**Příklad MS Dynamics NAV – Pareto-Segmenty-Kampaně –Prodej**

Vytvořil : Jaromír Skorkovský, KPH, ESF.MU Brno, Czech Republic

Datum : 4.11.2019 -11.11.2019

Důvod : školení, interní materiál

Databáze : MS Dynamics NAV 2018

Určeno pro . „to whom it may koncern“ – pro toho komu je to určeno

Další možnost : Domácí studium

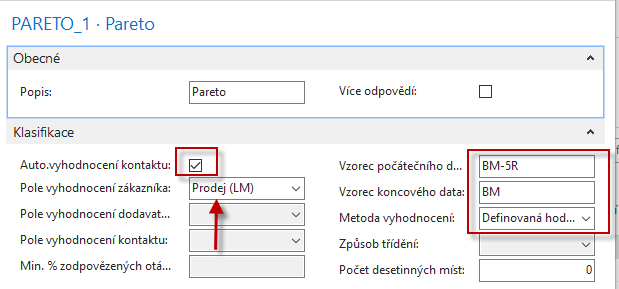
PWP prezentace : bude vytvořen a uložen do studijních materiálů

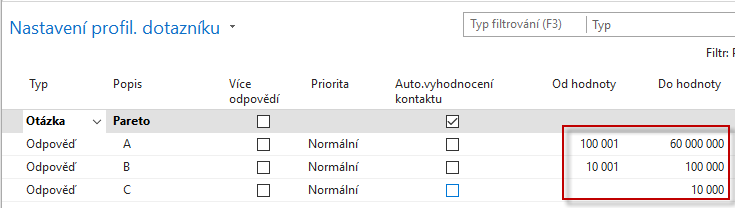
Návazné soubory : Materiál tykající se CRM předaný v jarním semestru 2019

1. Důvod-> Pomocí dotazníku s využitím sebehodnocení řízeného stanovením limitů pro rozdělení portfolia a kontaktů do skupin A, B a C a to tak , že 20% zákazníků dosahuje obratu 80% (A), ostatní zákazníci jsou v tzv. středním pásmu (B) a jsou potenciálními kandidáty na skupinu (A) a poslední skupina (C), která má malý obrat, ale v budoucnu se může zlepšit. Podívejte se prosím na diagram, který zobrazuje celý proces tohoto složitého příkladu (extra stránka bez číslování).
2. Otevřete okno s nastavením dotazníku (Prodej a marketing->Marketing->Administrace->Nastavení ->Profil->Nastavení dotazníku) nebo daleko jednodušeji s pomocí vyhledávacího okna. Ikona Nový nebo taky Ctrl-N ->Nové jméno dotazníku=Pareto\_1, Typ kontaktu =Společnosti a Kód obchodního vztahu=ZÁK (Zákazník).



1. Ikona s ozubenými koly (Upravit) a zadejte data podle níže uvedeného formuláře-pod oknem s nastavením detailů otázky s názvem Pareto (Navigace->Detaily otázky). Počáteční datum BM-5R znamená všechny pohyby za posledních pět let až do konce tohoto měsíce. Potvrďte nastavení tlačítkem OK.

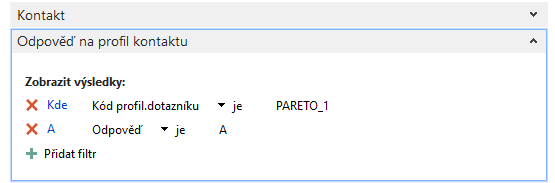




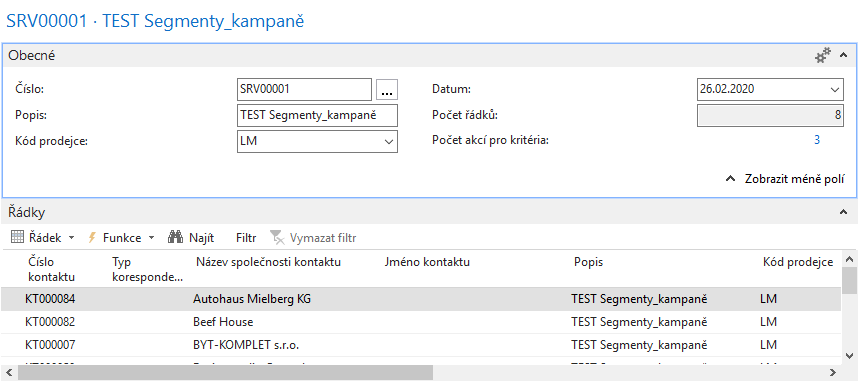
1. Spusťte vyhodnocení dotazníku (Akce->Aktualizovat klasifikaci) a dostanete v posledním řádku počty kontaktů, kde označení A,B nebo C se objeví v jejich profilech. Tuto skutečnost si studenti sami ověří zobrazením kontaktů a jejich profilů toto:



1. Otevřeme stránku s již vytvořenými segmenty (Prodej a marketing->Marketing->Seznamy->Segmenty) a vytvořte novy segment pro kontakty (zákazníky)označené jako **A.** Použije opět ikonu Nový. Dostanete Prázdnou stánku, kde s pomocí přidat kontakty najděte variantu Odpověď na profil kontaktu a zadejte příslušné parametry podle níže uvedené obrazovky a potvrďte OK.

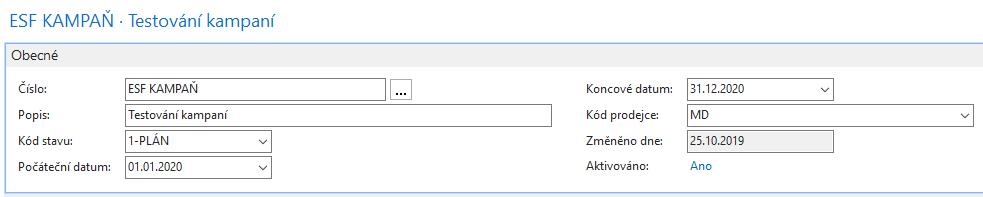


1. Nově vytvořený segment bude vypadat takto:

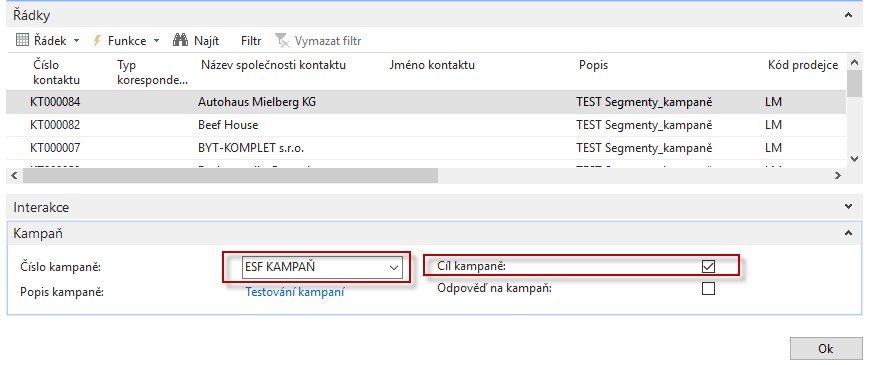


Do této obrazovky segmentu TEST s ještě vrátíme, abychom nastavili jeho napojení na nově vytvořenou kampaň

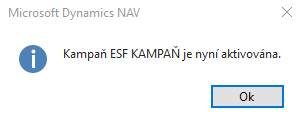
1. Vytvoříme novou kampaň (Prodej a marketing->Marketing->Seznamy->Kampaně). Opět použijeme ikonu Nový.



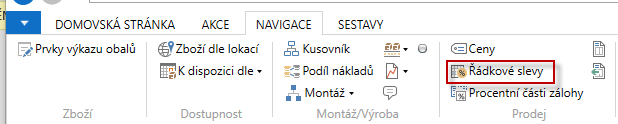
1. Vraťte se zpátky do oblasti segmentů a doplňte potřebná data, která navážou vytvořenou kampaň s naším novým testovacím segmentem. Aby to bylo možné zatrhnout cíl kampaně je potřeba segment aktualizovat.



1. Na kartě vytvořené kampaně použijte ikonu Aktivovat Prodejní ceny/Řádkové slevy a dostanete potvrzení o aktivaci

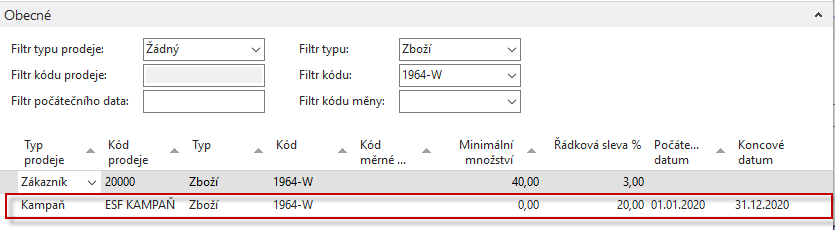


1. Nastavte slevy pro kampaň na zboží 1964-W- Karta->Úpravy->ikona-> Řádkové slevy



Pozor při zadávání dalšího řádku řídícího slevy: ve filtru musí být Filtr typu prodeje=Žádný.

Slevy lze nastavit na kartě zákazníka nebo na kartě zboží.



1. Vytvořte prodejní objednávku na zboží 1964-W pro zákazníka 10000 (je součást našeho segmentu A). Prodejní řádek bude vypadat takto:

