

Golden Pages – ефективност чрез адекватни информационни системи

Решения, базирани на популярни продукти на Microsoft, дават възможност на служителите да се свързват с повече клиенти. Компанията управлява потока от работни задачи ефективно и елиминира възможността от допускане на грешки. Въвежданите информационни системи са част от стратегията за постигане на оптимални резултати и съкращаване на разходите на фирмата



Нийл Джоунс, директор „Операции и проекти“

Golden Pages е един от най-гостоверните източници за бизнес информация в България. Основните продукти на търговската марка са печатните издания, които излизат на регионален принцип, и онлайн търсачката на уебсайта на компанията. През изминалата година ИТ екипът на Golden Pages реализира основно два проекта – внедряване на системата SAMS (Share Point Advert Management System), насочена към графичните дизайнери, и SDMS (Sales Data Management System) за отдел „Продажби“. Реализацията на втория проект ще завърши след няколко месеца. Двете системи значително съкращават времето за обработване на реклами, като по този начин позволяват на служителите да бъдат по-гъвкави и да се свързват с повече клиенти. В същото време клиентите могат да участват активно в изготвянето на рекламните. И двата проекта са базирани на Microsoft Share Point и Microsoft Dynamics CRM. Golden Pages е една от първите компании в България, които внедряват Microsoft Dynamics CRM в пълен мащаб преди повече от три години.

SAMS

Share Point Advert Management System е реализирана с помощта на ИТ консултантската фирма Abilitics. Нийл Джоунс, директор „Операции и проекти“ в Golden Pages, обясни, че решението улеснява комуника-

5 години по-рано в списание СЮ

Стремежът на ИТ специалистите в ЦКБ е да съдействат на бизнес звената, за това предлаганите продукти и услуги на банката да бъдат максимално атрактивни. *инж. Николай Попчев, директор ИТ в ЦКБ,*
СЮ 3/2005



Мирослав Арменчев, ИТ администратор

цията между служителите от отдел „Продажби“, рекламодателите и графичните дизайнери. Чрез системата, предпочитанията на клиента към графичния облик на рекламата се подават на дизайнера. SAMS осигурява няколко

етапа на проверка и цялостната работа с дадена оферта, докато тя бъде финализирана за печат. Като цяло системата позволява на компанията да управлява потока от работа и клиенти ефективно и елиминира възможността от допускане на грешки, което е от особено значение за Golden Pages.

SDMS

Решението ще започне да функционира напълно през април тази година. Целта на системата е да се премести работата от офлайн в онлайн среда, обясни Нийл Джоунс. Чрез SDMS служителят има възможност да управлява контактите си във връзка с продажбите на реклами по-ефективно, както и поэтапно да следи цялата комуникация около работата с даден клиент – от предлагането на оферта до фактурата за заплащане. Така на практика на едно място са събрани всички данни, които са необходими на служителите, за да работи бързо и ефективно. „Прогнозираме 50% увеличение в контактите, които служителите от отдела правят всеки ден. Това оказва влияние върху броя на продажбите, които можем да реализираме. Възвръщаемостта на инвестицията, която очакваме от този проект, ще е в пъти повече от самата инвестиция“, коментира Джоунс.

УЕБСАЙТ

Компанията в момента има няколко функциониращи уебсайта. Единият (my.goldenpages.bg) е бази-

ран на Share Point решението SUM. Той позволява на клиента автоматично да прави поръчки, като ги насочва към CRM системата на компанията и към онлайн търсачката, обясни Мирослав Арменчев, ИТ администратор в Golden Pages. Уебсайтовете, включително и мобилната версия, са интегрирани в онлайн търсачката goldenpages.bg. Разработването и поддръжката на търсачката се осъществява с помощта на Netage.

БЪДЕЩИ ПРОЕКТИ

SAMS и SDMS са част от стратегията за постигане на оптимални резултати и съкращаване на разходите на фирмата. Докато преди време оптимизацията е била насочена към спестяване от консумативи например, сега тя е фокусирана върху съкращаване на времето за работа с даден рекламодател от 5 на 2-3 дни. До няколко часа клиентът трябва да е получил рекламата си с линк към страницата, от която той може да управлява заявките си, обясни Арменчев.

Сега компанията се ориентира към насочване на информацията от хартиените и онлайн издания на справочника към трети страни като телекомуникационните компании например. „Опитваме се по опростен начин да представяме данните си в много различни среди с помощта на трети страни. Ще разработим и групи среди за управление не само на бизнес съдържанието по отношение на рекламите, но и съдържание, което евентуално ще се появи в бъдеще“, обясни Нийл Джоунс. Констатирайки постоянното разширяване на своята база данни, компанията разглежда възможности за поддръжането ѝ.

Джоунс заяви, че в перспектива предвиждат партньорство с около 40-50 външни компании, като фокусът е към развиване на локално класифицираното онлайн търсене. В това направление е и наскоро анонсираната съвместна инициатива на фирмата с Google Maps, даваща възможност всички, които използват Google Local, да търсят сред повече от 110 хил. компании, вписани в справочника Golden Pages. В същото време фирмите, рекламиращи в Golden Pages, ще бъдат по-лесно откриваеми за потребителите на Google Local, които търсят местни доставчици, а координатите им ще бъдат показвани на картите Google Maps. В уебсайта на Golden Pages е разработен модул, който подава данни към Google Maps. Подобно е и сътрудничеството с Naviteq, където се подават данни към NDrive устройствата.

5 години по-рано в списание СЮ



Комплексният характер на процеса за подобряването на информационната инфраструктура налага подобряването и усъвършенстването на информационния мениджмънт.

полковник Атанас Темелков - заместник началник на Главно управление КИС към ГЩ на БА, СЮ 6/2005

