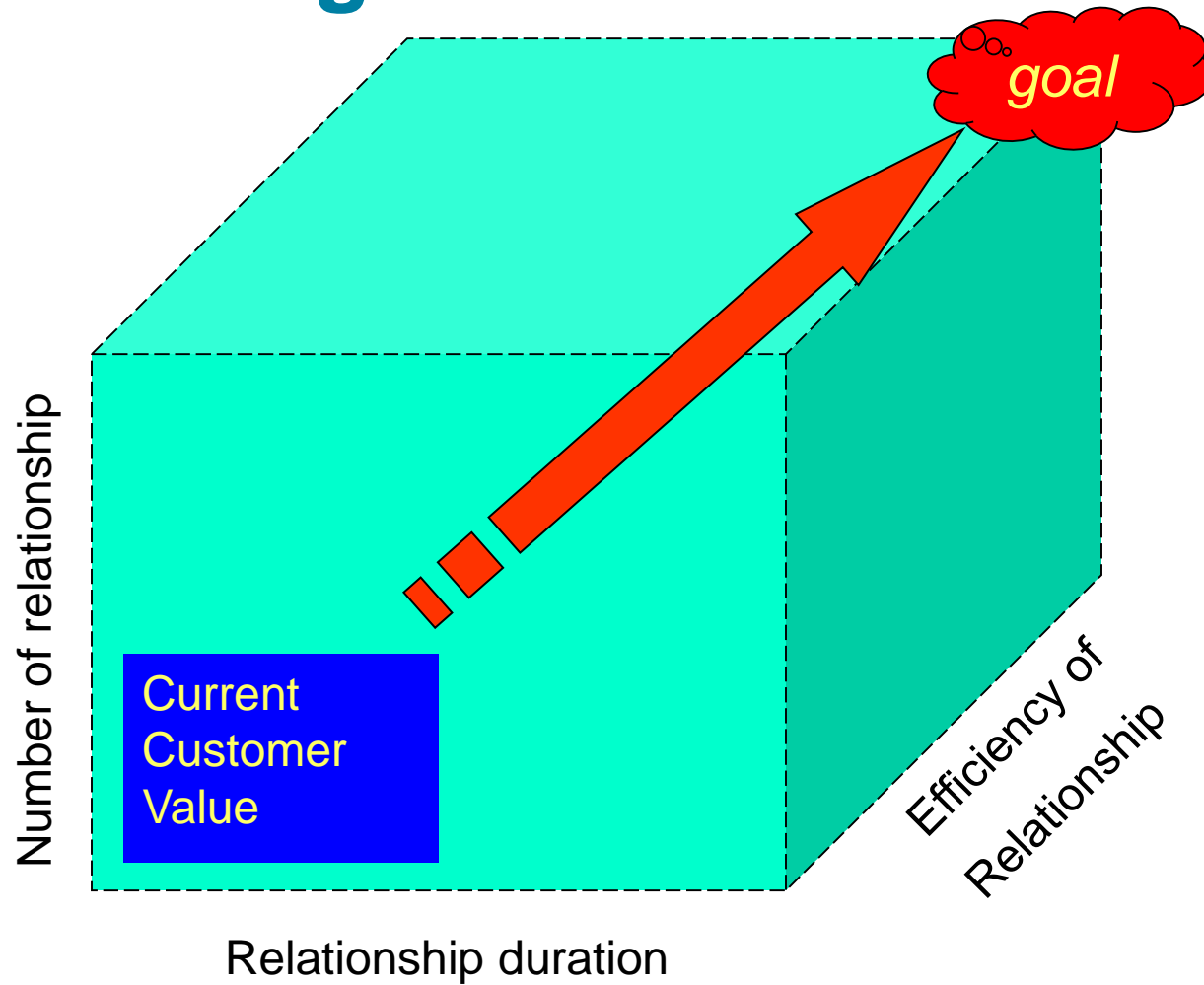
# Εικόνα 9.6 Διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες (CRM)



# Customer Relationship Management

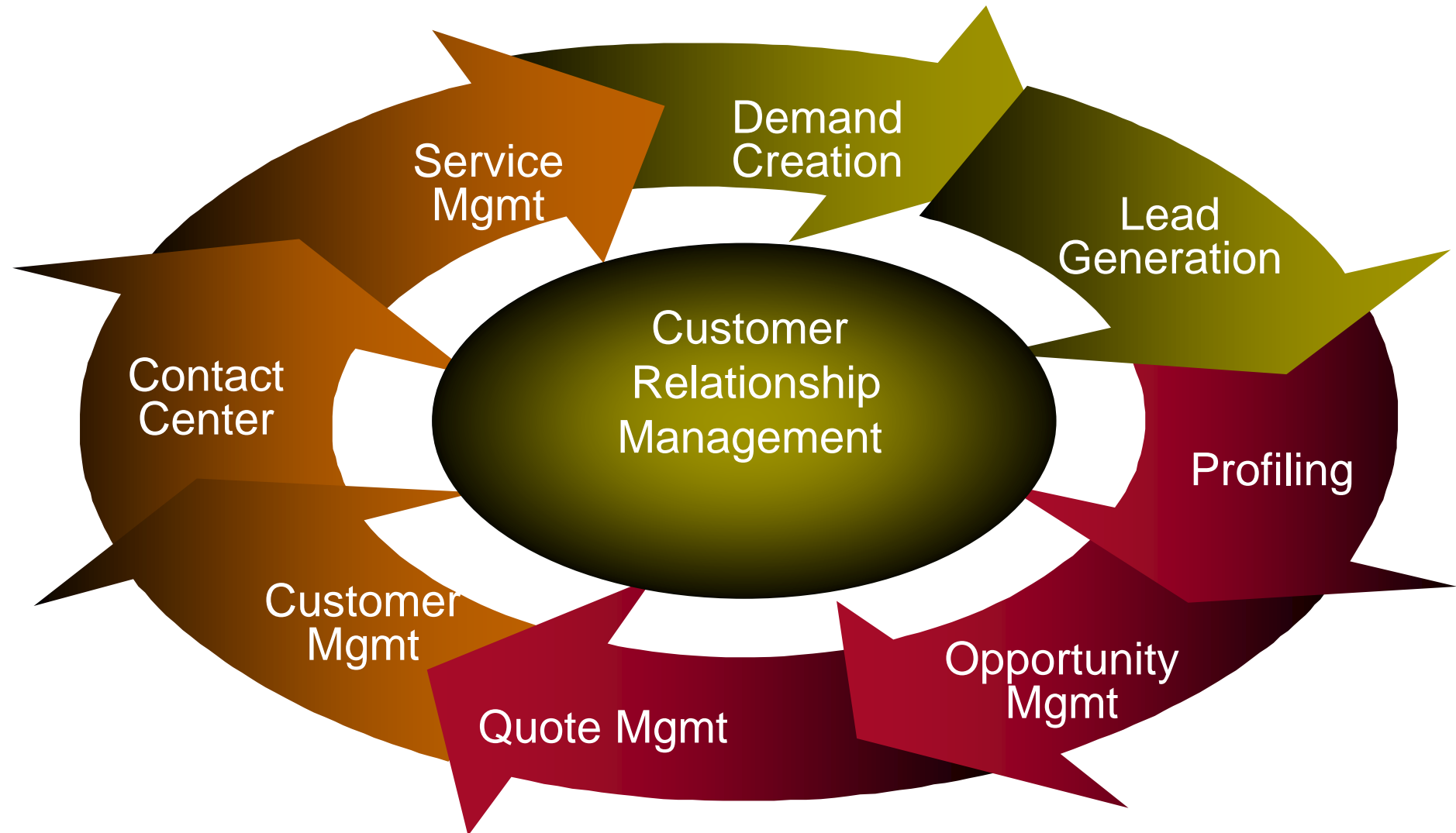
- Provides customer-facing employees with a single, complete view of every customer at every touch point and across all channels
- Provides the customer with a single, complete view of the company and its extended channels

# The ultimate goal of CRM



# Steps in a CRM process

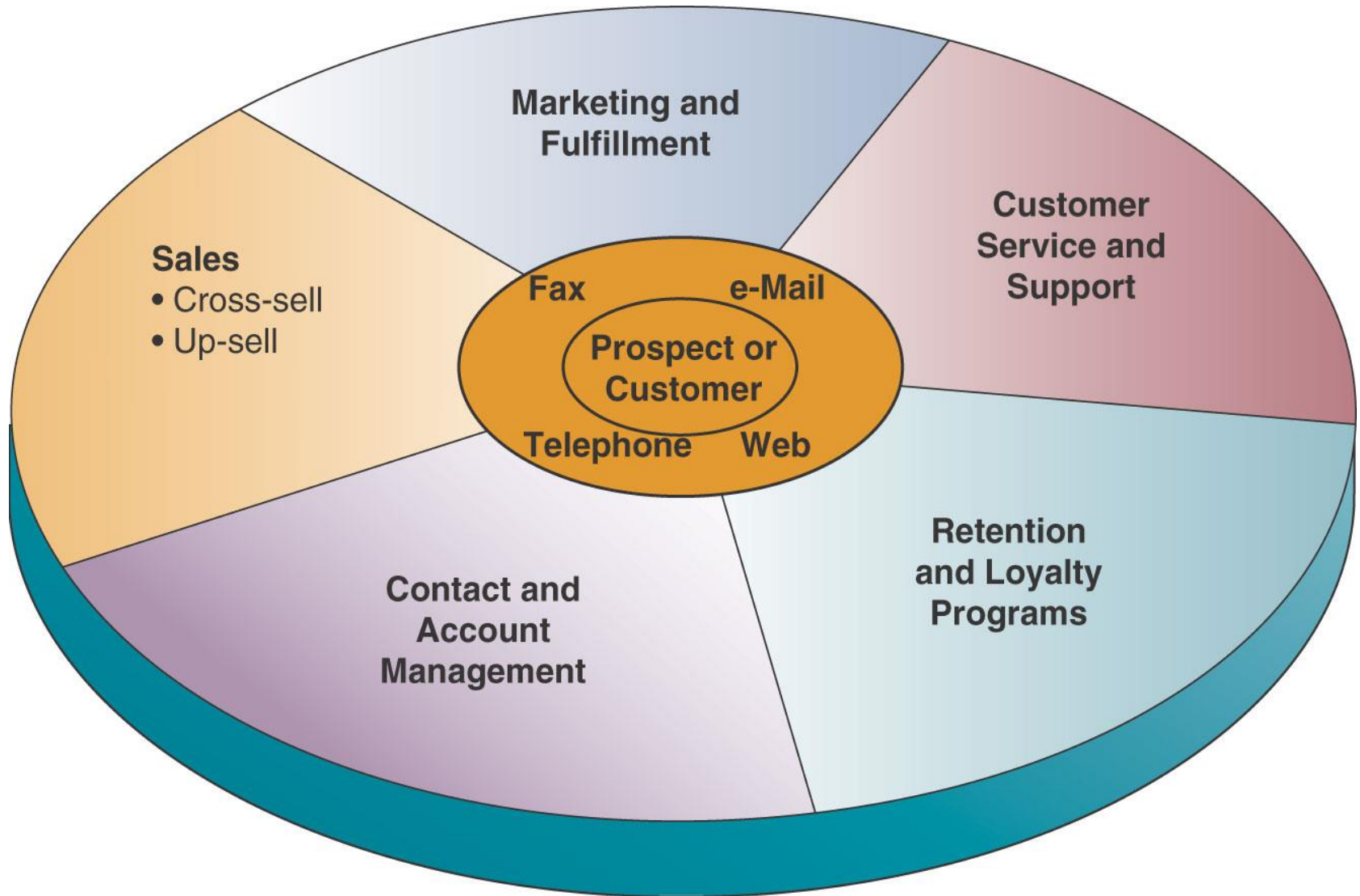
*Goal: Improve responsiveness & customer service*



# CRM ...

- Integrates and automates many of the customer serving processes
- Creates an IT framework of Web-enabled software & databases that integrates these processes with the rest of the company's business operations
- Includes software modules that provide tools that enable a business & its employees to provide fast, convenient, dependable, consistent service.

# Customer Relationship Management



# Subsystems of a CRM solution

- Sales automation
- Leads analysis
- Offers / Bid management
- Campaign management
- Loyalty programs management
- Catalogue management
- Sales Forecast
- e-mail management
- Help desk organization
- Sales force assessment
- Document management
- Telemarketing: Script management
- Call Center integration

# Three Phases of CRM

- **Acquire** (new customers)
  - *By doing a superior job of contact management, sales prospecting, selling, direct marketing, & fulfillment.*
- **Enhance** (customer satisfaction)
  - *By supporting superior service from a responsive networked team of sales and service specialists.*
- **Retain** (your customers)
  - *Help identify and reward your most loyal, profitable customers.*



# Benefits and Challenges

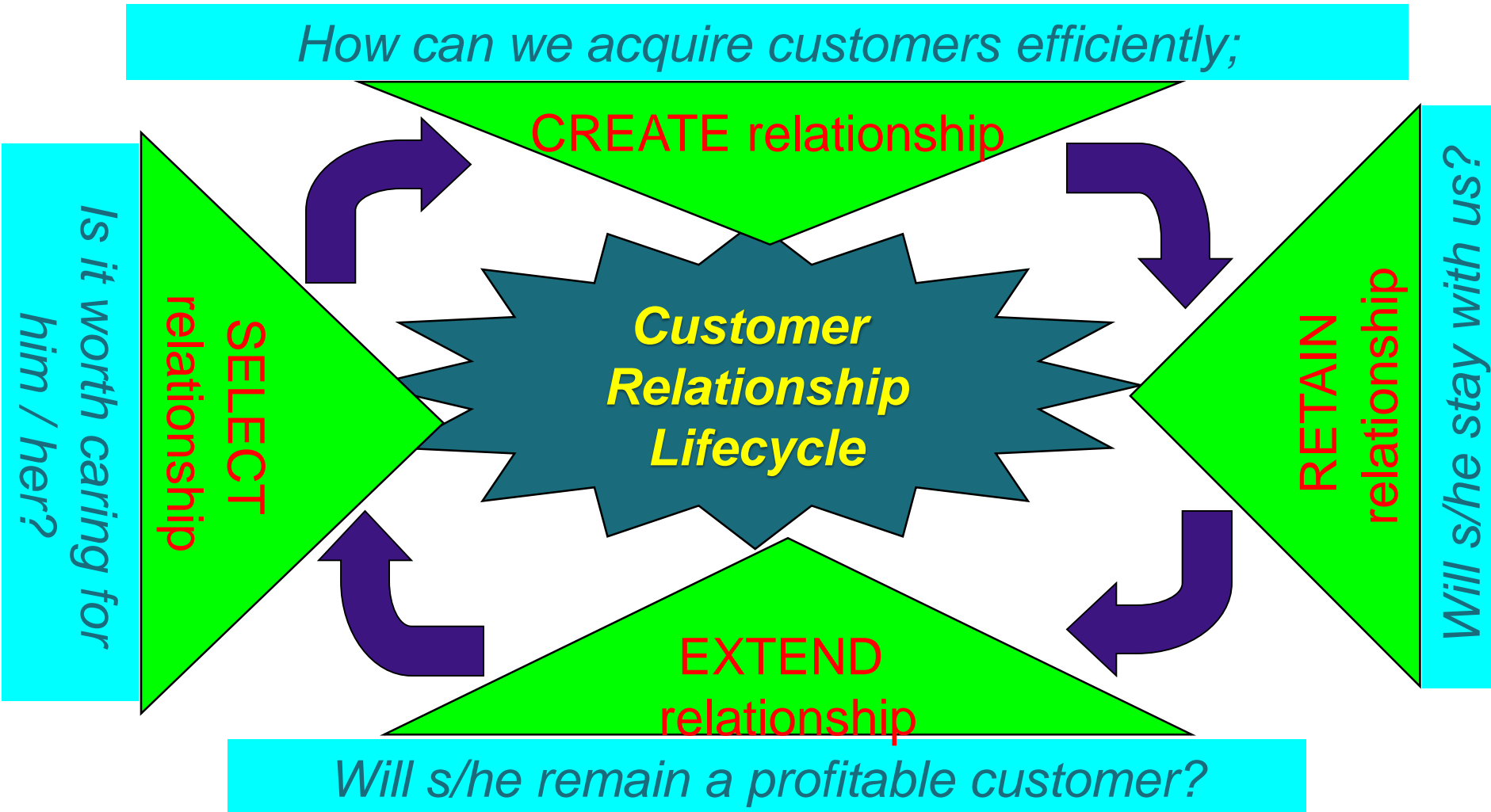
- **Benefits**

- Allows a business to identify its best customers
- Makes possible real-time customization & personalization of products & services based on customer wants, needs, buying habits, & life cycles
- Enables a company to provide a consistent customer service experience

- **Failures**

- Due to lack of understanding & preparation.
- CRM is not a silver bullet

# An operational model for CRM



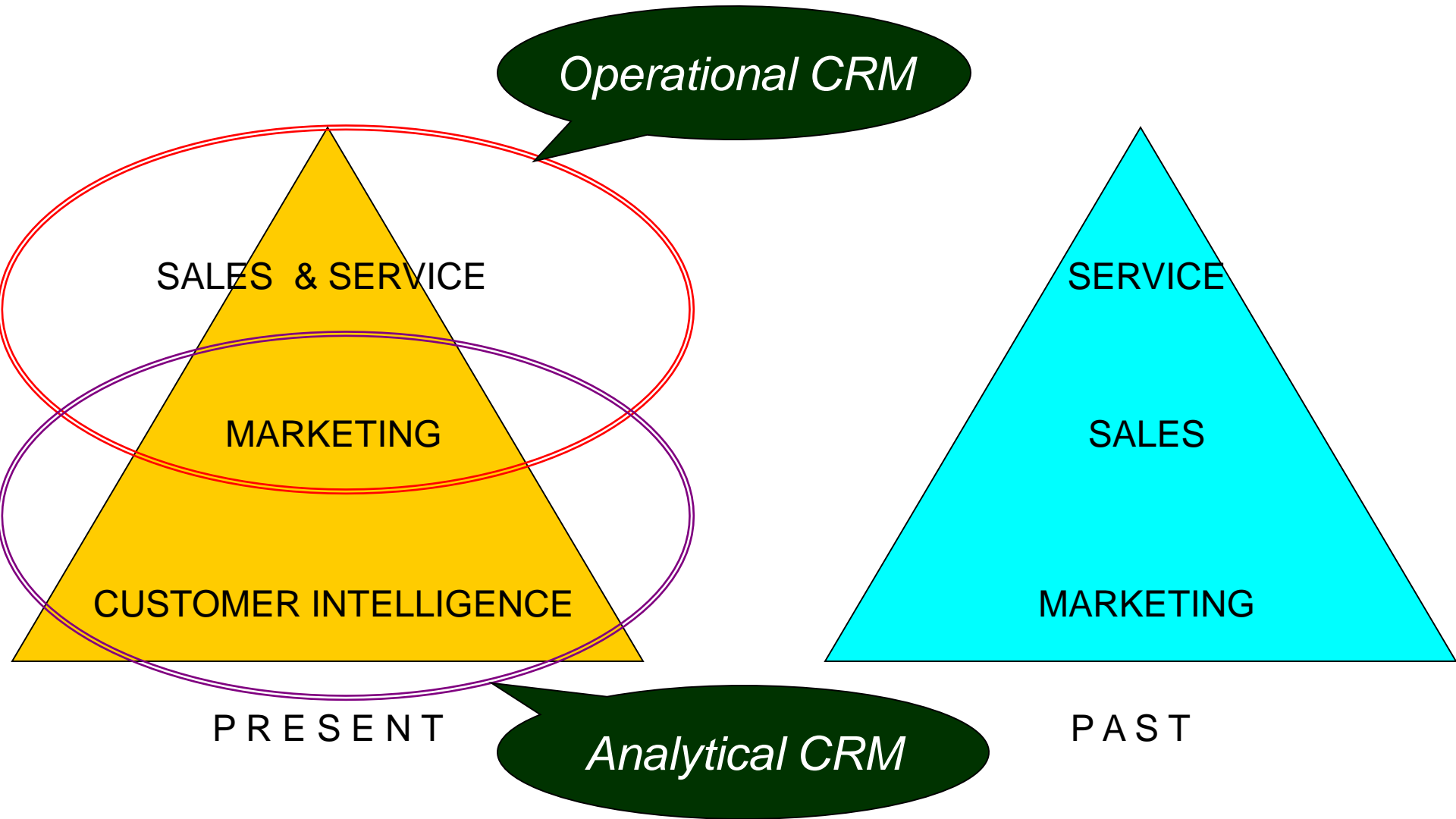
# Λογισμικό διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες (1 από 2)

- Τα πακέτα κυμαίνονται από εξειδικευμένα εργαλεία μέχρι επιχειρησιακές εφαρμογές μεγάλης κλίμακας
- Τα πιο ολοκληρωμένα πακέτα έχουν λειτουργικές μονάδες για:
  - Διαχείριση των σχέσεων με τους συνεργάτες (PRM)
    - Ενοποίηση δεδομένα σχετικά με τη δημιουργία προοπτικών πωλήσεων, την τιμολόγηση, τις προωθητικές ενέργειες, τη διαμόρφωση παραγγελιών, και τη διαθεσιμότητα
    - Εργαλεία για την αξιολόγηση της απόδοσης των συνεργατών
  - Διαχείριση σχέσεων με το προσωπικό (ERM)
    - Καθορισμός στόχων, διαχείριση απόδοσης εργαζομένων, αμοιβές βάσει απόδοσης, εκπαίδευση εργαζομένων

# Types of CRM

- Operational CRM
  - e.g. sales force automation, customer service centers
- Analytical CRM
  - e.g. data mining
- Collaborative CRM
  - e.g. partner relationship management
- Portal-based CRM

# CRM: Analytical & Operational

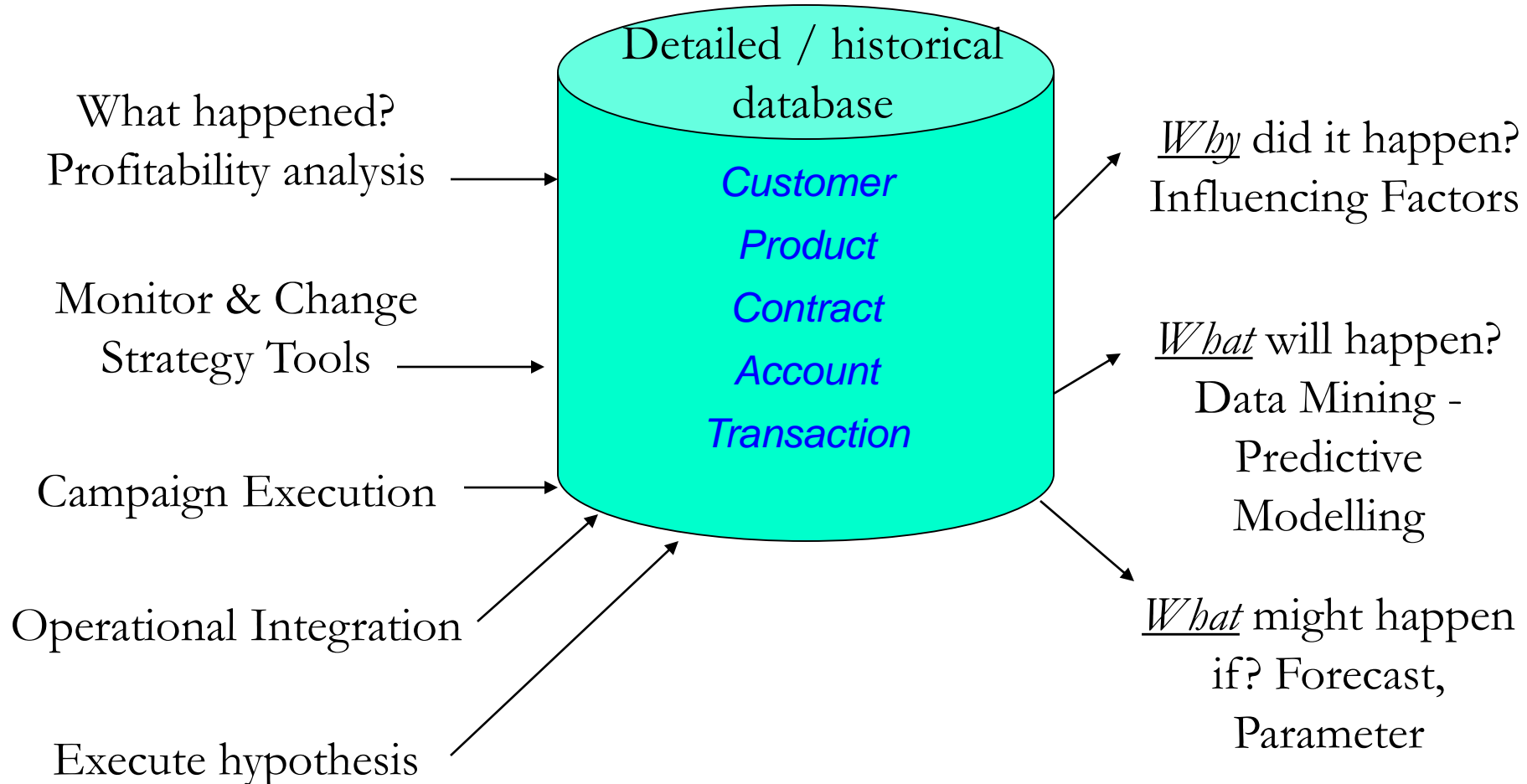


# Operational & Analytical CRM: IS

ENHANCEMENT

INFORMATION

ANALYSIS

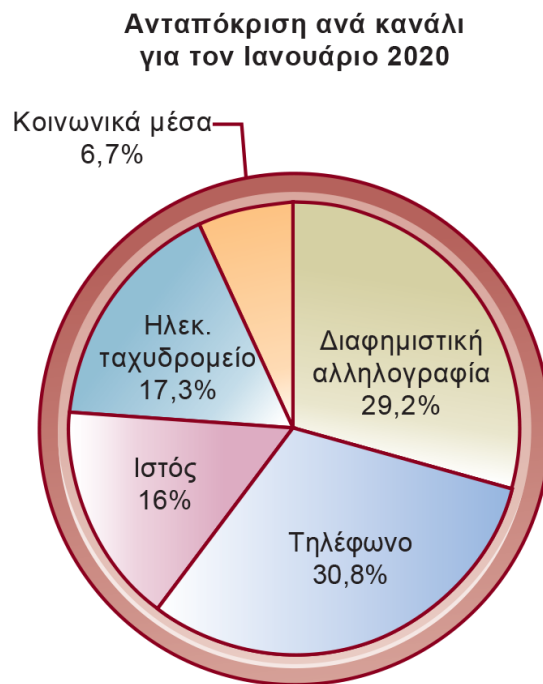


# Λογισμικό διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες (2 από 2)

- Τα πακέτα CRM συνήθως περιλαμβάνουν εργαλεία για:
  - *Αυτοματοποίηση προσωπικού πωλήσεων (SFA)*
    - Πληροφορίες προοπτικών πωλήσεων και επικοινωνίας
    - Δυνατότητες δημιουργίας προσφορών πωλήσεων
  - *Εξυπηρέτηση πελατών*
    - Ανάθεση και διαχείριση αιτημάτων εξυπηρέτησης πελατών
    - Δυνατότητες αυτοεξυπηρέτησης που βασίζονται στον Ιστό
  - *Μάρκετινγκ*
    - Καταγραφή δεδομένων προοπτικών πωλήσεων και πελατών, χρονοπρογραμματισμός και παρακολούθηση έντυπης αλληλογραφίας ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου άμεσου μάρκετινγκ
    - Σταυροειδής πώληση

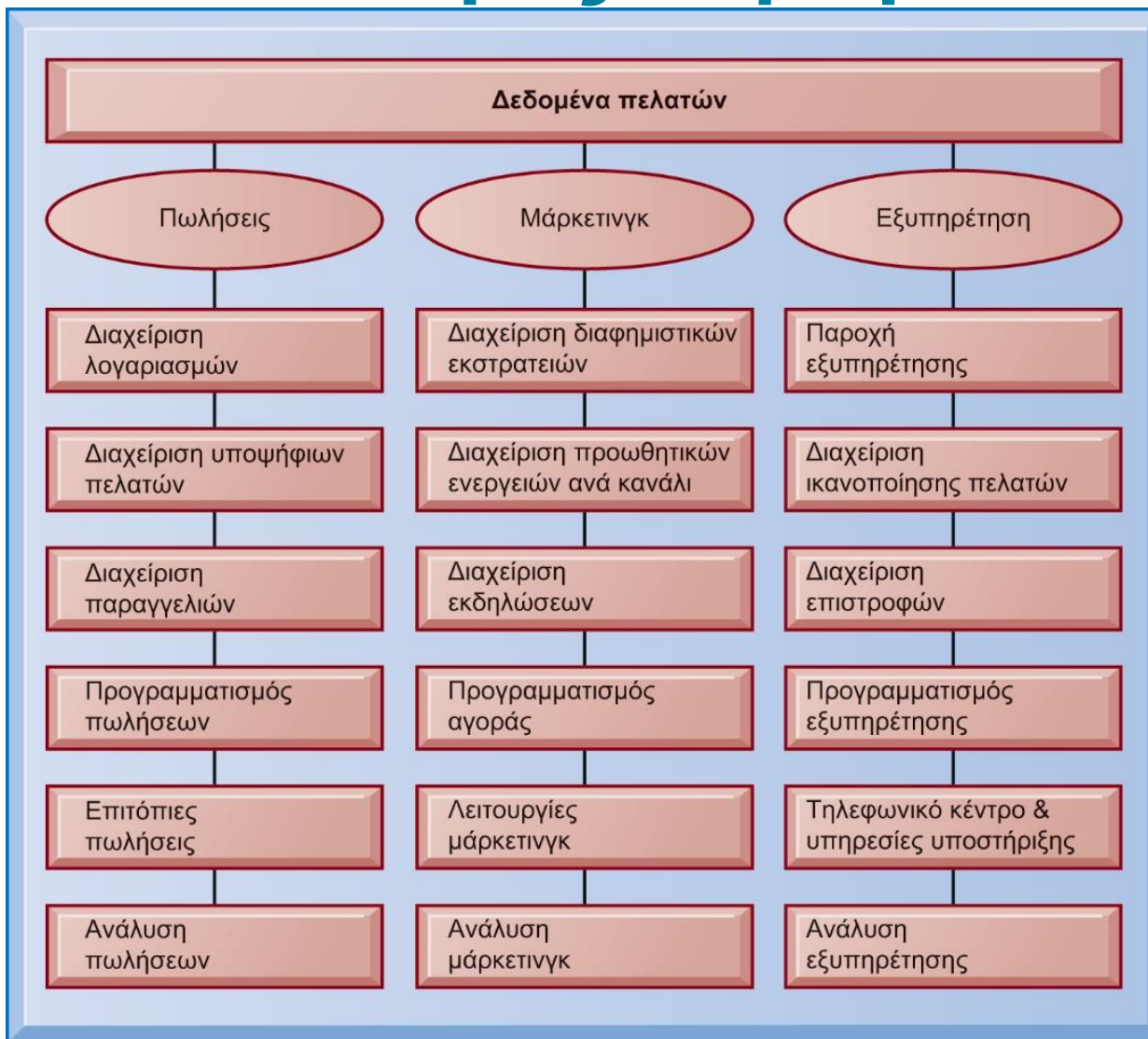
# Εικόνα 9.7 Πώς τα συστήματα CRM υποστηρίζουν το μάρκετινγκ

Ανταπόκριση ανά κανάλι για τη διαφημιστική εκστρατεία του Ιανουαρίου 2020

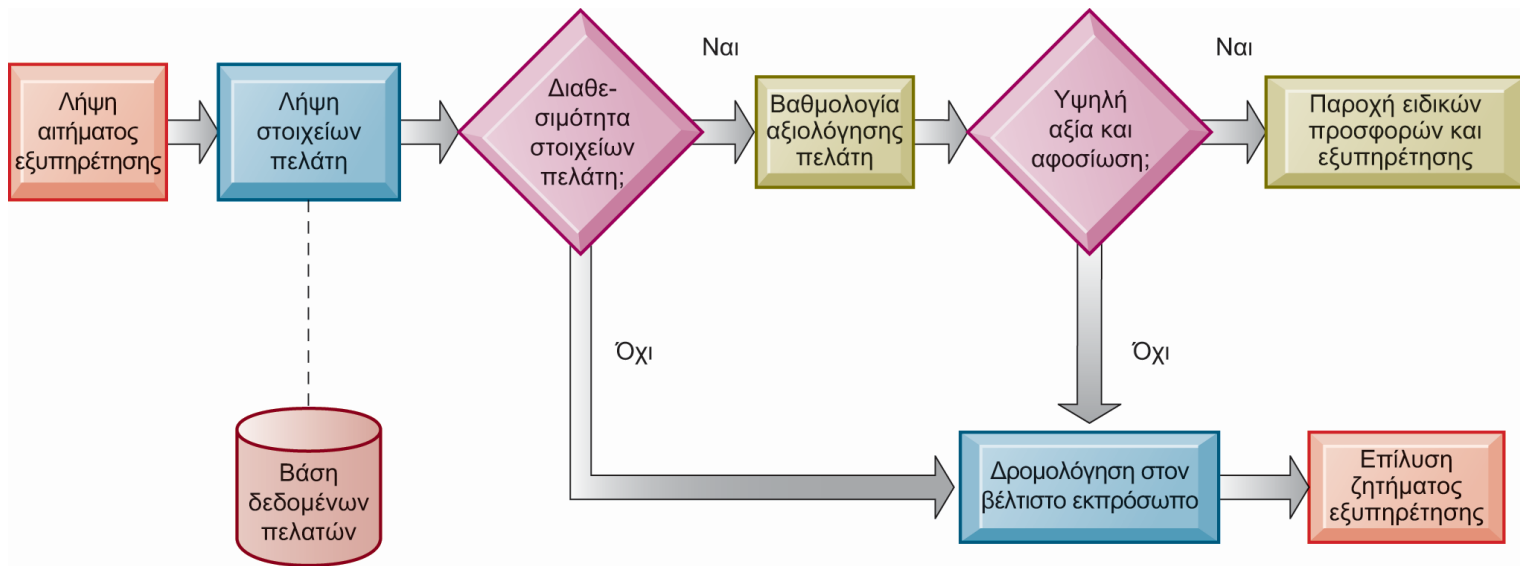




# Εικόνα 9.8 Δυνατότητες λογισμικού CRM



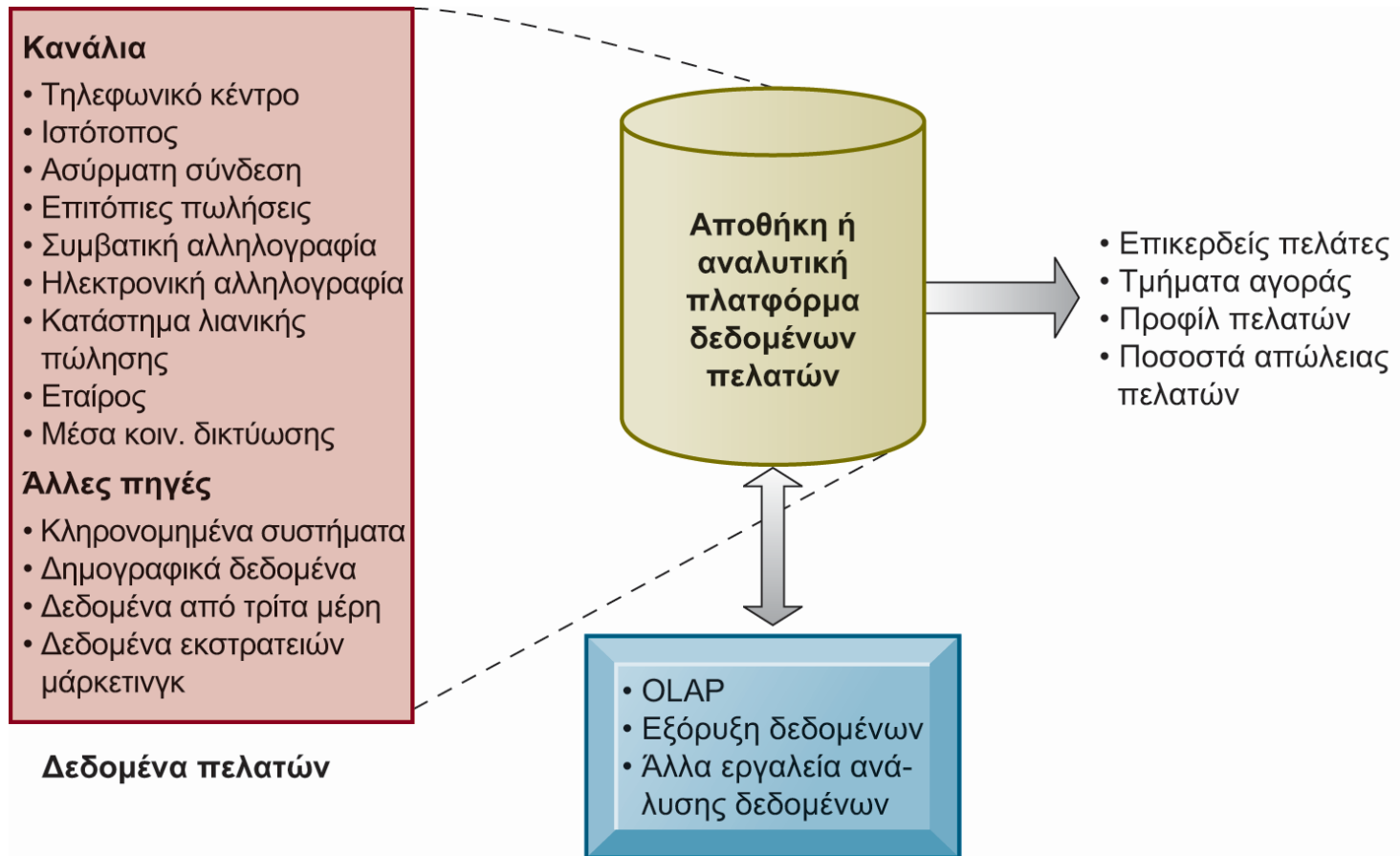
# Εικόνα 9.9 Διάγραμμα διεργασιών για τη διαχείριση της αφοσίωσης πελατών



# Λειτουργική και αναλυτική διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες

- Λειτουργική διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες
  - Εφαρμογές που απευθύνονται στον πελάτη
  - Αυτοματοποίηση προσωπικού πωλήσεων, υπηρεσίες υποστήριξης μέσω τηλεφωνικού κέντρου και εξυπηρέτησης πελατών
  - Αυτοματοποίηση μάρκετινγκ
- Αναλυτική διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες
  - Βασίζεται σε αποθήκες δεδομένων που συμπληρώνονται από λειτουργικά συστήματα διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες και σημεία επαφής με τους πελάτες
  - Αναλύει δεδομένα πελατών (OLAP, εξόρυξη δεδομένων, κ.λπ.)
    - Διαχρονική αξία πελάτη (CLTV)

# Εικόνα 9.10 Αναλυτική διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες



# Περιπτωσιολογική μελέτη – Άνθρωποι: Τα συστήματα διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες βοηθούν την Adidas να γνωρίσει τους πελάτες της έναν προς έναν

- Συζήτηση στην τάξη
  - Αναλύστε την περίπτωση της Adidas χρησιμοποιώντας τα μοντέλα των ανταγωνιστικών δυνάμεων και της αλυσίδας αξίας.
  - Ποια είναι η επιχειρηματική στρατηγική της Adidas; Ποιον ρόλο διαδραματίζει σε αυτήν τη στρατηγική η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες;
  - Πώς υποστηρίζουν τα πληροφοριακά συστήματα τη στρατηγική της Adidas;
  - Πώς η χρήση της Salesforce.com έκανε την Adidas πιο ανταγωνιστική; Πώς άλλαξε ο τρόπος με τον οποίο η εταιρεία διηύθυνε τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες;
  - Δώστε ένα παράδειγμα δύο επιχειρηματικών αποφάσεων που βελτιώθηκαν με τη χρήση της Salesforce.com.

# Adidas case study

- **Analyze Adidas using the competitive forces and value chain model.**
- Adidas aims to attract and retain customers through the quality of their products and customer experience. There are many cheaper substitute products on the market, but Adidas chooses to compete by creating a personalized experience for their customers rather than lowering their prices. Their flexible, personalized, and convenient customer service platform strengthens their value chain, which is concentrated in its primary activities such as operations, sales and marketing, and service.

# What is Adidas's business strategy? What is the role of CRM in that strategy?

- Adidas focuses their business strategy heavily on the customer experience. They do this by ensuring that their products are available for customers to purchase regardless of the channel they interact with the company through, providing personalized and convenient customer support, and tailoring the experience to meet each customer's needs. Customer relationship management allows them to gain insight into their customers and adapt what it presents to the customer to be as close to what the customer is actually looking for.



## How do information systems support Adidas's strategy?

- In order to enhance the customer experience, Adidas partnered with Salesforce.com. Through the use of their cloud-based customer relationship management tools, they have been able to better identify key customer segments, develop closer ties to customers, and design differentiated experiences tailored to each customer's needs.



# How did using Salesforce.com make Adidas more competitive? How did it change the way the company ran its business?

- Using Salesforce Marketing Cloud, Adidas has been able to enhance customer interaction. This software includes predictive analytics to help them make decisions such as what channel to communicate to customers through.
- Salesforce Service Cloud has helped Adidas's 1,100 customer service agents to automate service processes, streamline workflows, and respond to customers across a variety of social platforms. It has made it possible to deliver service that is more personalized and convenient.
- Salesforce Commerce Cloud has enhanced the company's business throughout the globe, helping them use the knowledge of their customers to create better products

## Give an example of two business decisions that were improved by using Salesforce.com.

- Adidas developed a mobile app to customize the customer experience.
- Adidas used Salesforce Marketing Cloud to better communicate with customers.
- Adidas used Salesforce Service Cloud to enhance the customer service experience.
- Adidas used Cloud services to unify the customer experience, preventing overlap between departments.
- Adidas used Salesforce Commerce Cloud to deploy its centralized e-commerce site globally.

# Η επιχειρηματική αξία των συστημάτων διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες

- Επιχειρηματική αξία των συστημάτων CRM
  - Βελτιωμένη ικανοποίηση των πελατών
  - Μειωμένα κόστη άμεσου μάρκετινγκ
  - Πιο αποτελεσματικό μάρκετινγκ
  - Χαμηλότερο κόστος για την απόκτηση/διατήρηση πελατών
  - Αυξημένα έσοδα από πωλήσεις
- Ποσοστό απώλειας πελατών
  - Ο αριθμός των πελατών που σταματούν να χρησιμοποιούν ή να αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες από μια εταιρεία
  - Δείκτης της ανάπτυξης ή της συρρίκνωσης της πελατειακής βάσης μιας εταιρείας

# Προκλήσεις των επιχειρησιακών συστημάτων

- Η αγορά και υλοποίηση επιχειρηματικών εφαρμογών είναι δαπανηρή
  - Έργα αξίας πολλών εκατομμυρίων το 2018
  - Μεγάλοι χρόνοι ανάπτυξης
- Τεχνολογικές αλλαγές
- Αλλαγές επιχειρηματικών διεργασιών
- Οργανωσιακή μάθηση, αλλαγές
- Κόστος αλλαγής, εξάρτηση από προμηθευτές λογισμικού
- Τυποποίηση, διαχείριση, καθαρισμός δεδομένων

# Επιχειρησιακές εφαρμογές επόμενης γενιάς (1 από 2)

- Επιχειρησιακές λύσεις/πακέτα λογισμικού
  - Πιο ευέλικτες εφαρμογές, με περισσότερες διαδικτυακές δυνατότητες και δυνατότητες ενσωμάτωσης με άλλα συστήματα
- Πρότυπα SOA
- Λογισμικό ανοιχτού πηγαίου κώδικα
- Λύσεις κατά παραγγελία
- Εκδόσεις για χρήση μέσω νέφους
- Λειτουργικότητα για φορητές συσκευές

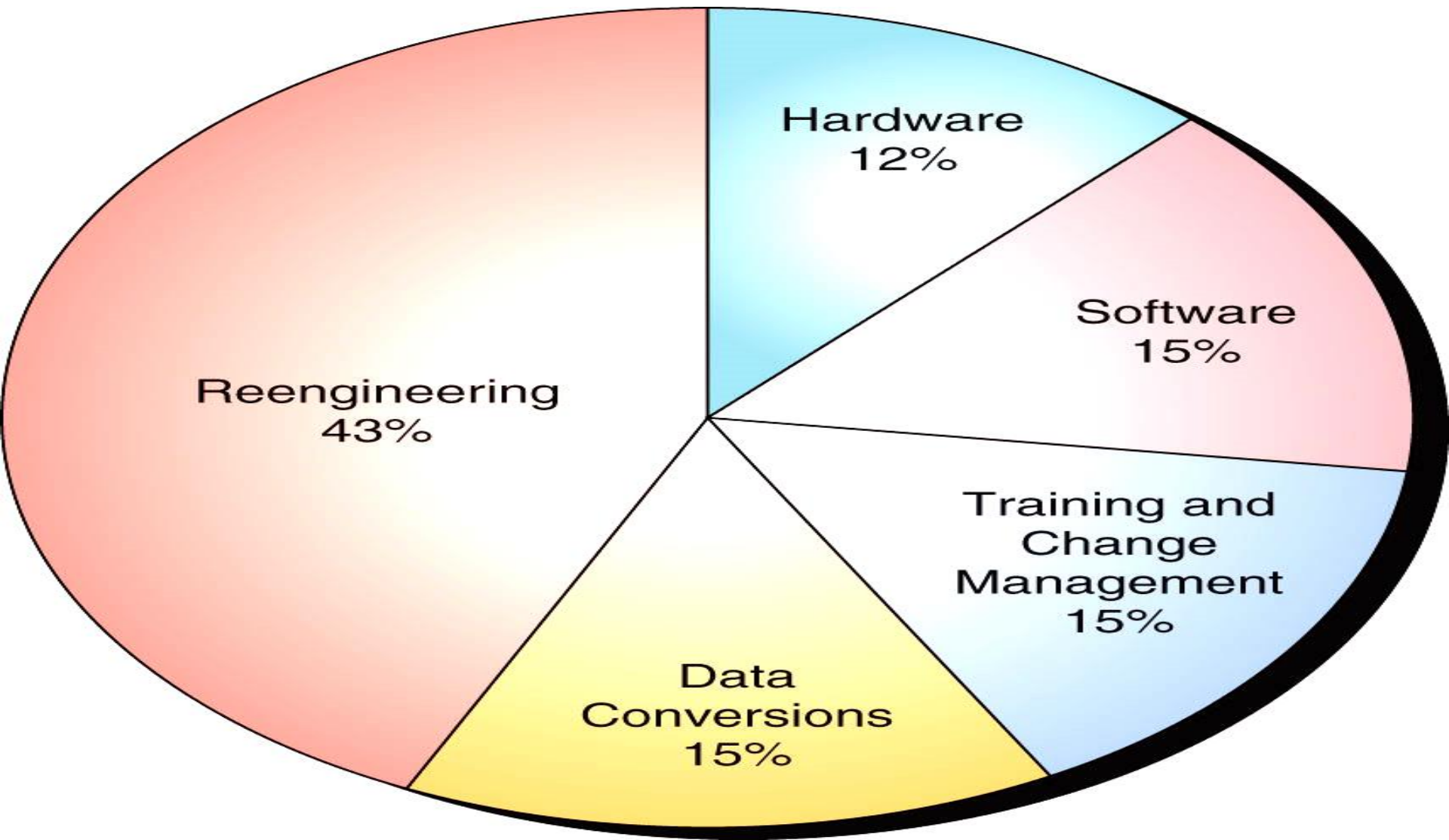
# Επιχειρησιακές εφαρμογές επόμενης γενιάς (2 από 2)

- Κοινωνικό CRM
  - Ενσωμάτωση τεχνολογιών κοινωνικής δικτύωσης
  - Κοινωνικά δίκτυα εταιρειών
  - Παρακολούθηση της δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αναλύσεις κοινωνικών μέσων
  - Διαχείριση εκστρατειών σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μέσω του Ιστού
- Διαχείριση επιχειρηματικών πληροφοριών
  - Συμπερίληψη της διαχείρισης επιχειρηματικών πληροφοριών σε επιχειρησιακές εφαρμογές
  - Ευέλικτες αναφορές, άμεσες αναλύσεις, σενάρια εναλλακτικών υποθέσεων, ψηφιακοί πίνακες ελέγχου, απεικόνιση δεδομένων

# ERP Benefits and Challenges

- **Quality and efficiency** of customer service, production, & distribution by creating a framework for integrating and improving internal business processes
- **Decreased Costs**: Reductions in transaction processing costs and hardware, software, and IT support staff
- **Decision support**: Provides cross-functional information on business performance to assist managers in making better decisions
- **Enterprise agility**: Results in more flexible organizational structures, managerial responsibilities, and work roles
- **Costs of ERP**: The costs and risks of failure in implementing a new ERP system are substantial.

# Typical costs of an ERP implementation





# Causes of ERP failures

- Underestimating the complexity of the planning, development, and training required
- Failure to involve affected employees in the planning & development phases and change management programs
- Trying to do too much, too fast
- Insufficient training
- Believing everything the software vendors and/or consultants say

# Hidden costs of ERP

- Training
- Integration and testing
- Customization
- Data conversion
- Data analysis
- Consultants ad infinitum
- Replacing your best and brightest
- Implementation teams can never stop

# Πώς τα πληροφοριακά συστήματα διοίκησης ωφελούν τη σταδιοδρομία μου;

- Η εταιρεία: XYZ Global Industrial Components
- Περιγραφή θέσης: Εκπαιδευόμενος στη διοίκηση παραγωγής
- Απαραίτητα προσόντα
- Ερωτήσεις συνέντευξης
- Συμβουλές των συγγραφέων

# Πνευματικά δικαιώματα



Το παρόν έργο εμπίπτει στη νομοθεσία των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής περί δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και παρέχεται αποκλειστικά και μόνο για χρήση από τους διδάσκοντες στις παραδόσεις των μαθημάτων και την αξιολόγηση των γνώσεων των σπουδαστών. Η διασπορά οποιουδήποτε μέρους του παρόντος έργου ή η διάθεσή του προς πώληση (από οποιοδήποτε μέσο, μεταξύ αυτών και του Παγκόσμιου Ιστού) θα πλήξει την ακεραιότητά του και ως εκ τούτου δεν επιτρέπεται. Το παρόν έργο και το υλικό που περιλαμβάνεται σε αυτό δεν πρέπει να διατίθεται σε σπουδαστές παρά μόνο από τους διδάσκοντες που χρησιμοποιούν το συνοδευτικό σύγγραμμα στις τάξεις τους. Οι αποδέκτες του παρόντος έργου καλούνται να τηρήσουν τους παραπάνω περιορισμούς και να σεβαστούν την παιδαγωγική σκοπιμότητα για την οποία προορίζεται αυτό, καθώς και τις ανάγκες άλλων διδασκόντων που στηρίζονται σε αυτό το υλικό.



This work is protected by United States copyright laws and is provided solely for the use of instructors in teaching their courses and assessing student learning. Dissemination or sale of any part of this work (including on the World Wide Web) will destroy the integrity of the work and is not permitted. The work and materials from it should never be made available to students except by instructors using the accompanying text in their classes. All recipients of this work are expected to abide by these restrictions and to honor the intended pedagogical purposes and the needs of other instructors who rely on these materials.