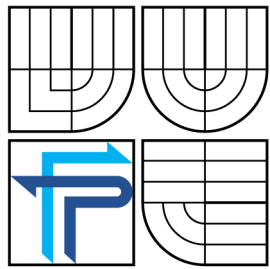




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY
FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF ECONOMICS

IMPLEMENTACE MODERNÍCH KOMUNIKAČNÍCH
TECHNOLOGIÍ V OBCHODNÍM ODDĚLENÍ
IMPLEMENTATION OF MODERN COMMUNICATION TECHNOLOGIES INTO
BUSINESS DEPARTMENT

DIPLOMOVÁ PRÁCE
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

IVANA ŠAFRÁNKOVÁ, BA

VEDOUcí PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. VIKTOR ONDRÁK Ph.D.

BRNO 2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Šafránková Ivana

Podnikové finance a obchod (6208T090)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

Implementace moderních komunikačních technologií v obchodním oddělení

v anglickém jazyce:

Implementation of Modern Communication Technologies in Business Department

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Analýza současného stavu
Teoretická východiska řešení
Návrh řešení
Zhodnocení a závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v plném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Cítace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

Seznam odborné literatury:

- FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. dopl. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-812-1
LACKO, L. Web a databáze. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-555-5
MOLNÁR, Z. Efektivnost informačních systémů. Grada Publishing, Praha 2000. ISBN 80-2470-087-5
RODRYČOVÁ, D. STAŠA, P. Bezpečnost informací jako podmínka prosperity firmy. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-144-5
ROSENAU, M.D. Řízení projektů. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-218-1

Vedoucí diplomové práce: Ing. Viktor Ondrák, Ph.D.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/2009.

L.S.

Ing. Martin Slezák
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA
Děkan fakulty

V Brně, dne 06.05.2009

Anotace:

Cílem diplomové práce je zavedení nových komunikačních prostředků u obchodních zástupců za účelem efektivnější a kvalitnější komunikace, úspory času a lepší řízení organizace práce.

Annotation:

The target of master's thesis is implementation of new communication technologies for sales representatives in order to effective and quality communication, time saving and better leading work.

Klíčová slova:

analýza dokladů, evidence vzorků, komunikační prostředky, monitoring výrobků, objednávka, údržba zákazníků, zákazník

Keywords:

document analysis, samples accounting, communications media, product monitoring, order, customer maintaining, customer

ŠAFRÁNKOVÁ, I. *Implementace moderních komunikačních technologií v obchodním oddělení*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 73 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Viktor Ondrák, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou prací vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v seznamu použité literatury.

V Brně dne 6.5. 2009

.....
Podpis

Poděkování

Děkuji vedoucímu diplomové práce Ing. Viktoru Ondrákovi Ph.D. za ochotu, odborné vedení a cenné rady, které mi během práce věnoval.

OBSAH

1	ÚVOD	9
2	VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE	10
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	11
3.1	O SPOLEČNOSTI NESTLÉ ČESKO S.R.O.	11
3.1.1	<i>Obecné údaje</i>	11
3.1.2	<i>Klíčové hodnoty</i>	12
3.1.3	<i>Historie společnosti</i>	12
3.1.4	<i>Zaměstnanci</i>	13
3.1.5	<i>Výrobní sortiment</i>	13
3.2	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU NA OBCHODNÍM ODDĚLENÍ.....	14
3.2.1	<i>Analýza objednávek</i>	15
3.2.2	<i>Analýza údržby zákazníků</i>	16
3.2.3	<i>Analýza monitoringu výrobků</i>	21
3.2.4	<i>Analýza evidence vzorků</i>	21
3.2.5	<i>Analýza formulářů</i>	22
3.3	ZÁVĚR ANALÝZY	22
4	TEORETICKÁ VÝCHODISKA ŘEŠENÍ	24
4.1	HISTORIE	24
4.1.1	<i>Co je to PDA</i>	24
4.1.2	<i>Co PDA dokáže</i>	27
4.1.3	<i>Instalace programů do PDA</i>	30
4.1.4	<i>Kdo vyrábí PDA</i>	32
5	NÁVRH ŘEŠENÍ	34
5.1	SPECIFIKACE DOKLADŮ	35
5.2	VZNIK DOKLADŮ	35
5.3	OBĚH DOKLADŮ	36
5.4	ARCHIVACE DOKLADŮ.....	37
5.5	OBECNÉ POŽADAVKY NA KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY	37
5.6	ZAVEDENÍ PDA.....	38
5.6.1	<i>Výběr typu PDA</i>	38
5.6.2	<i>Výběr dodavatele PDA a softwaru</i>	40
5.6.3	<i>Uživatelé PDA</i>	41
5.6.4	<i>Práce obchodního zástupce s PDA</i>	41
5.6.5	<i>Servis PDA – popis procesu</i>	57
5.6.6	<i>Nové, náhradní a neopravitelné zařízení PDA – popis procesu</i>	57
5.7	HARMONOGRAM ZAVÁDĚNÍ	58
5.8	EKONOMICKÉ ZHODNOCENÍ.....	58
6	ZHODNOCENÍ A ZÁVĚR	65
7	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	68
8	PŘÍLOHY	69
8.1	SEZNAM PŘÍLOH	69
8.2	SEZNAM OBRÁZKŮ	69
8.3	SEZNAM TABULEK	70
8.4	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	70

1 Úvod

Svoji diplomovou práci jsem nazvala jako implementaci komunikačních prostředků do obchodního oddělení společnosti Nestlé Česko s.r.o.. I v této moderní a velké společnosti je stále co zlepšovat. Každý zaměstnanec by se měl neustále vzdělávat, pracovat na sobě, podílet se na zlepšení pracovních činností. Po promyšlení stávající situace na obchodním oddělení jsem se zaměřila na práci obchodních zástupců.

Cílem této diplomové práce je zavedení komunikačních prostředků pro obchodní zástupce v terénu. Díky těmto novým prostředkům budou moci lépe spolupracovat se svými zákazníky a komunikovat s centrálou. Tyto mobilní přístroje zrychlí a usnadní jejich práci, stanou se nepostradatelnou pracovní pomůckou. Jejich nadřízení pomocí reportovacích systémů mohou sledovat jejich činnost, vyhodnocovat důležitá kritéria a lépe své podřízené řídit.

Hlavním důvodem implementace komunikačních prostředků je zlepšení komunikace obchodních zástupců se zákazníky a centrálou a samozřejmě i snížení nákladů. Současný stav neumožňuje efektivní napojení na stávající firemní aplikace a také na CRM systém (Customer Relationship Management - řízení vztahů se zákazníky). Proto bych se ráda pokusila najít vhodné řešení do budoucna a ukázat finanční úspory a ekonomický přínos.

2 Vymezení problému a cíle práce

Společnost Nestlé Česko s.r.o. má v současné době v oddělení potravin a cukrovinek 2 regionální manažery, 16 oblastních manažerů a 110 obchodních zástupců na hlavní pracovní poměr. Každý má na starosti konkrétní oblast v České republice. Na centrále v Praze Modřanech zajišťují servis 4 administrátoři. Vždy 2 na jednu divizi. Obchodní zástupci denně vyplňují ručně formuláře jako jsou objednávky, monitoring vlastních a konkurenčních výrobků, top sortiment, údržba nových a stávajících zákazníků, plány cest, promoce, evidence vzorků a POS materiálů na skladě, předávací protokoly, posílání faxů. Všechny vyplněné formuláře odevzdávají oblastním manažerům, ti je zpracovávají, vyhodnocují a předávají je na centrálu, kde se s nimi dále pracuje a eviduje. Většina formulářů se nepřepisuje do elektronické podoby, ale pracuje se s nimi v papírové formě. Za několik let takto fungující procedury se uskladnilo spousty tun papíru a v dnešní moderní době je již tento způsob práce přežitkem a je potřeba jej napravit. Jednak odpadne pomalé papírování a zároveň se ušetří čas i peníze.

Cílem této diplomové práce je zavedení komunikačních prostředků pro obchodní zástupce v terénu. Díky těmto novým prostředkům budou moci lépe spolupracovat se svými zákazníky a komunikovat s centrálou. Mobilní přístroje zrychlí a usnadní jejich práci, stanou se nepostradatelnou pracovní pomůckou. Jejich nadřízení pomocí reportovacích systémů mohou sledovat jejich činnost, vyhodnocovat důležitá kritéria a lépe své podřízené řídit.

3 Analýza současného stavu

Hlavní slogan společnosti Nestlé Česko s.r.o. je: “Naším každodenním závazkem přední potravinářské společnosti je poskytovat našim spotřebitelům potraviny, cukrovinky, nápoje a zmrzliny nejvyšší kvality za přijatelné ceny a učinit tak jejich každodenní život pohodlnějším a příjemnějším.”

3.1 O společnosti NESTLÉ ČESKO s.r.o.

3.1.1 Obecné údaje

Obchodní jméno: Nestlé Česko s.r.o.
Právní forma: společnost s ručením omezeným
Sídlo společnosti: Mezi Vodami 2035/31, 143 20 Praha 4 - Modřany
Identifikační číslo: 45799504

Internetová adresa: <http://www.nestle.cz>

Statutární orgán: Jari Esko Latvanen
Prokura: Andrew William Allshire
Společníci: Nestlé Nederland B.V.

Základní kapitál: 1 154 000 000,-- Kč

Předmět podnikání:

- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej
- činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence
- pronájem průmyslového zboží
- pekařství, cukrářství
- činnost podnikatelských, finančních, organizačních a ekonomických poradců
- hostinská činnost

Předmět činnosti:

- pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor s poskytováním pouze základních služeb, zabezpečujících řádné užívání nemovitostí, bytů a nebytových prostor

3.1.2 Klíčové hodnoty

- Trvale inovovat a renovovat naše výrobky při současném zajištění jejich nejvyšší kvality.
- Plně využívat potenciál našich značek a docílit nejširší dostupnost našich výrobků.
- Uspokojovat spotřebitelskou poptávku po výživových vlastnostech našich výrobků.
- Poskytovat spolehlivé a včasné služby našim zákazníkům.
- Trvale používat nejlepší procesy při úsilí o dokonalost v podnikání.
- Pečovat o motivaci a profesionální růst našich zaměstnanců.
- Podnikat společensky odpovědným a udržitelným způsobem.
- Používat nejlepší postupy a dodržovat nejpřísnější průmyslové a právní standardy v oblasti bezpečnosti potravin, jakož i bezpečnosti práce a ochrany životního prostředí.

3.1.3 Historie společnosti

V České republice má společnost Nestlé poměrně bohatou historii, která započala v roce 1890 registrací značky „Nestlé Mléčná moučka“ pro český trh – obrázek 1. V roce 1918 byla v Praze otevřena obchodní společnost Nestlé, v roce 1936 byl uveden do provozu první výrobní závod kojenecké výživy v Moravském Krumlově a následně v roce 1943 byl otevřen druhý výrobní závod kojenecké výživy v Hlinsku. Tuto éru ukončil rok 1948, kdy tyto aktivity byly zastaveny a podniky znárodněny.



Obrázek 1 – Nestlé Mléčná moučka

Další etapa začala v roce 1992, kdy byla založena společnost Nestlé Food s.r.o. v Praze. Tato společnost byla jedním ze strategických partnerů privatizace společnosti Čokoládovny, a.s.. Roku 1999 byla vytvořena ze zmíněné Čokoládovny, a.s. Nestlé Čokoládovna a.s. a zároveň veškeré aktivity společnosti na území ČR a SR byly sjednoceny pod jedno vedení. Poslední výraznou změnou v ČR bylo založení jediné společnosti Nestlé a to Nestlé Česko s.r.o., která zajišťuje veškeré aktivity společnosti.



Obrázek 2 – Nestlé sídlo v Modřanech

3.1.4 Zaměstnanci

V České republice pracuje pro společnost Nestlé kolem 1800 zaměstnanců na různých pozicích. Většina zaměstnanců je etablována ve výrobních závodech a na pozicích, které se přímo týkají výroby.

Řízení aktivit na českém a slovenském trhu je koncentrováno v Praze, kde jsou také veškeré řízeny veškeré administrativní úkony jednotlivých podniků. Společnost se snaží pracovat efektivně, což je vidět na systému řízení, který využívá nejmodernější počítačové technologie pro snížení provozních nákladů. Tento manažerský model je pro tak velkou společnost nezbytným nástrojem z hlediska udržení kvality a pozice na trhu. Veškeré aktivity jsou podřízeny korporátnímu řízení, které vychází z dlouholetých zkušeností společnosti na poli globálních obchodních a výrobních aktivit.

3.1.5 Výrobní sortiment

Společnost Nestlé produkuje několik skupin výrobků. Jedná se o potraviny, cukrovinky, dětskou výživu, cereálie, potravu pro zvířata, kulinářské výrobky a zmrzlinu. V České a Slovenské republice má společnost 3 výrobní závody:

- Zora v Olomouci – vyrábí čokoládové cukroviny značky Orion

Den po této schůzce má každý oblastní manažer poradu se svými OZ, kde jim vysvětlí požadavky a cíle, které se musí během měsíce splnit, předá jim natištěné formuláře. Zároveň si od nich vybere vyplněné formuláře, aby je mohl vyhodnotit a předat na centrále. Vezme v potaz připomínky a návrhy řešení od OZ.

V následujících kapitolách zanalyzuji nejčastější práci OZ, přičemž se jedná o vytváření objednávek, údržbu zákazníků, monitoringu výrobků, evidenci vzorků a tvorbu formulářů.

3.2.1 Analýza objednávek

Objednávky patří mezi nejdůležitější práci OZ. Současný stav objednávek je zastaralý, nemoderní a v neposlední řadě i nevhodný k životnímu prostředí. V dnešní době elektronické komunikace se v této společnosti překvapivě pro objednávky používají tištěné formuláře. Každý OZ dostává 100 ks formulářů objednávek na jeden měsíc!

K objednávání zboží na velkoobchodě nebo maloobchodě slouží objednávkový formulář, který je vytvořen v programu MS Excel. Administrátoři týden před začátkem nového měsíce pošlou žádost o úpravu formuláře na oddělení plánování, kde pracovníci, kteří mají na starosti nové, stávající a končící výrobky, uvedou do žádosti změny oproti minulému měsíci. Tyto změny musí provést do 2 pracovních dní.

Žádost se vrátí administrátorům, kteří změny zanesou do objednávkového formuláře, který ještě jednou pošlou na oddělení plánování k finální kontrole. Ti se vyjádří obratem.

Po odsouhlasení plánovacího oddělení administrátoři formuláře vytisknout. Standardně se tiskne 100 ks formulářů pro 1 OZ. Kdo si však zažádá o jiný počet, administrátor mu vyhoví. Formuláře jsou propisovací – 1 originál, 1 kopie.

Formuláře vyzvedávají oblastní manažeři na centrále, kde mají pravidelné měsíční porady. Následující den manažeři mají porady svého týmu, kde jsou formuláře předány OZ.

Na každou návštěvu u zákazníka si OZ bere předpokládaný počet objednávek. Na maloobchodě nebo velkoobchodě ručně vypíše objednávkový formulář, kopii nechá nákupčímu na obchodě, originál pošle faxem na centrálu na oddělení zákaznického servisu. Originál si poté schová a na další poradě všechny nastřádané formuláře předá svému nadřízenému, který je odevzdává na centrále na zákaznickém servise k uložení.

Výše jsem uvedla nejčastěji používaný typ objednávky. Druhý typ formuláře na objednávku si vytvářejí OZ sami na počítači v programu Excel. Jedná se o formulář, kde jsou uvedeny jednak čísla výrobků společnosti Nestlé a zároveň i interní čísla výrobků daného velkoobchodu. Tyto formuláře si OZ sami tisknou v požadovaném množství. A stejně jako u standardní objednávky formulář vypíše na obchodě, kopii nechají nákupčí a originále pošlou faxem na zákaznický servis a poté originál odevzdají na poradě svému nadřízenému, který ji předá k uložení na zákaznický servis.

3.2.2 Analýza údržby zákazníků

Zákazníci se udržují v databázi zákazníků, která je společná pro všechny divize. Přístup do ní mají jen administrátoři, kteří zde mohou nové zákazníky zakládat, stávající upravovat, měnit nebo mazat.

V databázi najdeme tyto informace o zákazníkovi:

- Interní číslo zákazníka
- Nadřazeného zákazníka
- Název
- Ulice a číslo
- Město
- PSČ
- Okres

- Telefon a fax
- Kontaktní osoba
- IČ
- Globe kanál – popisuje, o jaký druh prodejny se jedná (např. samoobsluha, pultový prodej, hypermarket, supermarket, diskontní prodejna atd.)
- Typ – jedná se buď o maloobchod nebo velkoobchod
- Nákupní prostředí – např. oblast s nízkými příjmy obyvatel, oblast s vysokými příjmy obyvatel atd.
- Velikost prodejny
- Počet pokladen
- Řetězec – do kterého řetězce obchod patří
- Kód a jméno OZ, který má prodejnu na starosti
- Frekvenci návštěv – 1x týdně, 2x týdně, 1x za 14 dní atd.
- Merchandising – zda má OZ na prodejně někoho, kdo doplňuje zboží Nestlé do regálu
- Datum, od kterého OZ zákazníka navštěvuje
- E-mail na kontaktní osobu
- Poznámka

Zákazník

Globe číslo: 999996 Jméno: _____
 Nestle číslo: _____ Suspend: 0 - Aktivní záznam [Active]

Zákaznická hierarchie
 Nadřazený zákazník: _____ Vynuluj nadřazeného Přiraď nadřazeného Zobraz podřazené Ukaž strom

Prostorová hierarchie
 Nadřazený zákazník: _____ Vynuluj nadřazeného Přiraď nadřazeného Zobraz podřazené Vytvoř podřazeného

Adresa
 Ulice a číslo: _____ Spojení: _____ Identifikace
 PSČ a město: _____ cboCity _____ Telefon: _____ IČO: _____
 Okres: _____ Kontakt: _____ Referenční číslo: _____

Poznámka: _____

Klasifikace
 Globe kanál: _____ Řetězec: _____
 Typ: _____ SR Division(s)
 Lokální klasifikace: _____
 Nákupní prostředí: _____ Velikost: _____
 Urbanizace: _____ Počet pokladen: _____

Kontrola Duplicity

Dašší (CTRL+D) Nový (CTRL+N) Vyhledat Smazat Uložit (CTRL+U) Zavřít

Obrázek 4 – Vzhled zákazníka v databázi zákazníků

Billa (555555)

Zákazník C CE1 (s) G GE2 (s) T TB1 (s) Formuláře

SalesRep: TB1 SalesForce: T Změna OZ Distribuce přes VO: 0000968150 Vyhledej
 Jméno: Česák Josef Distribuce přes VO2: _____ Vyhledej
 Orig. OZ: _____ Přřazení: Trvalé Návřat orig. OZ VO SalesRep:
 Listing: [4465_T] [Billa][T] Vyhledej Smazat

Seznam návřtřev:

LocalClass	Frekvence	Den	Ode dne	Merchandising	Kontakt
T	W1 = 1x třdně	Pondělí	1.1.1990	1 - Externí MCH	

Přidat
Opravit
Smazat

Název parametřu	Hodnota
Obrat	
T.O.	
Druhotné umístění	
Promoce	
POP	
Listing	
Počet stravníků/děť	
Zaslané informace	
Stojan/Materiál 1 - Typ	
Stojan/Materiál 1 - Počet	
Stojan/Materiál 2 - Typ	
Stojan/Materiál 2 - Počet	

Sada parametřů: Default Editovat parametř Vytisknout parametř

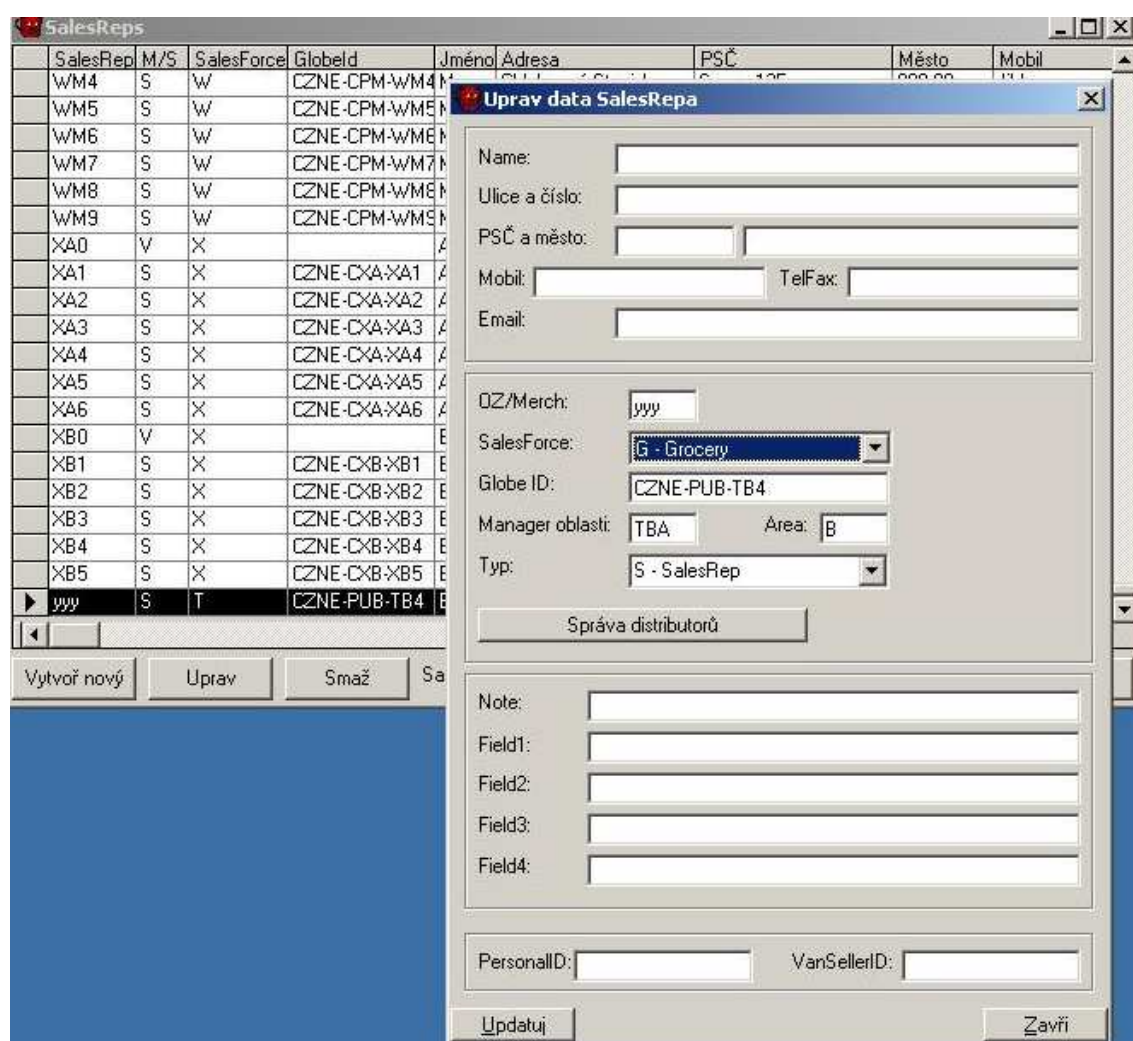
Automaty: Smlouvy

Dašší (CTRL+D) Nový (CTRL+N) Vyhledat Smazat Uložit (CTRL+U) Zavřít

Obrázek 5 – Záložka obchodního zástupce v databázi zákazníků

Administrátoři tisknou formuláře na založení nebo úpravu zákazníků vždy 1x měsíčně, pro každého OZ v počtu 15 ks. Pokud OZ žádá jiný počet, je mu vyhověno. OZ během svojí práce vyplní formulář a buď je pošle administrátorům poštou nebo je předá svému nadřízenému, který je odevzdá na centrále administrátorům. Ti formulář zpracují nejpozději 2 dny před poradou oblastních manažerů na centrále. Ti totiž dostávají pro své OZ aktuální seznamy zákazníků.

V databázi je přehledně vytvořený seznam všech OZ, včetně telefonního čísla, e-mailu, adresy a dalších údajů.



Obrázek 6 – Úprava obchodního zástupce v databázi zákazníků

Podle políček uvedených v databázi zákazníků je možné vytvářet různé reporty, jako např. počty návštěv do měsíce, kvartálu, zákaznicky, kteří jsou v řetězci atd.. Reporty se vytvářejí podle požadavků regionálních a oblastních manažerů.

V databázi zákazníků se generují formuláře na objednávku, monitoring výrobků, plány návštěv.

Plány návštěv si vytvářejí sami OZ na předtištěné formuláře a posílají je administrátorům. Ti formulář zadají do databáze zákazníků, vytvoří report plánu návštěv a předají je OZ.

Region: GAI Obchodní zástupce: **Josef Novák** Area manager: **Jana Novotná** Týden: 6 Nestlé měsíc: 2/ 200

Plánované MO návštěvy na den v týdnu 6/ 200

Optak 800/11

ID	Název	Adresa	Klas	Datum	Čas příjezdu	Výše objednávek v tis Kč - pouze MOa nepřímý KA					Celková útržina	Poznámka
						TČ 250 Kč	Týdní 300 Kč	Bežný úrok 410 Kč	Sortový 310 Kč	Oplaky 800/140 Kč		
112	BILLA	Slapa 101 00 Paša	W1									
113	POTRAVINY	Slapa 110 00 Paša 2	W1									
114	ALBERT	Slapa 101 00 Hortova	W1									
115	ALBERT	Slapa 100 00 Paša 10	W2									
0												
7												
6 2009 celkem <input type="text"/>												

Datum tisku: 03.02.2009 2

Obrázek 7 – Vzhled plánu návštěv

3.2.3 Analýza monitoringu výrobků

OZ má povinnost na každé návštěvě vyznačit distribuci vybraných výrobků na regále. U zákazníků, kteří mají daný sortiment zalistovaných výrobků (např. klíčoví zákazníci), vyznačí distribuci podle listingu. U všech ostatních zákazníků nezávislého trhu vyznačí distribuci sortimentu TOP výrobků.

Distribuci provádí OZ na papírovém formuláři. Tyto formuláře vytváří administrátoři v databázi zákazníků, ze kterého se po zadání různých filtrů generují plány návštěv OZ, kde jsou i volná políčka pro ruční vyplnění distribuce.

Tyto formuláře obsahují i políčka pro vyplnění času, kdy OZ přijde a odejde od zákazníka, souhrn, kolik minut tam strávil, kolik zde udělal objednávek.

Formuláře se opět předávají nadřízením na poradách, kteří je odevzdají na centrále administrátorům k založení.

Tento formulář zároveň slouží jako nástroj pro oblastní manažery, kteří tak mohou až zpětně sledovat, v jakou dobu a kde jejich podřízení byli.

3.2.4 Analýza evidence vzorků

Výrobky určené pro zákazníky nebo-li vzorky dostávají OZ 1x měsíčně do svých oblastních skladů. Objednávají jim je administrátoři vytvořením objednávky vzorků podle podkladů oblastních manažerů. Objednávky odevzdávají na oddělení zákaznického servisu, kde jsou zadávány do programu (CRM), na základě jehož je zboží rozvezeno do oblastních skladů OZ.

Každý OZ dostává od administrátorů tzv. fialové papíry, což je formulář určený pro výdej vzorků u zákazníka a to v počtu cca 5 ks na 1 měsíc. Na nich se při výdeji zapisuje:

- Název, ulice, město zákazníka
- Vzorky – výrobky, které zákazník dostal

- Kolik ks výrobků
- Cena
- Důvod předání
- Datum

Po vyplnění formulářů na konci měsíce jsou předány oblastním manažerům, ti je poté předají na centrále k založení.

OZ dostává také 1x měsíčně předávací protokoly v počtu 15 ks. Ty slouží jako podklad OZ, že předali odpovídající vzorky zákazníkům. Tyto protokoly se předávají na centrálu k založení.

3.2.5 Analýza formulářů

Formuláře slouží ke zjišťování skutečnosti na prodejně, ať už se to týká výrobků společnosti Nestlé nebo konkurenčních v regálech, kolik kdo má místa v regále, jaké jsou ceny, druhotná vystavení atd..

Pro každou z výše uvedených možností je vytvořen 1 formulář a regionální manažer nebo oddělení marketingu rozhodne, u kterých zákazníků se bude vyplňovat (např. u prodejen s pultovým prodejem, hypermarketů, supermarketů).

Formuláře tisknou administrátoři v zadaném počtu. OZ je postupně vyplňují a odevzdávají oblastním manažerům. Pokud je v zadání, že se mají posílat na centrálu elektronicky, OZ je musí doma přepsat na osobním počítači v programu Excel a posílají je elektronickou poštou.

3.3 Závěr analýzy

V oddělení potravin a cukrovinek má společnost Nestlé Česko s.r.o. v současné době 2 regionální manažery, 16 oblastních manažerů a 110 obchodních zástupců na

hlavní pracovní poměr. Jejich pracovní působení je rozděleno do regionálních úseků v celé České republice. V Praze na centrále zajišťují servis 4 administrátoři. Obchodní zástupci ručně vyplňují formuláře jako jsou objednávky, monitoring vlastních a konkurenčních výrobků, top sortiment, údržba nových a stávajících zákazníků, plány cest, promoce, evidence vzorků a POS materiálů na skladě a předávací protokoly. Všechny vyplněné formuláře odevzdávají oblastním manažerům, ti je zpracovávají, vyhodnocují a předávají na centrálu.

Vždy poslední týden v měsíci se regionální a oblastní manažeři schází na centrále, kde řeší vzniklé problémy. Následující den má každý oblastní manažer poradu se svými OZ, kde jim vysvětlí požadavky a cíle, které se musí během měsíce splnit, předá jim natištěné formuláře. Zároveň si od nich vybere vyplněné formuláře, aby je mohl vyhodnotit a předat na centrále.

Jako největší nedostatek u takto zaběhnutého pracovního systému vidím evidenci práce OZ v papírové podobě. Neustálé tištění papírů, předávání od jednoho k druhému. Oblastní manažeři mohou práci svých podřízených posuzovat ve většině případů až zpětně poté, co si od nich vyberou vyplněné formuláře. Nemají proto prostor reagovat na vzniklé problémy hned. Zpětné řešení nemá podle mého názoru takový efekt, jako řešení situace v aktuálním čase.

Za několik let takto fungující procedury se uskladnilo spousty tun papíru a v dnešní moderní době je již tento způsob práce přežitkem a je potřeba jej napravit. Jednak odpadne pomalé papírování a zároveň se ušetří čas i peníze. OZ budou mít více času věnovat se obchodování se zákazníky, mohou ukázat svoje nápady a kreativitu.

Závěrem analýzy mohu říci, že je potřeba zlepšit stanovené procesy práce OZ, zmodernizovat je, zrychlit a zefektivnit. V následující kapitole se zaměřím na nejčastější práci OZ a navrhnou možná zlepšení.

4 Teoretická východiska řešení

4.1 Historie

Telefonní přístroje se vyvíjely od analogových přes digitální až po bezdrátové. Velké generační změny proběhly ve druhé polovině dvacátého století. Z velkých a málo výkonných přístrojů se staly několikanásobně menší se špičkovou výkonností a spoustou důležitých funkcí. Staly se nepostradatelnou životní pomůckou.

4.1.1 Co je to PDA

PDA (personál digital asistent) je kapesní počítač nabízející řadu funkcí stolních počítačů v malém provedení. PDA jsou jen o málo větší než mobilní telefony, avšak co se dovedností týče, dokáží toho několikanásobně více. Stejně jako PC se skládají ze základní desky s procesorem (200 – 600 MHz), místo pevného disku se pro ukládání uživatelských dat používá flash paměť, klasickou operační paměť závislou na dodávce elektrické energie v PDA existuje také (slouží pro potřeby spuštěných programů). Integrovaná paměť většinou nestačí, což ale příliš nevadí, protože většina dnešních PDA disponuje slotem na paměťové karty CF, SD či micro SD.

Přístroje se značkou HP, Asus nebo třeba Acer, tj. všechny používající Windows Mobile, nabízí uživateli dva druhy paměti. Prvním typem je RAM, paměť umožňující čtení a zápis. Slouží jak pro potřeby operačního systému, tak i pro právě běžící aplikace. Data uložená v RAM jsou závislá na přísunu elektrické energie, tzn. že po resetu se data ztratí. U dnes prodávaných přístrojů začíná velikost RAM na 64 MB s tím, že pro potřeby uživatele zůstane k dispozici cca 25 – 35 MB. To je dost paměti pro práci s cca 4 aplikacemi současně (záleží samozřejmě na paměťové náročnosti jednotlivých programů). Je však třeba vzít v potaz, že některé programy (jedná se zejména o hry) potřebují ke spuštění několik desítek MB RAM. Pokud se tedy plánuje používat kapesní počítač také jako herní pomůcku, je vhodné být při výběru patřičného modelu obezřetný.

Druhým typem paměti používané ve Windows Mobile zařízeních je Flash ROM obsahující operační systém. Kromě toho nabízí Flash ROM i několik desítek, u nových modelů dokonce stovek, megabajtů prostoru pro uložení uživatelských dat (programů, hudby, obrázků apod.). Tato paměť nepotřebuje k uchování dat stálý přísun energie, takže pokud se z PDA vyjmete akumulátor, o dokumenty a jiná data se nepřijde. Vzhledem ke stále klesajícím cenám paměťových karet není třeba kapacity ROM paměti přisuzovat přílišnou důležitost.

U nových kapesních počítačů s Palm OS se většinou uvádí jen jedna hodnota kapacity paměti. Jde o Flash ROM obsahující samotný systém a slouží také k uložení programů a jiných dat. Pokud se plánuje pořízení vysokokapacitní paměťové karty, není třeba se kapacitou Flash ROM příliš zabývat. Jen je třeba dbát na to, aby bylo k dispozici alespoň 4 – 5 MB volných, jinak bude přístroj pracovat pomaleji než obvykle.

Palmy disponují také RAM pamětí, výrobcem je společnost Palm. Např. Palm TX, současný nejlepší a vlastně i jediný u nás dostupný model Palmu, má 32 MB RAM. Nižší hodnota RAM ve srovnání s Windows Mobile zařízeními není na závadu, protože Palm OS aplikace mají menší paměťové nároky. Druhým důvodem je fakt, že možnost práce s více programy současně není na takové úrovni jako u Windows Mobile. V případě Palmu vlastně nelze pracovat s více aplikacemi současně, jen některé programy dokáží běžet na pozadí.

Většinu čelní stěny přístroje zaujímá displej, ten je dotekový (ovládá se dodávanou tužkou), rozlišení se pohybuje od 160 x 160 bodů po 640 x 480 o úhlopříčce kolem 3,5 – 4", ale začínají se pomalu prodávat i modely s větším rozlišením. Pod displejem se nachází několik tlačítek pro spouštění aplikací a interakci s přístrojem. Dnes prodávané přístroje mají displej o rozlišení alespoň 240 x 240 bodů s podporou 65 tisíc barev.



Obrázek 8 - PDA FSC Loox C550 s tužkou pro ovládání dotykového displeje

Klávesnice pro psaní textu u většiny PDA neexistuje. Je možné si ale nechat na displeji zobrazit malou klávesnici a dodávanou tužkou na jednotlivá písmena a jiné znaky ťukat. Pro zaznamenání schůzky klávesnice na displeji stačí.

Pokud má uživatel trochu trpělivosti, můžete zkusit i systém rozpoznávání psaných znaků, kterých existuje několik v závislosti na použitém operačním systému. Jedno však mají všechny společné – aby uživatel nepotřeboval několikadenní trénink, vychází tyto systémy z kapitálek. Velké písmeno je totiž těžko zaměnitelné s jiným, tzn. pokud se uživatel trochu odchýlí od výrobcem použitého tvaru písmena, přístroj by měl i tak písmeno rozpoznat.

Tím jsem zmínila i jednu z největších nevýhod rozpoznávání psaných znaků – pokud má uživatel velmi specifický rukopis i při psaní kapitálek, rozpoznávání písmen není vhodné. Vyťukávání textu na softwarové klávesnici na displeji bude rychlejší a přesnější způsob psaní.

Ve srovnání s hardwarovou QWERTY klávesnicí má rozpoznávání textu a softwarová klávesnice zobrazená na displeji jednu výhodu – obojí je mnohem operativnější. Vzhledem k tomu, že velká část QWERTY klávesnic u kapesních

počítačů je vysouvací, vyplatí se pro napsání krátké poznámky či vytvoření nové schůzky použít softwarovou klávesnici či rozpoznávání textu.



Obrázek 9 - Ukázka klávesnice zobrazené na displeji PDA

Uživatel si může vybrat některý z přístrojů nabízejících hardwarovou QWERTY klávesnici. Je však třeba mít na zřeteli, že výrobci PDA s hardwarovou klávesnicí většinou neintegrují do přístroje rozpoznávání písma, neboť je díky přítomnosti větší klávesnice ve většině případů zbytečné. Když uživateli nebude stačit ani tohle, lze u několika modelů připojit klasickou PC klávesnici s USB konektorem, případně si vybere některou z nabízených univerzálních PDA klávesnic připojitelných přes Bluetooth či infračervený port.

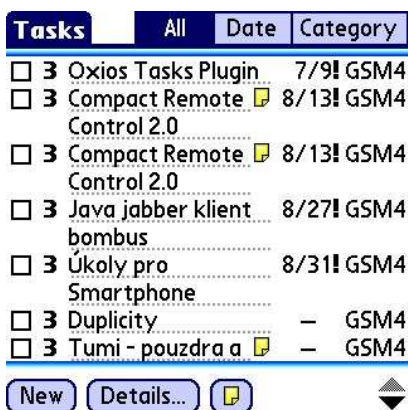
4.1.2 Co PDA dokáže

Vzhledem k tomu, že kapesní počítače je možno považovat za nástupce digitálních diářů, zvládají PDA evidenci každodenní agendy – nechybí kalendář ani možnost zadávat si úkoly. U každé schůzky v kalendáři je možno zadat datum a přesný čas začátku a konce akce. Aby uživatel na schůzku nezapomněl, lze k ní přiřadit zvukové upozornění (samozřejmě s dostatečným předstihem). Jestliže se některé schůzky opakují, není nutno je do kalendáře zadávat po jedné, stačí nastavit opakování a případně i datum poslední schůzky.



Obrázek 10 – Kalendář v Palm OS – pohled na 9 měsíců

PDA programy pro práci s úkoly slouží k zápisu těch událostí, u kterých není znám přesný čas. Do úkolů se může napsat např. pracovní projekty trvající několik dní či záležitosti, které je třeba k určitému datu (např. do odjezdu od zákazníka) zařídit. Stejně jako v případě kalendáře je možno jednotlivé úkoly řadit do kategorií (např. hypermarkety, supermarkety, pultový prodej). Velmi důležitou součástí úkolové aplikace je možnost přiřadit si ke každému záznamu prioritu. V případě potřeby je pak možno úkoly filtrovat a nechat si zobrazit jen ty záznamy v dané kategorii seřazené od nejdůležitějších (tj. s největší nastavenou prioritou) po ty nejméně podstatné.



Obrázek 11 – Zadávání úkolů v Palm OS

V základní výbavě kromě již zmíněných aplikací nechybí ani program pro zápis krátkých textových poznámek, záznamník zvuku a také aplikace pro správu kontaktů. Nezávisle na použitém operačním systému či na stáří PDA je možno ke každému jménu uložit několik telefonních čísel, poštovních adres a také e-mailovou adresu. Jestliže si chcete k zákazníkům ukládat poznámku např. datum narození vedoucího prodejny či jaké vzorky při další návštěvě přivést, ani to není u kapesního počítače problém, stačí využít některé ze standardně nadefinovaných kolonek a uvést požadovanou poznámku.



Obrázek 12 – Výpis kontaktů u Windows Mobile

V posledních letech používá PDA stále více uživatelů k prohlížení webových stránek a k práci s elektronickou poštou. Obojí zastanou kapesní počítače již v základní výbavě. Současné verze webových prohlížečů si většinou poradí i s náročnějšími stránkami využívajícími JavaScript a Flash. Vzhledem k menšímu rozlišení displejů kapesních počítačů se však stále vyplatí pracovat s textovou verzí dané stránky. Webové prohlížeče v kapesních počítačích mají dvě velmi užitečné funkce, které PDA prohlížení velmi usnadňují. Jednak lze vypnout načítání obrázků, takže pokud se platí za přenesená data nebo za dobu připojení, tato funkce bude žádaná. Druhou výhodou je možnost nastavit si stránku tak, aby se co do šířky vešla na displej kapesního počítače a nebylo třeba posunovat se do stran.



Obrázek 13 – Pocket Internet Explorer, webový prohlížeč ve Windows Mobile

E-mailové programy v kapesních počítačích nabízejí většinu podstatných funkcí jako osobní počítače. Uživatel může pracovat jak s POP3, tak i s IMAP účty. E-mailový klient může stahovat celé nebo jen hlavičku, případně pouze předem zadanou velikost v KB. Pro větší přehlednost si může poštu třídit do složek. E-mailový klient v kapesním počítači funguje také s přílohami a pokud má uživatel patřičný prohlížeč, může si soubor hned otevřít. Nejčastější formáty (DOC, XLS, PDF, JPG) se otevrou u všech kapesních počítačů, některé prohlížeče lze najít v přístroji hned po zakoupení, jiné je třeba doinstalovat. Potěšující je, že jde často o freeware, takže uživatele rozšíření funkcionality kapesního počítače nic nestojí.

V základním stavu, to je po vybalení z krabice, je potřeba do kapesních počítačů nainstalovat všechny potřebné programy. V další kapitole si v krátkosti shrneme programy, které jsou často (ale nemusí to být pravidlem) k dispozici pro oba hlavní operační systémy a mezi konkurenčními aplikacemi vynikají, nabízejí funkce navíc.

4.1.3 Instalace programů do PDA

Kapesní počítače se liší operačním systémem. Vždy je třeba aplikace dobře vybírat, protože programy lze instalovat jen na zařízení s příslušným operačním systémem. Českému trhu dominují dva operační systémy: Palm OS od Accessu a Windows Mobile společnosti Microsoft. Co se dostupnosti aplikací týče, pro každý z

obou systému existují jak hry, tak ICQ klienti, hudební přehrávače a tak podobně. Rozmanitost není stejná, v některých odvětvích existuje pouze jeden či dva programy pro daný systém, zatímco pro konkurenční operační systémy naleznete aplikací třeba deset. Pokud je uživatel opravdu nenáročný, nemusí strávit s výběrem vhodného operačního systému dlouhou dobu. Velká část lidí však má určité potřeby, požadavky a svůj styl práce s technikou, proto se vyplatí zjistit si před koupí PDA informace o specifikách operačních systémech.

Windows Mobile je výhodné nasadit všude tam, kde se používají výhradně produkty společnosti Microsoft – Outlook či třeba Exchange. Podpora technologie .NET je vhodná zejména pro vývojáře. Rovněž dostatek aplikací (v poslední době i velkého množství kvalitního freewaru), moderní jádro systému a docela časté uvádění vylepšených verzí patří mezi klady. V neprospěch Windows Mobile hovoří o něco vyšší cena zařízení a také rychlost, respektive to, že PDA nereaguje na akci uživatele vždy okamžitě, ale s prodlevou.

Uživatelé Palm OS se často upozorňují na to, že pro tento systém existují desítky tisíc aplikací, často šířených jako freeware. Problém je v tom, že velká část těchto programů dělá naprosto totéž jako konkurenční aplikace, takže tato výhoda není v praxi nijak zásadní. Palm OS přístroje jsou opravdu rychlé, dodávané aplikace reagují bez měřitelného zpoždění. Prodloužení odezvy se uživatel dočká u náročnějších aplikací a občas také u programů spouštěných z paměťové karty.

Jednou z největších slabin Palm OS je velmi omezená práce s více programy současně. Je to možné, ale operační systém se o chod na pozadí nestará, je to záležitost vývojového oddělení. Jestliže programátor neuzná za vhodné vybavit svůj program podporou pro běh na pozadí, aplikace se při pokusu spustit další program ukončí. Vývojové oddělení se více soustředí na programování dalších funkcí aplikací místo na řešení nedodělků operačního systému. Je ale potřeba upozornit, že část programů uloží svůj stav v poslední verzi, takže při dalším spuštění nalezne uživatel program tak, jak ho zanechal. Mezi další nevýhody operačního systému od Accessu patří potíže s národními znaky (písmena s háčky, čárkami apod.) a také omezená nabídka přístrojů.

4.1.4 Kdo vyrábí PDA

PDA Palm OS vyrábí společnost Palm. Ještě před několika lety byla největším prodejcem kapesních počítačů Palm OS společnost Sony, avšak dnes už PDA nevyrábí. Kromě Palmu používá Palm OS např. AlphaSmart, jedná se o v České republice málo rozšířené přístroje pro specifické využití.



Obrázek 14 – PDA Palm OS

U Windows Mobile je situace rozmanitější, z výrobců uvedu např. Acer, Asus, HP, MIO, E-TEN. Důležitou společností je HTC, která své přístroje prodává mobilním operátorům a ti je nabízejí s mírnými úpravami (softwarovými i hardwarovými) pod vlastní značkou.



Obrázek 15 – HP iPaq 114 Classic



Obrázek 16 – E-TEN Glofiish M700

Zájemce o koupi nového zařízení může v případě Windows Mobile vybírat z několika desítek modelů lišících se cenou, velikostí, přítomností klávesnice a nabídkou funkcí. Co se Palm OS týče, na českém trhu je k dostání Palm Treo 680, low-endový Z22 (jen v některých obchodech), Tungsten E2 (jen v některých obchodech) a Palm TX. Někteří prodejci ještě nabízejí starší Treo 650 a Lifestride s 4GB pevným diskem. V nabídce Palmu chybí přístroje s GPS, velkou QWERTY klávesnicí nebo třeba PDA s GSM a Wi-Fi.



Obrázek 17 – Ostatní PDA

5 Návrh řešení

V této kapitole se pokusím navrhnout zlepšení práce obchodním zástupcům zavedením komunikačního prostředku do obchodního oddělení. Návrh se bude týkat všech 110 OZ z obou divizí, oblastních i regionálních manažerů.

Současný stav na obchodním oddělení se mi zdá nemoderní a hlavně nepraktický. Téměř veškeré činnosti se zaznamenávají ručně do formulářů, které se pak vezou na centrálu ke zpracování nebo k ukládání do archívu. Není proto možné vytvářet různé reporty, podle kterých lze kontrolovat a řídit práci OZ. Špatně se tak mapuje trh a prodej je zpomalený.

Navrhuji proto implementovat všem obchodním zástupcům mobilní komunikační prostředky. V těch se budou shromažďovat data, která OZ vyplní. Pohyb dokladů bude zajištěn kompletně elektronickou formou. Přenosem se data dostanou na centrálu, kde je administrátoři mohou zpracovat pro oblastní i regionální manažery. Ti na základě těchto dat mohou své podřízené lépe řídit a určovat prodejní strategii na příští období. S daty se tak bude lépe pracovat, budou se moci vyhodnocovat pomocí reportů. Jde o velmi moderní a rychlý způsob získávání dat z terénu a ušetří se čas OZ i manažerům, kteří již nebudou muset vyplňovat ručně stohy formulářů.

Mezi nejdůležitější práci OZ určitě patří vytváření objednávek, údržba zákazníků, monitoring výrobků (Nestlé i konkurenční), proces vydávání vzorků a vyplňování formulářů dle požadavků regionálních manažerů a oddělení marketingu. Všechny tyto činnosti by bylo vhodné převést na elektronickou formu, tedy zavést používání mobilních komunikačních prostředků.

Komunikační prostředek by měl umět zpracovat hlavně výše uvedené činnosti, dále by se měl OZ generovat plán cest. Po doplnění aktuálního data OZ najde ve svém komunikačním prostředku každý den seznam zákazníků, které má ten den navštívit. Bude je mít seřazené přesně podle požadované trasy. Na konci dne si může v náhledu dnešní trasy zkontrolovat, zda opravdu navštívil požadovaný počet zákazníků toho dne. V průměru by měl navštívit 11 zákazníků denně.

5.1 Specifikace dokladů

Obchodní zástupci pracují s doklady, které jsou v papírové podobě. Pro zavedení komunikačních prostředků je nutné tyto doklady převést na elektronickou formu.

Jedná se o tyto doklady:

- objednávka
- založení, změna a storno zákazníka v databázi zákazníků
- evidence docházky – návštěva lékaře, nemoc, školení atd.
- spolujízda
- objednávka a storno výhry
- zápis druhotného umístění
- evidence vzorků
- evidence POS materiálu a výhry
- monitoring výrobků na regále
- formuláře, které aktuálně požaduje oddělení marketingu nebo prodeje

Obsah výše uvedených dokladů by měl zatím zůstat stejný, změny navrhuji dělat až po skutečném fungování prostředků a zkušenostech, které používáním vzniknou.

5.2 Vznik dokladů

Je potřeba, aby měl někdo výše uvedené doklady ve své kompetenci. Doklady se dají rozdělit na ty, které jsou softwarově zadané v komunikačním prostředku a na ty, které mohou vytvářet administrátoři pomocí formulářů.

Autorem dokladů objednávka, evidence docházky, evidence vzorků, evidence POS materiálu a výhry a monitoring výrobků by měli být zaměstnanci společnosti, kteří budou mít vývoj softwaru na starosti. Ti vytvoří shodné doklady, které byly v papírové podobě. Doklady by měly být vytvořeny již při vývoji softwaru a měly by být k dispozici při testování.

Doklady vytvořené pomocí formulářů budou mít na starosti administrátoři na prodejním oddělení. Jedná se o doklady:

- založení, změna a storno zákazníka v databázi zákazníků
- spolujízda
- objednávka a storno výhry
- zápis druhotného umístění
- formuláře, které aktuálně požaduje oddělení marketingu nebo prodeje

Při testování administrátoři vytvoří výše uvedené doklady a zároveň vyzkouší, zda jsou plně funkční.

Pokud všechny formuláře jsou otestovány a jsou funkční, OZ je v průběhu pracovního dne postupně vyplňuje. Některé doklady se vyplňují při každé návštěvě zákazníka, jiné jen 1x za pracovní den, jiné zase 1x za týden.

5.3 Oběh dokladů

Doklady, které jsou součástí softwaru, jsou v komunikačním prostředí trvale a každý OZ je může vyplnit. Objednávka se přenáší na zákaznický servis Nestlé, kde je zpracována, zboží je zavezeno. Evidence docházky, evidence vzorků, evidence POS materiálu a výhry a monitoring výrobků se přenáší na server prodejního oddělení – administrátorům, kteří je v upravené podobě elektronicky posílají regionálním a oblastním manažerům.

Formuláře, které vytváří administrátoři (založení, změna a storno zákazníka v databázi zákazníků, spolujízda, objednávka a storno výhry, zápis druhotného umístění, formuláře, které aktuálně požaduje oddělení marketingu nebo prodeje), po vytvoření připojí k OZ a nastaví, jak dlouho se mají v prostředí zobrazovat. Po skončení platnosti formuláře administrátoři stáhnou získaná data a uloží je na server obchodního oddělení. Poté je elektronicky postoupí manažerům. V případě formulářů na úpravu zákazníka je potřeba formulář vytisknout, administrátor údaje zanesou do databáze zákazníků, potvrzený formulář dostane OZ na oblastní poradě. Formuláře

vytvořené na základě požadavků jiného oddělení (například marketingu) administrátor stáhne ze serveru a předá zadávajícímu oddělení.

5.4 Archivace dokladů

Všechny doklady získané z mobilního komunikačního prostředku jsou uloženy po dobu 3 měsíců na serveru u servisní společnosti a zároveň se ukládají na server společnosti Nestlé. Po dvou letech se data archivují na archívním serveru Nestlé.

5.5 Obecné požadavky na komunikační prostředky

Obchodní zástupce denně navštíví až 11 zákazníků. Jeho pracovní náplní je navštěvování zákazníků, tudíž je celý den v terénu. Veškeré pracovní pomůcky tedy nosí neustále s sebou. Je proto nutné pro něj zvolit takový komunikační prostředek, který bude splňovat tyto podmínky:

- váha – lehká do 500 g,
- skladný – rozměry do 20 cm x 20 cm,
- pohotovostní režim minimálně 10 hodin,
- schopnost komunikace se serverem přes GPRS, WiFi nebo Blue Tooth,
- přenosnost dat – zvládnutí denního objemu dat,
- dostupnost softwaru,
- možnost dalšího vlastního vývoje nebo na zakázku
- velikost displeje minimálně 500 x 700 mm

V úvahu přichází například notebook. Splňuje téměř všechny výše popsané požadavky až na rozměry. Jelikož OZ musí komunikační prostředek nosit celý den při sobě a zadávat do něj data, není možné, aby s sebou nosil přístroj o rozměrech větší než 20 cm x 20 cm. Proto notebook musím vyloučit. Není vhodný ani z důvodu jeho váhy. Mezi OZ pracují z poloviny i ženy, které by mohly mít při jeho nošení problémy jej udržet. Nehledě na skutečnost, že OZ data vyplňují většinou přímo u zákazníka, kde není možnost položení notebooku a snadného psaní.

Jako nejvhodnější prostředek se mi jeví osobní počítač PDA. Je malý – jeho rozměry jsou většinou 7,5 cm x 11,5 cm; lehký, skladný – OZ si jej lehce může zasunout do kapsy saka či kabátu; přiměřeně výkonný a v pohotovostním režimu vydrží až 12 hodin.

5.6 Zavedení PDA

Implementace PDA do obchodního oddělení je důležitým krokem ke zlepšení komunikace a prodeje a bude pro společnost jistě velkým přínosem.

5.6.1 Výběr typu PDA

Najít vhodný typ PDA v dnešní době není těžké. Na trhu se nabízí široká škála PDA. V níže uvedené tabulce jsem vybrala nejprodávanější PDA s ohledem na mnou vybraná kritéria, která jsou popsána výše v kapitole 5.5.

Parametry	HP iPAQ 914c	Palm Tungsten T5	Asus M930
CPU	Intel Xscale	Intel Xscale	Intel Xscale
Operační systém	Win Mobile 6.0	Palm OS® Garnet v5.4	Win Mobile 6.1
Frekvence procesoru	0.416 GHz	0.416 GHz	0.416 GHz
Kapacita baterie	1940 mAh	1940 mAh	110mAh
Šířka	neuvedeno	750 mm	neuvedeno
Výška	neuvedeno	115 mm	neuvedeno
Hmotnost	154g	149 g	160g
ROM	256 MB	256 MB	256 MB
RAM	128 MB	128 Mb	64 Mb
Rozlišení displeje	240x320 mm	240x320 mm	240x320 mm
Fotoaparát	ano	ne	ne
Bluetooth	ano	ano	ano
Rozhraní pro připojení k PC	Bluetooth	Bluetooth, IrDA, USB	Bluetooth, IrDA, USB
Cena	9 500 Kč	8 500 Kč	10 000 Kč

Tabulka 1 – Přehled PDA

Na základě analýzy dostupných PDA na trhu a požadovaných kritérií jsem vybrala PDA Palm One Tungsten T5. Tento typ PDA splňuje požadované zadání ve většině zvolených kritérií.

Základní údaje zvoleného PDA:

- operační systém Palm OS® 5.4
- procesor - 416MHz Intel XScale™
- baterie - rechargeable lithium Ion battery
- paměť - 256 MB
- nabíječka (včetně nabíječky do auta)
- standardní příslušenství
- hmotnost 149g
- rozlišení displeje 320 x 240
- velikost displeje 600 x 800

Doplňkové příslušenství:

- tiskárna – mobilní tiskárna sloužící k tisku objednávek na maloobchodě a velkoobchodě (Canon Pixma iP 90 plus baterie, kterou lze dobít a nabíječka LK-51B (včetně baterie LB-51 a nabíječky))



Obrázek 18 – PDA Palm OS – základní obrazovka

5.6.2 Výběr dodavatele PDA a softwaru

Společnost Nestlé má ve Slovenské republice svoji centrálu v Bratislavě, která má stejnou funkci jako centrála v Praze. Zde již v roce 2006 přistoupili na zavedení PDA na obchodní oddělení a na základě výběrového řízení vyhrála společnost Visicom a.s. se sídlem v Bratislavě. Toto výběrové řízení bylo stanoveno pro Slovenskou republiku a ostatní okolní země (do budoucna). Nestlé Česko by proto muselo využít služeb společnosti Visicom a.s..

Visicom a.s. se zabývá vývojem a poskytováním řešení pro mobilní zařízení a také systémy pro management technologických sítí.

Visicom a.s. má velké technologické zázemí a zkušenosti ve vývoji, nasazování a řízení kritických podnikových aplikací. Jejich produkty umožňují zákazníkům zpřístupnit údaje z kritických aplikací, jako například CRM, SCM, ERP a SFA. Jejich úlohou je pomoci společností zefektivnit jejich práci napojením jejich mobilních uživatelů ke kritickým aplikacím tak, aby mohli uzavírat obchody, poskytovat podporu jejich zákazníkům a dělat efektivně rozhodnutí právě kdy to potřebují.

Svým zákazníkům Visicom a.s. poskytuje profesionální poradenské služby s cílem maximalizace přínosu nasazení mobilního řešení v prostředí zákazníka. Pracovníci Visicomu identifikují potřeby zákazníka a navrhnou optimální řešení přímo na míru zákazníka. Díky zkušenostem z mezinárodních projektů pomáhají zákazníkům i v poimplementační fázi optimalizovat obchodní procesy, snižovat celkové náklady a přizpůsobovat řešení na měnící se podmínky.

Podílí se na řízení implementačních projektů od analýzy až po zavedení. Tyto služby pokrývají zákazníkem požadované úpravy systému, instalaci systému, konfiguraci a přípravu databází.

Součástí dodávky systému je i školení uživatelů a administrátorů. Pro řešení problémů uživatelů a administrátorů Visicom a.s. poskytuje službu Hotline, která je dostupná v pracovních dnech.

5.6.3 Uživatelé PDA

Primární uživatelé jsou obchodní zástupci, oblastní manažeři a administrátoři. PDA se používají pro služební potřebu. Veškeré nákupy PDA vyžadují schválení příslušného ředitele divize.

Každý uživatel PDA nese plnou odpovědnost za přidělené PDA. V případě odcizení zajistí potřebné policejní vyšetření a ztrátu hlásí administrátorům jednotlivých prodejních středisek.

V případě ztráty nebo poškození PDA způsobené nedbalostí uživatele, společnost Nestlé další PDA nehradí. V tomto případě je zaměstnanec povinen uhradit kupní cenu PDA. O tom, zda se jedná o ztrátu či poškození nedbalostí, rozhoduje škodní komise. V případě, že zaměstnanec prokáže, že se nejednalo o nedbalost, tak komise odsouhlasí nákup dalšího PDA z prostředků Nestlé. PDA se předávají nebo vracejí pouze administrátorům jednotlivých prodejních středisek. Administrátoři zajistí změny v evidenci a vrátí zařízení do skladu oddělení IT k dalšímu použití. IT zajišťuje styk s dodavatelem a veškeré reklamace a opravy. Servisní opravy nelze uplatnit bez platného záručního listu.

5.6.4 Práce obchodního zástupce s PDA

Obchodní zástupce (dále jen OZ) používá PDA každý den při své práci. Zaznamenává návštěvy u zákazníků, vytváří objednávky, provádí monitoring výrobků atd. Každý den se pomocí synchronizace přenáší data uložená v PDA na server a obráceně.

Všechny činnosti se pokusím detailně popsat.

Malá synchronizace

slouží k přenosu dat mezi PDA a serverem, kde jsou uložena všechna data. Z dat na serveru se vytváří všechny reporty. Malou synchronizaci by měl OZ dělat každý den. Jednak si uloží informace, které do PDA vstoupil, na server, a také si načte nové informace (výrobky, zákazníci atd.). Přenos dat probíhá přes Bluetooth.

Velká synchronizace

slouží k natažení všech dat ze serveru do PDA. Nepřenáší se ale data z PDA na server. Velkou synchronizaci nesmí OZ udělat, aniž by mu byla doporučena společností Visicom nebo administrátorem a této synchronizaci musí vždy předcházet malá synchronizace. Přenos dat probíhá přes Bluetooth.

OZ by se měl synchronizovat vždy:

- po uložení nových dat, která zadá obchodní zástupce do PDA na konci dne
- po vytvoření přímé objednávky z velkoobchodu na Nestlé
- po aktualizaci informací z centrály (nový zákazník, nový výrobek apod.)
- minimálně však jednou denně. Čím častěji, tím lépe, protože se přenáší méně dat. Samotná synchronizace je rychlá.

Máme různé *typy objednávek* v PDA podle způsobu uložení: objednávku, externě zpracovanou objednávku a návrh objednávky.

Objednávka

Objednávka se po synchronizaci přenese na server Visicomu k archivaci a je dále zpracována podle nastavených pravidel.

Přímé objednávky na velkoobchod – objednávky zavážené přímo z Nestlé. Čas synchronizace - nejpozději do 12:30 hod. V případě, že se OZ synchronizuje po 12:30 hod, bude objednávka zavezena o den později. Čas synchronizace přímých objednávek a datum dodání definuje oddělení zákaznického servisu.

Elektronické maloobchodní objednávky na velkoobchod – velkoobchod (distributoři), kteří akceptují objednávky z PDA v elektroincké podobě (OZ netiskne objednávku a neveze hromadně na velkoobchod, objednávky se po synchronizaci odešlou na domluvenou e-mailovou adresu velkoobchodu).

Externě zpracovaná objednávka

Externě zpracovaná objednávka se po synchronizaci přenesse na server Visicomu k archivaci a není dále systémově zpracována. OZ musí vytisknout a zajistit předání objednávky na příslušný velkoobchod.

Návrh objednávky

Návrh objednávky zůstává pouze v PDA a na server se nepřenáší. Pro další zpracování je třeba uložit jedním z výše zmíněných způsobů.

Přehled barevného značení výrobků ve všech typech objednávky:

červený text výrobku - objednaný produkt není momentálně na skladě

modrý text výrobku - spotřebitelská promoce výrobku

zelené pozadí textu - výrobek je zařazen do listingu zákazníka

žluté pozadí textu - výrobek již není na skladě Nestlé Česko, tzn. nelze již objednat přímo ze skladu Nestlé Česko na velkoobchod. Žlutě podbarvený výrobek lze objednat pouze na maloobchod z jednotlivých velkoobchodů. Pokud je takový výrobek objednan, PDA upozorní, že se jedná o výrobek určený pro „transferovou objednávku“

černý tučný text výrobku a **modrý tučný text výrobku** - výrobek spadá do skupiny TOP výrobků

Zákazníci a plány cest

Každý OZ má ve svém PDA dostupný seznam všech jeho navštěvovaných přímých a nepřímých zákazníků a seznam jednotlivých distributorů, které potřebuje při tvorbě nepřímých objednávek. V případě, že OZ někoho zastupuje, nebo je po dobu

dovolené, nemoci atd. zastupován kolegou a potřebuje mít v PDA na omezenou dobu dostupné i jiné zákaznicky, pošle jejich seznam administrátorovi a ten mu na požadovanou dobu zákaznicky do PDA přiřadí.

Údržba databáze zákazníka

Každý obchodní zástupce zodpovídá za svou databázi zákazníků (založení, změna, zrušení zákazníků). Data OZ nemění přímo v PDA, ale pomocí formulářů, které se jmenují Customer Identity Card (zkráceně CIC). Administrátoři aktualizují data zákazníka dle podkladů OZ každý den. Pokud OZ mění frekvenci u zákazníka, vždy to musí schválit jeho nadřízený, neboť frekvence zákazníka je pro Nestlé velmi důležitá a pro změnu musí být vážný důvod. Smazání zákazníka se také provádí přes výše uvedený formulář CIC a mažou se pouze ti zákazníci, kteří ukončili svoji činnost. Protože se denně aktualizují data v databázi zákazníků, mají OZ ve svých PDA vždy aktuální data, se kterými mohou pracovat.

Jednou ročně administrátoři organizují čištění databáze všech zákazníků OZ. Důvodem jsou drobné nesrovnalosti, které se objeví v průběhu roku, neboť jednoho zákazníka může navštěvovat jak OZ z divize potravin, tak i z divize cukrovinek a každý může mít jiný názor například na uvedení velikosti prodejny. Databáze musí být vždy aktuální a bez těchto nesrovnalostí.

Plány cest

Obchodní zástupci mají ve svých PDA na každý den vygenerované plány cest. Plány cest generuje systém automaticky na základě podkladů OZ. OZ vyplní speciální formulář s názvem „plán cest“, kde na každý den uvede seznam navštěvovaných zákazníků (číslo a název zákazníka) a jejich frekvenci návštěv tj. jak často je bude navštěvovat. Na základě tohoto formuláře administrátoři smažou aktuální plán cest a zadají nový. V případě chybného nebo nejasného zadání ze strany OZ, administrátoři vrátí podklady s vyznačenými chybami. OZ mají možnost si plán cest v PDA operativně upravit. O všech změnách návštěv informují svoje nadřízené oblastní manažery. Jak

jsem již uvedla výše, změna frekvence u zákazníka podléhá přísným kontrolám ze strany nadřízeného.

Výrobky

OZ vidí v PDA všechny výrobky, které jsou ze SAP přeneseny do databáze Hamilton od Visicomu a které mu přiřadí administrátoři. O tom, jaké výrobky a kdy budou do databáze Hamilton přeneseny, rozhoduje oddělení plánovačů ve spolupráci s marketingem a zákaznickým servisem.



Obrázek 19 – Strom výrobků

Aktualizace výrobků

Administrátoři aktualizují zobrazení/vyřazení výrobku jednotlivým obchodním zástupcům každý den v 9:00 hod. V případě chybné aktualizace dat ze SAP administrátor zajistí opravu výrobku pouze dočasně, do doby nového automatického přenosu dat v 18:00 hod. Dokud nedojde k opravě dat v systému, musí administrátoři

zajistit opravu každý den a obchodní zástupce se musí každý den synchronizovat vždy po deváté hodině, jinak nemá data aktuální.

Typy výrobků

- **aktivní výrobek** – výrobek, který OZ vidí v PDA
- **doprodej výrobků** (výrobek žlutě podbarven, zůstává v PDA, dokud ASM nepošlou požadavek administrátorům na deaktivaci výrobku. Deaktivovat výrobek se může pouze pro všechny OZ najednou, nelze zajistit deaktivaci pouze jednomu OZ).
- **POS** - materiál nebo výrobek určený na výhru, nelze dát do objednávky
- **tučně vyznačené výrobky** - TOP výrobky

TOP sortiment výrobků

Výrobky TOP 10, 20,40 jsou vyznačeny tučným písmem. Ostatní TOP výrobky si může OZ zobrazit při tvorbě objednávky pomocí filtru a pole F.PLU.

TOP sortiment výrobků je v PDA vyznačen následovně:

- **TOP 25** - tučné modré písmo
- **TOP 50** - se skládá z 25 modře označených výrobku TOP 25 + 25 výrobků tučné černé písmo

OZ si může selektovat jednotlivé TOP sortimenty následovně:

Filtr na základní TOP

Filtr se aktivuje při tvorbě objednávky kliknutím na čtverec „H“ v horní části obrazovky. Při nastavení filtru je zobrazena „fajfka“ ve čtverečku H a zobrazují se pouze výrobky základní TOP.

Filtr na všechny TOP výrobky v objednávce

Tato informace je uložena v poli F.PLU. V okně objednávky, ve filtru OZ vybere pole "F.PLU", do řádku se napíše požadovaná TOP-ka, kterou chce zobrazit vždy ve

formě T+číslo (např. T20, T50...) a zaškrtně fajfkou, že chce filtr použít. Poté zmáčkne pole "Hledat" a na obrazovce uvidí pouze výrobky, které patří do příslušné TOP.

Pokud to bude chtít změnit, stačí přepsat číslo TOP a znovu použít filtr. Pokud bude chtít zrušit filtr na TOP, smaže číslo TOP-ky z řádku a přes "Hledat" bude mít v PDA původní seznam výrobků.

Aktivity OZ v terénu

OZ eviduje všechny činnosti během pracovního dne v PDA. Záznam aktivit je jeho výkazem práce. Přehled aktivit obchodních zástupců je každý týden v pondělí posílán jejich nadřízeným společností Visicom a.s.. Detailní informace jsou dostupné oblastním manažerům, regionálním manažerům a administrátorům v reportech od Visicomu a.s..

Typy aktivit v PDA a jejich použití

Návštěva (maloobchodu, velkoobchodu) - plánovaná návštěva zákazníka zajišťující servis OZ tj. kontrola umístění výrobků, trvanlivosti, monitoring, objednávka, akce, ochutnávky, jednání se zákazníkem, nákupní den velkoobchodu, umístění POS, prezentace novinek, úklid regálů apod.

V případě, že se nejedná o pravidelnou návštěvu, napíše OZ vždy do poznámky vysvětlení např. „jednání se zákazníkem“. Cíl OZ = 11 - 12 návštěv denně.

V případě přestavby regálu bude typ aktivity opět návštěva a v poznámce OZ uvede „Přestavba regálu“. Divize cukrovinek bude používat nový typ aktivity „Přestavba regálu“ - pravidla definuje regionální manažer.

Zástup za OZ - tato aktivita se použije pouze v případě, že OZ zastupuje jeho nadřízený tzn., že pracuje s PDA obchodního zástupce někdo jiný. Pokud zastupuje kolegu a používají svůj PDA, typ aktivity bude opět návštěva a v poznámce se napíše, že se jedná o zástup za kolegu.

Nefunkční PDA (reset) - do poznámky se napíše od kdy do kdy PDA nefungoval a důvod, proč PDA nebyl funkční.

Servis zařízení – činnosti spojené s údržbou nebo opravou zařízení OZ tj. auto, PDA, mobil, tiskárna, (např. jednání na policii kvůli krádeži nebo poškození zařízení, havárie auta), autoservis, oprava mobilu atd.. Pro text se používá poznámka.

Volno - řádná dovolená nebo neplacené volno, mimořádné události jako je svatba, pohřeb, dárcovství.

Návštěva lékaře – běžná návštěva lékaře, povinné lékařská prohlídky doprovod dítěte k lékaři, návštěva lékaře může být i celodenní.

Nemoc – nemoc nebo ošetřování člena rodiny, jedná se o celodenní aktivitu.

Porada – oblastní porada, minikonference, prodejní konference, mimořádná porada organizovaná oblastním nebo regionálním manažerem, většinou je tato aktivita celodenní.

Sklad OZ – návštěva skladu za účelem vyzvednout nebo uložit vzorky a POS materiál. Pokud se koná porada ve skladu, jedná se o poradu.

Školení – centrálně organizovaná školení obchodního zástupce, zaškolení kolegy, školení oblastních manažerů apod..

Elektronická objednávka – elektronická objednávka v PDA domluvená se zákazníkem telefonicky v době dovolené, nemoci nebo mimo návštěvu velkoobchodu nebo maloobchodu.

Přestavba regálu - pouze v případě centrální změny člověk, který zajišťuje doplňování do regálu nebo plánogramu. Musí být vždy dopředu plánovaná, informace o plánované

přestavbě vždy dostane nadřazený. Je třeba vyfotografovat regál před a po přestavbě a tyto fotografie zaslat svým nadřízeným.

Jak zadávat aktivitu Dovolená

OZ si zadá aktivitu dovolená na každý den své dovolené. Dovolenu lze zadat pouze přes aktivitu. Dovolenu může zadat dopředu a na jak dlouho potřebuje, nemusí zadávat aktivitu dovolená každý den dovolené.

Aktivitu musí zadat na každý den dovolené (zadat začátek a konec aktivity) a musíte rovněž vyplnit políčko s popisem aktivity. Zde stačí zadat jakýkoliv jeden znak třeba D (jako dovolená) nebo mezeru, tečku apod..

- Kliknout na Ikonu DNES, přes + přidat Aktivitu.
- Kliknout na datum, kdy budete mít první den dovolené.
- Kliknout na začátek a zadat čas (pro celodenní dovolenu zadejte 8,00).
- Kliknout na konec a zadat čas (pro celodenní dovolenu zadat 16,00).
- Kliknout na druh aktivity a vybrat Dovolená (Nemoc).
- Do popisu vložit jakýkoliv znak (povinný údaj) nebo stačí kliknout na mezerník.
- Uložit aktivitu: "fajfka" a Uložit jako potvrzenou? - Ano.

Jak zadávat aktivitu Nemoc

platí to samé jako pro dovolenu. Lze zadat i zpětně. Pokud je OZ upoután na lůžko, může do PDA zadat aktivitu "Nemoc" zpětně. Je lepší napsat do poznámky informaci, že zadal později. Předejde se tak možným nedorozuměním.

Formuláře

Formuláře se používají pro sběr informací, které OZ vyplní v PDA přímo na návštěvě u zákazníka. OZ se tak snižuje administrativa, kterou dříve dělal večer doma na svém PC. Vyplněné a uložené formuláře jsou dostupné na centrále ihned po synchronizaci PDA. Podle délky zobrazení formulářů v PDA rozlišujeme formuláře stálé a aktuální formuláře.

Formuláře stále

Tyto formuláře jsou dostupné všem OZ a nejsou časově omezené. Jedná se o následující formuláře :

CIC – nový zákazník – slouží k založení nových zákazníků, protože OZ nemůže založit zákazníka přímo v PDA. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci je formulář odeslán v příloze e-mailu administrátorům příslušné divize. Administrátoři založí zákazníka na základě údajů vyplněných ve formuláři do databáze zákazníků. Aktualizaci zákazníků zajišťují administrátoři denně, takže OZ má nového zákazníka dostupného v PDA druhý den.

CIC – změna – slouží k zadávání změn u již existujícího zákazníka (změna telefonního čísla, kontaktu, adresy apod.). Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci je formulář odeslán v příloze e-mailu administrátorům příslušné divize, která provede změnu zákazníka v databázi zákazníků.

CIC – storno – slouží ke stornování existujícího zákazníka. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci je formulář odeslán v příloze e-mailu administrátorům příslušné divize, kteří zákazníka smažou z databáze zákazníků.

Hlášení o nedostacích – slouží k vyplnění nedostatků u klíčových zákazníků příslušných divizí. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci je formulář odeslán v příloze e-mailu manažerům zodpovědných za jednotlivé klíčové zákazníky.

Spolujízda – tento formulář vyplňují oblastní manažeři po spolujízdě, kterou absolvují společně s OZ. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci se formulář přenesse na server, kde zůstanou data uložena. Administrátoři jednou měsíčně data z vyplněných formulářů stahují a posílají regionálním manažerům příslušných divizí.

Objednávka výhry – slouží k objednání výhry (dárku) u jednotlivých zákazníků. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci se formulář přenesse na server, kde zůstanou data uložena. Administrátoři jednou měsíčně data z vyplněných formulářů stahují a posílají oblastním manažerům příslušných divizí a dále ke zpracování na oddělení pro klíčové zákazníky a marketing.

Storno výhry – slouží ke stornování požadavku zadaného do formuláře „Objednávka výhry“. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci se formulář přenesse na server, kde zůstanou data uložena. Administrátoři jednou měsíčně data z vyplněných formulářů stahují a tato storna vymažou z požadavků na objednání výher.

Zápis druhotných umístění – slouží k evidenci druhotných umístění domluvených na maloobchodech. Instrukce k vyplnění podá regionální manažer. Na každý řádek se zapisuje pouze jedno druhotné vystavení. Pokud je na obchodě pět různých vystavení, bude přiřazeno k danému datu pět řádků. OZ zapisuje druhotné vystavení pouze, když ho postaví. Při další návštěvě už ho znovu nezapisuje. Druhotné vystavení musí trvat minimálně čtrnáct dní. Pokud se jedná o dlouhodobé vystavení, může být zapsáno pouze jednou měsíčně. Po uložení vyplněného formuláře a synchronizaci se formulář přenese na server, kde zůstanou data uložena. Administrátoři jednou měsíčně data z vyplněných formulářů stahují a posílají regionálním manažerům příslušných divizí.

Aktuální formuláře

Tyto formuláře jsou vytvářeny na základě aktuálních požadavků oddělení prodeje nebo marketingu. Formuláře jsou vždy časově omezeny. Před zavedením do PDA jsou vždy schváleny regionálním manažerem příslušných divizí.

Formuláře v PDA OZ najde:

- na návštěvě u zákazníka v záložce „činnosti“ – „formuláře“
- mimo návštěvu – ikona „zákazníci“ – záložka „zákazníci“ – „formuláře“
- akce u zákazníků (promoce)

OZ ve svých PDA najdou informace o promociích klíčových zákazníků a vybraných zákazníků nezávislého trhu. Informace o promoci je do PDA zadána pomocí zprávy. Zprávu dostane pouze ten OZ, který má na starosti příslušný maloobchodní řetězec. Ve zprávě je uveden přehled akčních výrobků, termíny akce a druhotná vystavení.

Informace o akci se najde:

- na hlavní obrazovce PDA – záložka „novinky“
- na návštěvě u zákazníka - záložka „činnosti“ – „reporty“
- mimo návštěvu - ikona „zákazníci“ – záložka „zákazníci“ – záložka „reporty“ – „textové reporty“

Evidence vzorků

OZ eviduje příjem a výdej všech vzorků v PDA kromě vzorků nových výrobků.

Prodejní vzorky (zboží zdarma)

Prodejní vzorky používá obchodní zástupce na slevu výrobků s krátkou dobou trvanlivosti na maloobchodě, na akce (sleva zboží) na maloobchodě nebo jako drobný dárek (tzv. všimné). Tyto vzorky jsou hrazeny z rozpočtu regionálního manažera příslušné divize.

Vzorky v jednotlivých oblastech lze čerpat pouze do výše rozpočtu, který definuje regionální manažer, za plnění a průběžnou kontrolu zodpovídá oblastní manažer.

Vzorky objednává oblastní manažer na formuláři „Žádost o zboží zdarma“, který posílá administrátorům. Ti zajistí schválení vzorků regionálním manažerem, prodejní ředitelkou, oddělení plánovačů a předá objednávku na zákaznický servis. Vzorky jsou dodány na sklad dle požadavků OZ respektive jejich nadřízených .

OZ přijme na svůj sklad v PDA všechny vzorky a každý výdej vzorků rovněž zaeviduje v PDA . Pokud dává OZ vzorky za kompenzaci slev za delší časové období, potvrdí svým podpisem protokol o vyrovnání ztrát na jednotlivých maloobchodech (většinou se jedná o sešit na maloobchody).

Regionální a oblastní manažeři dostávají každý měsíc report pohybu vzorků za uplynulý měsíc.

Vzorky z oddělení marketingu

Tyto vzorky jsou hrazeny z rozpočtu oddělení marketingu. Jedná se o vzorky na akce organizované pro maloobchod, výprodeje výrobků se starým obalem, výprodeje končících výrobků nebo vzorky nových výrobků. Vzorky pro akce organizované na velkoobchod jsou posílány přímo z Nestlé na velkoobchod a nejsou tedy v PDA evidovány.

Vzorky nových výrobků se v PDA neevidují.

Pro evidenci výdeje OZ používá volbu „Přímý prodej“ nebo volbu „Kompenzace“. Standardně se používá volba „Přímý prodej“.

Evidence vzorků na skladě OZ v PDA

OZ vždy přijme na sklad v PDA všechny vzorky kromě vzorky nových výrobků. Všechny přijaté vzorky vydá na návštěvě u zákazníka. Může použít následující postupy výdeje:

- volba přímý prodej (standardní výdej vzorků)
- kompenzace (OZ použije dle pokynu nadřízeného)
- volba POS – výdej ze skladu. Používá se pouze v případě, že výrobek je použit jako výhra na maloobchodě.

Přímý prodej - je standardní typ výdeje vzorků. OZ vždy uvede při výdeji zboží následující údaje: typ výdeje zboží, hodnotu náhrady, do poznámky uvede skupinu nahrazovaných výrobků např. tabulky, kávu, polévky apod.

Rozlišují se tyto typy výdeje vzorků :

- všimné - neviduje se na zákazníka, každý OZ vydá na svého administrátora
- slevy – trvanlivost - slevy zboží na MO z důvodů krátké trvanlivosti nebo drobné reklamace
- cenové akce – akce organizované OZ na maloobchodě nebo organizované marketingem (akce 4+1, slevy výrobků se starým obalem atd.)
- volba kompenzace - přes kompenzace evidujeme pouze speciální akce. OZ vždy dostane z centrály informaci, kdy má kompenzaci použít. Při vydávání vzorků přes volbu kompenzace je třeba vždy uvést, co se kompenzuje a čím tj. množství v kusech. Další informace důvod, cíl a ceny uvede dle pokynů z centrály.

Tisk dokladů při výdeji vzorků

Pro používání dokladů (tisk, archivace, razítka) platí stejná pravidla jako doposud tzn., pokud OZ do teď museli mít podepsané některé doklady (předávací protokol atd.), nechá je opět podepsat. Pravidla mění pouze regionální nebo oblastní manažer.

Evidence POS materiálu a výher

POS materiál v PDA je speciální zboží, které nelze zadat do objednávky.

Výhra je speciální zboží (POS, Nestlé výrobek), které vyhrál maloobchodník v prodejní akci organizované na maloobchodě. Neevidují se spotřebitelské soutěže a velkoobchodní akce.

V PDA se evidují příjmy a výdeje POS materiálu a všechny výhry s hodnotou nad 100 Kč (např. benzina karty, Sodexo poukázky atd.).

K evidenci se vždy používá pouze volba POS materiál (nepoužívá se volba přímý prodej ani kompenzace).

OZ je zodpovědný za příjem POS materiál do svého skladu v PDA po uskutečněním závozu. Při umístění na obchod provede OZ evidenci o pohybu tohoto POS materiálu v PDA. OZ si může vytisknout doklad o výdeji. Pokud OZ přesune POS materiál k jinému zákazníkovi, provede opět záznam v PDA jako vyskladnění/příjem na novém místě. V případě likvidace POS materiálu z důvodu poškození a další nepoužitelnosti, provede OZ v PDA vyskladnění s poznámkou likvidace na svého administrátora.

Předávací protokoly:

K vybraným POS materiálům bude OZ vyžadovat podpis zástupce obchodu o přijetí stojanu k umístění. Předávací protokol bude sloužit především pro potřebu OZ a k tomu, aby bylo se stojanem na prodejně zacházeno jako s majetkem společnosti Nestlé.

Sklad vzorků, POS materiálu a výher je společný.

Příjem na svůj sklad může udělat pouze OZ. Vzorky lze převádět i mezi jednotlivými sklady OZ. Při každém výdeji se vzorky automaticky odepíší ze skladu.

1x měsíčně dostávají regionální a oblastní manažeři report s přehledem všech pohybů na skladech OZ (příjmy, výdeje). Jednou ročně OZ udělají inventuru skladů .

Monitoring výrobků na regále (distribuce)

OZ má povinnost na každé návštěvě vyznačit distribuci vybraných výrobků na regále. U zákazníků, kteří mají daný sortiment zalistovaných výrobků (např. klíčoví zákazníci), vyznačí distribuci podle listingu. U všech ostatních zákazníků nezávislého trhu vyznačí distribuci sortimentu TOP výrobků.

Kde a jak vyznačit monitoring

Při objednávce - záložka „distribuce“ - může vyznačit buď výrobky, které na prodejně jsou (kliknutím se u výrobku objeví znak „hvězdička“) nebo pomocí záporné distribuce (volba – produkty – monitoring – „distribuce pro zobrazené“: označí všechny výrobky jako přítomné), odznačí pouze výrobky, které na prodejně nejsou.

Na návštěvě - činnosti - základní monitoring - záložka „distribuce“ - může použít stejný způsob vyplnění jako přímo v objednávce.

Modul Úkoly

OZ má možnost si pomocí volby „Úkoly“ v PDA zadat úkol, tj. nějakou činnost u zákazníka, kterou má udělat a nezapomenout na ni.

Modul Úkoly v PDA slouží k zadání různých úkolů OZ přímo u zákazníka v PDA (např. na příští návštěvě objednat výrobky do promoce, splnit úkoly zadané nadřízeným při poslední spolujízdě, pogratulovat paní vedoucí k narozeninám atd.).

Úkol může zadat OZ sám sobě nebo kolegovi (mohou použít nadřízení) přímo v PDA nebo mu může být zadán administrátorem. Úkoly, které k OZ přiřadí kolegové nebo administrátor, se jim v PDA zobrazí po synchronizaci.

Časté otázky, chyby a kontakty, které mohou nastat

Co se zobrazuje v týdenním reportu pro oblastní manažery? V reportu se zobrazí všechny aktivity, které zaznamená OZ v PDA a které jsou na serveru uloženy. Takže

OZ se musí synchronizovat nejpozději do neděle večer, chceme-li vidět data v pondělním reportu. Není pravda, že se zobrazují pouze některé aktivity a aktivity, které netrávají celý den.

Kde najdou OZ "správné" poznámky, které mají vyplnit? V případě, že aktivitou je Návštěva (MO, VO) - vyplní poznámku, která se objeví vpravo dole na obrazovce, když začnou návštěvu u zákazníka. V případě, že budou zadávat aktivitu přes ikonu DNES, vyplní poznámku pod popisem aktivity.

Jak často se mají OZ synchronizovat? Minimálně jednou denně.

Proč nemohu OZ opravit zákazníka přímo v PDA? Databáze zákazníků je společná pro všechny prodejní divize. Přístup do databáze zákazníků mají pouze administrátoři jednotlivých divizí, které zákazníky upravují dle podkladů od OZ. OZ vyplňují formuláře CIC, které mají ve svých PDA. Kontrola ze strany administrátorů je nutná, protože ne všichni OZ vždy vyplňují všechny informace o zákazníkovi správně.

OZ se nemohou synchronizovat - pokud PDA vypisuje chybu -85, je nejčastější příčinou této chyby špatné spojení s komunikačním serverem. Může to znamenat, že si OZ špatně spárovali telefon s PDA, takže je třeba spárování udělat znovu. Občas pomůže, když se telefon i PDA vypne a znovu zapne. Pokud PDA vypisuje nějakou jinou chybu, kontaktujte společnost Visicom a.s. nebo administrátory.

Časté chyby – OZ vyznačí začátek návštěvy, ale pak návštěvu neukončí.

OZ nechodí SMS zpráva o výši přímé objednávky - pokud OZ nechodí SMS zpráva o výši objednávky, je potřeba kontaktovat administrátory příslušné divize, ti mohou zkontrolovat, jestli je vše správně nastaveno.

OZ nechodí e-mailem potvrzené objednávky na zákazníka - pokud OZ nechodí e-mailem potvrzené objednávky na zákazníka, kontaktujte pracovníky zákaznického servisu zodpovědné za příslušné zákazníky. Nastavení e-mailu je v jejich kompetenci.

OZ mají problémy s PDA – kontaktujte co nejdříve příslušného administrátora. Dle dohody s oddělením informačních technologií by měl dostat OZ do 24 hodin nové zařízení.

5.6.5 Servis PDA – popis procesu

Obchodní zástupce při jakýchkoliv technických potížích se zařízením kontaktuje servisní společnost Visicom a.s.. V případě, že Visicom doporučí opravu zařízení, předá OZ tuto informaci co nejrychleji administrátorům. Administrátoři požádají IT záznamem na Help desk (Krab) o nové zařízení pro obchodního zástupce. Do žádosti vyplní všechny údaje, které IT definuje. IT do 4 hodin po vložení požadavku na Help desk připraví zařízení k distribuci OZ. Distribuci nového zařízení a stažení nefunkčního zařízení obchodnímu zástupci zajistí administrátoři. Opravu nebo vyřazení zařízení zajistí IT. Za evidenci zařízení na jednotlivých střediscích prodeje jsou zodpovědní administrátoři. Evidenci zařízení zajišťuje IT.

5.6.6 Nové, náhradní a neopravitelné zařízení PDA – popis procesu

Nákup nových zařízení pro účely náhradních dílů zajišťuje oddělení IT. IT rozhoduje o počtu náhradních dílů po dohodě s prodejním oddělením. Nákup nových zařízení pro prodej zajišťuje IT na základě požadavku administrátora a schváleného prodejním manažerem. Prodejní oddělení předá IT plán požadavků na každý rok v rámci procesu vytváření finančního budgetu na daný rok. Požadavky nad rámec plánu se řídí pravidly pro neočekávané investice.

S dodavatelem PDA (Visicom) jedná pouze IT. Zařízení jsou uložena ve skladu IT spolu se záručními listy a jsou vydávána pouze administrátorům jednotlivých prodejních středisek.

Nákup a výměnu akumulátorů do PDA zajišťuje IT. Nákup tužek a nabíječek do aut k PDA zajistí IT na základě požadavku administrátora, placeno z rozpočtu na náhradní díly prodejních středisek, skladováno na prodejní administrativě, distribuováno administrátory.

O tom, zda je zařízení neopravitelné, rozhodne IT. IT zajistí fyzickou likvidaci i vyřazení z majetku. Pokud je zařízení ztraceno nebo zcizeno, administrátoři jednotlivých prodejních středisek zajistí potřebné podklady pro vyřazení majetku.

5.7 Harmonogram zavádění

Pro bezchybné zavedení PDA je nutné sestavit přesný harmonogram jednotlivých činností, které na sebe musí navazovat.

Harmonogram je následující:

1. **Nákup vybraných PDA, tiskáren a nabíječek do auta** – zajišťuje oddělení IT. Objednání hardwaru není časově náročné, je nutné ale počítat s dodací lhůtou cca 2 měsíců.
2. **Školení pracovníků oddělení IT od dodavatelské firmy.** Školení trvá přibližně 3 týdny.
3. **Školení administrátorů od dodavatelské firmy.** Školení potrvá 14 dní.
4. **Testování (pracovníci IT i administrátoři).** Na testování je potřeba počítat minimálně se 6 měsíci.
5. **Odstranění chyb zjištěných při testování** – 1 až 2 měsíce.
6. **Výběr 14 OZ pro testování** – zajišťují nadřízení manažeri – 2 dny.
7. **Testování v terénu 14 OZ** – 14 dní.
8. **Odstranění chyb zjištěných při testování** – 1 měsíc.
9. **Školení všech OZ, regionálních a oblastních manažerů** – zajišťuje oddělení IT – 7 dní.
10. **Zkušební práce všech OZ v terénu** – 7 dní.
11. **Odstranění chyb zjištěných při zkušební práci OZ** – 7 dní.
12. **Vedení rozhodne o dni, který bude prvním dnem používání PDA.**
13. **Používání PDA obchodními zástupci i manažery.**

Důležité, pro zavedení PDA do obchodního oddělení, je dodržování stanoveného harmonogramu. Předejde se tak časovému posouvání jednotlivých činností, zmatkům při práci a celkovému posunu zavedení PDA.

5.8 Ekonomické zhodnocení

Nákup PDA a tiskáren i licencí pro používání vybraného softwaru je beze sporu velkou investicí, která je však nezbytná pro zdravé fungování obchodního oddělení.

Hlavním cílem je prodávat výrobky Nestlé a proto je potřeba poskytnout obchodním zástupcům všechny dostupné prostředky pro zajištění tohoto poslání.

Společnost Nestlé Česko má v současné době v oddělení potravin a cukrovinek 2 regionální manažery, 16 oblastních manažerů a 110 obchodních zástupců na hlavní pracovní poměr. Každý má na starosti konkrétní oblast v České republice. Na centrále v Praze Modřanech zajišťují servis 4 administrátoři. Vždy 2 na jednu divizi.

Navrhované řešení má hlavně úsporu času pro obchodní zástupce – mohou se více věnovat samotnému obchodování se zákazníky. Jejich nadřízení se budou moci zaměřit na kvalitní řízení svých podřízených, analyzovat a vyhodnocovat data získaná prostřednictvím PDA a činit strategická obchodní rozhodnutí. V dlouhodobém období má toto řešení i úsporu peněz.

Pořízení PDA a příslušenství má na starosti oddělení informačních technologií. S tímto nákupem počítali při sestavování nákladů na následující rok. Cena jednoho přístroje se pohybuje kolem 8.700,-- Kč. Při koupi většího počtu kusů se cena sníží na 8.000,-- Kč – takto je domluveno s dodavatelskou společností. Celkem se jedná o 132 ks pro regionální i oblastní manažery, obchodní zástupce a administrátory. Dále je potřeba počítat s cca 10 ks PDA navíc, které budou sloužit jako náhradní v případě ztráty nebo poškození. Celkem se tedy nakoupí 142 ks, cena tak bude činit 1.136.000,-- Kč. Záruka na jedno PDA je 2 roky. PDA je včetně standardního příslušenství.

Speciální nabíječky k PDA určené do služebního automobilu jsou nutností. I tento nákup zajišťuje oddělení IT. 1 nabíječka stojí 300,-- Kč, při počtu 142 ks se jedná celkem o 42.600,-- Kč.

Aby mohl OZ tisknout u zákazníka objednávky, je potřeba nakoupit vhodné tiskárny. Výběr i nákup tiskárny zajistí oddělení IT. Vybraná tiskárna Canon IP50 po získání hromadné slevy stojí 10.000,-- Kč. Opět se jedná o nákup 142 ks (včetně 10 ks jako náhradních), cena je tedy 1.420.000,-- Kč.

Důležité je také objednání náhradních dílů – jedná se o speciální tužky k PDA, které mohou OZ během používání ztratit nebo poškodit. Jedna tužka stojí 100,-- Kč. Na náhradní díly je jich potřeba 50 ks – celkem se jedná o částku 5.000,-- Kč.

Uživatel	Počet	PDA	Nabíječka do auta	Tiskárna	Tužka k PDA 50 ks	Celkem
regionální manažer	2	16 000 Kč	600 Kč	20 000 Kč		36 600 Kč
oblastní manažer	16	128 000 Kč	4 800 Kč	160 000 Kč		292 800 Kč
obchodní zástupce	110	880 000 Kč	33 000 Kč	1 100 000 Kč		2 013 000 Kč
administrátor	4	32 000 Kč	1 200 Kč	40 000 Kč		73 200 Kč
náhradní kusy	10	80 000 Kč	3 000 Kč	100 000 Kč	5 000 Kč	188 000 Kč
Celkem		1 136 000 Kč	42 600 Kč	1 420 000 Kč	5 000 Kč	2 603 600 Kč

Tabulka 1 – Nákup hardwaru

Do teď jsem se věnovala nákupu fyzického vybavení. Do kalkulace je potřeba zahrnout i přípravu fungování PDA softwarově na oddělení IT i u dodavatelské firmy, zaškolení administrátorů, testování.

Příprava softwaru, testování a zaškolení pracovníků dodavatelské firmy je nejen časově, ale i finančně náročné. Cena je stanovena na 800.000,- Kč.

Příprava softwaru na přenos dat, testování a školení pracovníků IT vyžaduje jasné určení, kdo bude za tento projekt zodpovídat. Podle mého názoru je nutné přerozdělení pracovních náplní a určitá reorganizace. Až podle skutečného fungování PDA na obchodním oddělení (v časovém horizontu 3-5 měsíců) se pozná, zda je navržená reorganizace vhodná nebo bude potřeba ji pozměnit či vzít na oddělení nového pracovníka, což by mělo za následek vyšší mzdové náklady.

Administrátoři zajišťují na centrále podporu OZ tzv. back office – jedná se o zajištění činností, které směřují k funkčnosti PDA tak, aby s nimi mohli OZ pracovat v terénu. V PDA tak najdou informace o zákazníkovi, výrobcích, různé formuláře pro potřebu oddělení marketingu a prodeje. Jakékoli nesrovnalosti a problémy PDA řeší OZ s administrátorem. Ten je za chod PDA zodpovědný. Licence za 1 rok používání programu na PDA pro administrátory stojí 15.000,-- Kč na 1 administrátora. Pro 4

administrátory je to tedy 60.000,-- Kč. Licence pro podporu (support) PDA od dodavatelské společnosti stojí 1.500,-- Kč na 1 osobu. Pro 4 administrátory je to částka 6.000,-- Kč. Náklady celkem pro administrátory činí 66.000,-- Kč na 1 rok. V přepočtu na 1 měsíc je to 5.500,-- za 4 administrátory.

Obchodní zástupci v současné době denně vyplňují ručně formuláře jako jsou objednávky, monitoring vlastních a konkurenčních výrobků, top sortiment, údržba nových a stávajících zákazníků, plány cest, promoce, evidence vzorků a POS materiálů na skladě, předávací protokoly, posílání faxů. Všechny vyplněné formuláře odevzdávají oblastním manažerům, ti je zpracovávají, vyhodnocují a předávají je na centrálu, kde se s nimi dále pracuje nebo se ukládají k archivaci. Zavedením PDA se všechny tyto činnosti převedou do PDA. Práce s ním bude rychlejší a efektivnější. Obchodní zástupci s PDA pracují každý pracovní den a za jejich používání se platí licence ve výši 15.000,- - Kč ročně za 1 OZ. Při počtu 110 OZ je to 1.650.000,-- Kč ročně. Dále je potřeba uhradit licenci za podporu od dodavatelské společnosti, ta činí 1.500,-- Kč na 1 OZ ročně, celkem to je 165.000,-- Kč. Ročně budou stát licence pro OZ celkem 1.815.000,- - Kč, přepočteno na měsíc to činí 151.250,--Kč.

Regionální a oblastní manažeři se v současné době schází pravidelně 1x měsíčně na centrále, kde řeší pracovní problémy, domlouvají se, jaké formuláře vytvoří, jaká bude procedura, jakým směrem dál své podřízené povedou, stanovují si cíle na příští období. Den po této schůzce má každý oblastní manažer radu se svými OZ, kde jim vysvětlí požadavky a cíle, které se musí během měsíce splnit, předá jim natištěné formuláře. Zároveň si od nich vybere nasbírané formuláře, aby je mohl vyhodnotit a předat na centrále. Vezme v potaz připomínky a návrhy řešení od OZ.

Mezi nejdůležitější úkoly oblastních manažerů patří cílené řízení svých podřízených, vyhodnocování získaných dat, reportování nadřízeným. Oblastní manažeři pracují průběžně s PDA. Zaznamenávají v něm kontroly monitoringu zboží v regálech, kontroly návštěv OZ, kontroly zboží na skladě. Licence pro oblastní manažery stojí stejně jako pro OZ, tedy: licence za používání 15.000,-- Kč za osobu; licence za

podporu 1.500,-- Kč. Celkem náklady činí 264.000,-- Kč ročně, měsíčně pak 22.000,-- Kč.

Regionální manažeři mají za úkol hlavně řídit a motivovat svoje podřízené, rozhodovat o obchodní strategii. PDA používají jen občas. Více využívají reportovací systém. Náklady tak vzniknou jak za licenci pro back office (reportování) 15.000,-- Kč, tak i za licenci za používání PDA – 1.500,-- Kč. Ročně tato částka činí za 2 regionální manažery 33.000,-- Kč, měsíčně pak 2.750,-- Kč.

Dodavatelská společnost zajišťuje podporu administrátorům i OZ a za to si účtuje roční paušál ve výši 720.000,-- Kč. Jedná se především o podporu na telefonní lince „help line“, na kterou se mohou administrátoři i OZ obrátit při operativních problémech se softwarem v PDA.

Následující tabulka zobrazuje náklady na zajištění provozu PDA, tedy licenční poplatky, poplatky za reportování, server a podporu.

Uživatel/Paušál	Počet	Licence back office/OZ/1 osoba	Licence PDA/1 osoba	Reporting	Podpora, server	Celkem za zaměstnance
regionální manažer	2	15 000 Kč	1 500 Kč			33 000 Kč
oblastní manažer	16	15 000 Kč	1 500 Kč			264 000 Kč
obchodní zástupce	110	15 000 Kč	1 500 Kč			1 815 000 Kč
administrátor	4	15 000 Kč	1 500 Kč			66 000 Kč
Celkem za zaměstnance/1 rok	132	60 000 Kč	6 000 Kč			2 178 000 Kč
Paušál	1			600 000 Kč		600 000 Kč
Paušál	1				720 000 Kč	720 000 Kč
Celkem za paušál	2			600 000 Kč	720 000 Kč	1 320 000 Kč
Celkem za rok		60 000 Kč	6 000 Kč	600 000 Kč	720 000 Kč	3 498 000 Kč
Celkem za měsíc						291 500 Kč

Tabulka 3 – Nákup softwaru

Příprava na oddělení IT bude v rámci stávajícího počtu zaměstnanců, tudíž náklady se nijak zvyšovat nebudou.

Administrátoři se musí pro svoji novou činnost nechat zaškolit od dodavatelské firmy a také pomocí manuálů. Příprava zavedení PDA je časově náročná, proto se musí

tomuto projektu intenzivně věnovat minimálně 9 měsíců. Náklady na tuto činnost mohou být maximálně mzdové v případě, že bude nutné posílit administrátorský tým.

Výnosy jsou v tomto případě velmi těžko měřitelné. Samotní obchodní zástupci žádné výnosy generovat nemohou, avšak jejich kvalitní pracovní činnosti budou výnosy zvyšovat a záleží jen na nich, jak rychle se s novými komunikačními prostředky naučí pracovat a využívat všech jejich funkcí.

Úspory, se kterými může společnost počítat v případě zavedení PDA obchodním zástupcům, jsou značné. Jedná se o tyto roční úspory:

- papíru (tisk objednávek, formulářů pro zákazníka, distribuci, vzorky, předávací protokoly a ostatní formuláře) – tj. 1 155 000 ks papíru = 278.000,-- Kč
- služebních cest (1 km = 3,90 Kč; 110 OZ x 585 Kč x 12 měsíců) – tj. 780.000,-- Kč
- času a práce – jedná se o komfortnější práci s PDA. Mohu říct, že OZ dokáží lépe využít úspory času, která vznikne odstraněním tištění a manipulací papírových formulářů, ale i rychlejším vyplňováním formulářů. Jedná se o úsporu přibližně 1/10 celkového pracovního dne OZ (průměrná mzda 30.000,-- Kč) – tj. 3.960.000,-- Kč
- ztráty nedostupnosti dat – je v této situaci těžko vyčíslitelné

Úspory celkem jsou 5.218.000,-- Kč ročně. Paušální náklady na 1 rok jsou 3.498.000,-- Kč. Je proto patrné, že roční úspory jsou větší než roční náklady (5.218.000 – 3.498.000 = 1.720.000,-- Kč). Z ekonomického hlediska jsou úspory nepopíratelné a zavedení PDA se jeví jako vhodné řešení.

Požizovací náklady na hardware činí 2.603.600,-- Kč, přípravu softwaru 800.000,-- Kč a roční softwarová paušální částka je 3.498.000,-- Kč. Ačkoli se celková suma může zdát vysoká, je potřeba uvést hlavní důvody, proč do zavedení PDA investovat.

V první řadě se jedná o zkvalitnění práce OZ. Jsou to právě oni, kdo prodávají výrobky společnosti Nestlé a je potřeba jim k prodeji dát všechny nutné prostředky. Zákazníkům tak budou poskytovány kvalitnější a rychlejší služby, což jistě ocení.

Nestlé tak získá výhodu oproti konkurenci. Další důvod pro zavedení PDA je řízení obchodních zástupců manažery. Ti tak budou moci lépe své podřízené řídit, mapovat trh i konkurenci a volit vhodné obchodní strategie na budoucí období.

6 Zhodnocení a závěr

V mé diplomové práci jsem se zaměřila na práci obchodních zástupců ve společnosti Nestlé Česko s.r.o.. Několikrát jsem strávila pracovní den s obchodním zástupcem a zjišťovala, jaké jsou jejich pravidelné činnosti, zvyklosti, problémy, jak probíhá komunikace se zákazníky, nadřízenými i centrálou.

Cílem této diplomové práce bylo navrhnout a aplikovat takový způsob práce obchodních zástupců, aby dostali vhodnou pomůcku k práci, která by zrychlila a usnadnila jejich každodenní pracovní činnosti. Proto jsem pro ně navrhla zavedení komunikačních prostředků. Díky těmto novým prostředkům mohou lépe prodávat výrobky společnosti Nestlé, jednat se svými zákazníky a komunikovat s centrálou i svými nadřízenými. Tyto mobilní přístroje zrychlí a usnadní jejich práci, stanou se nepostradatelnou pracovní pomůckou. Získaná data lze snadno převést na reporty podle potřeb manažerů, kteří z nich mohou vyhodnocovat různá stanovená kritéria, sledovat práci obchodních zástupců a lépe je řídit.

Hlavním důvodem bylo zkvalitnění práce obchodních zástupců. Jsou to právě oni, kdo prodávají výrobky společnosti Nestlé a je nutné jim k prodeji dát všechny nezbytné prostředky. Zákazníkům tak budou poskytovány kvalitnější a rychlejší služby, což jistě ocení. Nestlé tak získá výhodu oproti konkurenci. Další důvod pro zavedení PDA je řízení obchodních zástupců manažery. Ti tak budou moci lépe své podřízené řídit, mapovat trh i konkurenci a volit vhodné obchodní strategie na budoucí období.

Na základě zjištěné analýzy současného stavu jsem dospěla k rozhodnutí, že je potřeba práci obchodních zástupců změnit, přizpůsobit moderní době. A proto jsem navrhla zavést takový komunikační prostředek, aby byl mobilní, lehký, malý, lehce uživatelsky ovladatelný, dostatečně výkonný a i cenově přijatelný. Z možností, jestli vybrat notebook nebo PDA, jsem se dle zadaných kritérií rozhodla pro PDA. Těch je na trhu velké množství, proto výběr nebyl jednoduchý. Po srovnání jednotlivých typů jsem jako nejlepší zvolila Palm Tungsten T5. Vyhovuje velké většině požadovaných kritérií.

V kapitole teoretických východisek řešení jsem shrnula základní informace o kapesních počítačích, jaké jsou typy, co vše umí, jak instalovat programy a kdo je vyrábí. Na českém trhu je velký výběr prodejců tohoto zařízení.

Kapitola návrh řešení se zabývá specifikací dokladů, které je potřeba převést do elektronické podoby, jejich vznik, oběh i archivaci. Konkrétně jsem uvedla požadavky na kapesní počítač, na základě kterých jsem provedla výběr typu a dodavatele PDA. V této kapitole jsem se zabývala samotnou činností obchodních zástupců, jak doklady správně vyplňovat. Popsala jsem i výměny a opravy nefunkčních nebo zcizených PDA. Důležité je zmínit i sestavený harmonogram zavádění, který je nezbytný pro plynulé přejítí na elektronickou verzi dokladů a reportovacích systémů. V ekonomickém zhodnocení jsem se zabývala náklady, které při této implementaci vzniknou – jedná se o náklady na pořízení hardwaru i softwaru.

Mnou navržené řešení vidím pro současný stav jako optimální a vhodný, neboť obchodní zástupci dostanou nepostradatelnou a užitečnou pomůcku pro svoji práci, která se tak zkvalitní a zlepší. Jejich nadřízení budou mít také nástroj na řízení svých podřízených a zlepší se jim tvorba reportů, budou moci lépe rozhodovat obchodní strategie.

Po úspěšném zavedení osobních počítačů se i nadále mohou služby na obchodním oddělení rozvíjet. Je možné zavádět do PDA různé verze programů podle zjištěných potřeb. Například implementací kalendáře, ve kterém by si obchodní zástupci mohli sami plánovat návštěvy zákazníků včetně psaní poznámek. Také se do budoucna nabízí možnost implementovat do PDA operační systém Windows, který by fungoval stejně jako na pevném počítači. Obchodní zástupci by mohli ve svém PDA používat i standardní programy, které Windows nabízí – například Outlook, Word nebo Excel. Je možné i rozvinout modul úkolů – úkoly na aktuální den by se po zapnutí PDA ukázaly hned na základní obrazovce. V současné verzi je potřeba otevřít složku s úkoly.

Z pohledu manažerů vidím do budoucna možnost zavedení do PDA služby GPS, což je satelitní navigace. Manažeři tak budou mít přesný přehled o tom, kde se jejich podřízení nacházejí.

Možností, jak dále rozvíjet fungování osobních počítačů, se nabízí mnoho. Vývoj komunikačních prostředků jde neustále a rychle dopředu. Společnost Nestlé Česko je velká a moderní firma, která má šanci své zaměstnance dále rozvíjet a dát jim kvalitní pracovní prostředky pro jejich práci.

7 Seznam použité literatury

- 1) BROŽEK, V. *Základy organizace řízení*. 4. vydání. Praha: ČKVŘ, 2000. ISBN 80-02-01338-7.
- 2) FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. dopl. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-812-1.
- 3) LACKO, L. *Web a databáze*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-555-5.
- 4) MOLNÁR, Z. *Efektivnost informačních systémů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-2470-087-5.
- 5) RODRYČOVÁ, D., STAŠA, P. *Bezpečnost informací jako podmínka prosperity firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-144-5.
- 6) ROSENAU, M.D. *Řízení projektů*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-218-1.

Internetové zdroje

- 7) *Heureka* [online]. [cit. 2009-02-15]. Dostupné z: <<http://pda.heureka.cz>>.
- 8) *Nestlé Česko* [online]. [cit. 2009-01-19]. Dostupné z: <<http://www.nestle.cz/nestle-cr-sr.asp>>.
- 9) *Justice* [online]. [cit. 2008-12-13]. Dostupné z: <<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/report?sysinf.vypis.CEK=455405&sysinf.vypis.rozsah=aktualni&sysinf.@typ=transformace&sysinf.@strana=report&sysinf.vypis.typ=XHTML&sysinf.vypis.klic=f0dfc3b9e7f864da53022ea1bdcabd65&sysinf.spis.@oddil=C&sysinf.spis.@vlozka=10481&sysinf.spis.@soud=M%ECstsk%FDm%20soudem%20v%20Praze&sysinf.platnost=13.12.2008>>.
- 10) *Visicom* [online]. [cit. 2009-01-16]. Dostupné z: <http://www.hamiltonsfa.com/buxus/generate_page.php?page_id=230&lng=sk>.

8 Přílohy

8.1 Seznam příloh

PŘÍLOHA 1 – HP IPAQ 914C	71
PŘÍLOHA 2 – PALM TUNGSTEN T5.....	72
PŘÍLOHA 3 – ASUS M930	73

8.2 Seznam obrázků

OBRÁZEK 1 – NESTLÉ MLÉČNÁ MOUČKA	12
OBRÁZEK 2 – NESTLÉ SÍDLO V MODŘANECH.....	13
OBRÁZEK 3 – PŘEHLED VÝROBKŮ NESTLÉ	14
OBRÁZEK 4 – VZHLED ZÁKAZNÍKA V DATABÁZI ZÁKAZNÍKŮ.....	18
OBRÁZEK 5 – ZÁLOŽKA OBCHODNÍHO ZÁSTUPCE V DATABÁZI ZÁKAZNÍKŮ.....	18
OBRÁZEK 6 – ÚPRAVA OBCHODNÍHO ZÁSTUPCE V DATABÁZI ZÁKAZNÍKŮ	19
OBRÁZEK 7 – VZHLED PLÁNU NÁVŠTĚV	20
OBRÁZEK 8 - PDA FSC LOOX C550 S TUŽKOU PRO OVLÁDÁNÍ DOTYKOVÉHO DISPLEJE ..	26
OBRÁZEK 9 - UKÁZKA KLÁVESNICE ZOBRAZENÉ NA DISPLEJI PDA.....	27
OBRÁZEK 10 – KALENDÁŘ V PALM OS – POHLED NA 9 MĚSÍCŮ	28
OBRÁZEK 11 – ZADÁVÁNÍ ÚKOLŮ V PALM OS.....	28
OBRÁZEK 12 – VÝPIS KONTAKTŮ U WINDOWS MOBILE	29
OBRÁZEK 13 – POCKET INTERNET EXPLORER, WEBOVÝ PROHLÍZEČ VE WINDOWS MOBILE.....	30
OBRÁZEK 14 – PDA PALM OS	32
OBRÁZEK 15 – HP IPAQ 114 CLASSIC.....	32
OBRÁZEK 16 – E-TEN GLOFIISH M700	33
OBRÁZEK 17 – OSTATNÍ PDA.....	33
OBRÁZEK 18 – PDA PALM OS – ZÁKLADNÍ OBRAZOVKA	39
OBRÁZEK 19 – STROM VÝROBKŮ	45

8.3 Seznam tabulek

TABULKA 1 – PŘEHLED PDA	38
TABULKA 2 – NÁKUP HARDWARU	60
TABULKA 3 – NÁKUP SOFTWARE	62

8.4 Seznam použitých zkratk

atd.	a tak dále
a.s.	akciová společnost
CF	typ paměťové karty
CRM	řízení vztahů se zákazníky
ČR	Česká republika
IT	oddělení informačních technologií
ks	kusy
MB	kapacita
např.	například
OZ	obchodní zástupce
PDA	kapesní počítač
POS	materiál vydávaný zákazníkům zdarma
RAM	paměť s libovolným přístupem
ROM	paměť s přístupem pouze pro čtení
SAP	podnikový informační systém
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
SD	typ paměťové karty
SR	Slovenská republika
tj.	to je
tzv.	takzvaně
USB	přenosná sériové sběrnice pro připojení periférií k počítači

Příloha 1 – HP iPAQ 914c



Příloha 2 – Palm Tungsten T5



Příloha 3 – Asus M930

