

بسمه تعالی

گروه نرم افزاری سایا سیستم که متشکل از چندین شرکت و مجموعه های فنی و تشکیلاتی می باشد طی سالها فعالیت توانسته خدمات متنوعی در بخش سامانه های پرداخت الکترونیک، صنوف فروشگاهی از جمله تعاونی ها، هایپر ها، رستوران ها و... ارائه نماید، خدماتی مانند انواع کارتهای پرداخت، نرم افزارهای مدیریتی حسابداری، صندوق فروشگاهی، انبارداری، ترازوی دیجیتال، بارکدخوان و خدمات باشگاه مشتریان که مورد استقبال اصناف مختلف قرار گرفته است.

این گروه با تکیه بر توانمندی های فنی و اجرایی کارشناسان خود توانسته طی سالها فعالیت خود به بیش از 3000 مرکز و صنوف مختلف خدمات و سرویس های ارزشمند پرداخت و مالی و حسابداری ارائه نماید و همچنین بیش از 5.000.000 کارت با قابلیت های مختلف (با تکنولوژی مگنت-مایفر-دزفایر-اسمارت و یا هبیرید) جهت استفاده از خدمات اعتباری - باشگاه مشتریان - سرویس های امتیازی -لویالتی و ... صادر نماید.

یکی از قویترین و بزرگترین محصولات این گروه **سامانه جامع مدیریت مالی و پرداخت** با معماری مقیاس پذیر و چابک می باشد که نیازمندی های شبکه مالی اعم از فروش و دریافت و پرداخت در قالب های مختلف نقدی، اعتباری و ... را در سریع ترین زمان ارائه می نماید.

این سامانه کلیه استانداردهای لازم در زمینه دستگاه های کارت خوان را برای استفاده از انواع کارت های نقدی، هدیه، مجازی، اعتباری جهت انجام انواع تراکنش های مالی و غیرمالی بر روی این درگاه ها شامل می شود. این سامانه امکان کنترل و پایش کلیه جریانهای مالی و جریان تراکنش های پرداخت را به صورت متمرکز فراهم نموده است.

سامانه جامع مدیریت مالی متین امکان اتصال به دیگر درگاه های پرداخت را در سریعترین زمان ممکن دارد و از نظر زیرساخت امکان ارتباط با مدیر کانال، اینترنت بانک و همراه بانک و دستگاه های بانکداری الکترونیک نظیر خودپردازهای نقد و غیرنقد، کیوسک، دستگاه کارت خوان، تلفن بانک را بصورت یکپارچه دارد.

نقاط قوت فرایندی

- طراحی واکنش گرا و سازگار
- پشتیبانی کامل از مدیریت کاربران ها و درگاه ها
- پشتیبانی کامل از کلیه تراکنش های مالی
- پشتیبانی کامل از خدمات بدون کارت
- دارای زیرساخت پشتیبانی کامل از ویزا کارت و مستر کارت
- کنترلر و سیستم پایش متمرکز و قدرتمند
- ارائه انواع خدمات پرداخت به صورت صورت سرویس
- مدیریت برنامه های سمت سخت افزار به صورت متمرکز
- خودکارسازی تسویه ها
- خودکارسازی گزارشات شبکه
- قابلیت تطبیق با انواع پروتکل ها
- زمانبند اجرای کارهای گروهی
- دارای زیرسویچ های مختلف بصورت همزمان
- ارائه خدمات جامع و منعطف پذیرندگی با قابلیت های منحصر بفرد
- ارائه کلیه برنامه های سمت کلاینت و سرور دستگاه های پذیرندگی
- قابلیت ارائه انواع خدمات ارزش افزوده
- ارائه سرویس های بانکداری باز
- برنامه ریزی دقیق زمانی و سیستماتیک
- ردیابی و کنترل تراکنش های مالی
- گستردگی گزینه های گزارش گیری

نقاط قوت تجاری

- دارای سیستم رسمی امنیتی بین المللی
- کمترین هزینه و زمان برای انجام تغییرات
- دسترس پذیری و کارایی بالا
- امنیت بالا
- چابکی در تغییرات فنی
- قدرت رقابت بالا
- بازار هدف گسترده و متنوع
- جامعیت خدمات از نظر کیفی و کمی
- سهولت استفاده
- امکان پشتیبانی از راه دور جهت سرعت و کیفیت در پاسخگویی
- قابلیت اتصال به فروشگاه و اپلیکیشن اینترنتی
- استفاده از قفل های نرم افزاری و عدم استفاده از هرگونه قفل سخت افزاری و درواقع عدم ایجاد مشکلات مربوط به قفل ها و دانگل های سخت افزاری از قبیل سوختن، خرابی و معیوب شدن، مفقودی، دزدی، اشغال درگاه های یو اس بی سیستم، هزینه های اضافی و ...

ماژول های این محصول

- ماژول سوئیچ core banking
 - زیر سوئیچ خدمات کارت
 - زیر سوئیچ خدمات pos
 - زیر سوئیچ خدمات وب
- ماژول برنامه جامع فروشگاه‌های - رستورانی (فروش - حساب‌درای - تولید - انبارداری و ...)
- ماژول برنامه فروشگاه‌های زنجیره ای
- اپلیکیشن سفارش مشتری ویژه رستوران
- اپلیکیشن پیک
- اپلیکیشن پخش مویرگی
- سایت و فروشگاه اینترنتی
- اپلیکیشن فروشگاه اینترنتی
- برنامه باشگاه مشتریان وفادار

ویژگی های سویچ سایا سیستم، پایانه های خرید و کارت های سایا سیستم:

نرم افزار سویچ دارای لایه های متعدد و نامحدودی است که در این نرم افزار ضمن رعایت پلت فرم ها و استاندارد های برنامه نویسی مبتنی بر آخرین تکنولوژی ها، با لایه ها و ردیف های اعتباری متعدد طراحی و اجرا شده است که بانک های خصوصی و دولتی در میهن عزیزمان به دلایل مختلفی از این خدمات بهره مند نیستند.

قابلیت های نرم افزار و بانک داده طراحی شده :

- دارای قابلیت Switch management
- امکان تعریف IP برای سطح دسترسی های تعریف شده در سطوح مختلف
- جلوگیری از تقلب های رایج در شبکه های پرداخت
- تعریف لایه های اعتباری نامحدود و البته قابل محدود کردن بنا بر نیاز های مشتریان
- قابلیت اتصال و انفکاک اعتبارات بر اساس سیاست های کاری و درخواست مشتریان
- قابلیت اتصال به سیستم های بانکی کشور و شبکه ی شتاب
- استفاده از خدمات وب (web services) برای ارتباطات برون شبکه ای اعم از اعطای دریافت دسترسی اطلاعاتی
- کاملاً مبتنی بر وب (Web based)
- قابلیت کار در دو حالت آنلاین و آفلاین و ترکیبی
- عدم نیاز به خطوط E1

- مجهز به لایه امنیتی CVC
- مجهز به لایه امنیتی CVv2 ، CVC2
- داشتن استانداردهای SSL و PCI Compliance
- استاندارد کدینگ 16رقمی (مطابق سوئیچینگ های بانکی)
- قابلیت اتصال به سایر سیستمهای مشابه به وسیله وب سرویس
- دارای دفاتر الکترونیکی برای هر مشتری در هر سطح اعم از صادر کننده، شعبات، پذیرنده ها و دارندگان کارت
- امکان تعریف سطح دسترسی نظارتی و عملیاتی در تمام سطوح
- دارا بودن سرویس SMS
- ...

ایجاد محصولات متنوع

محصولاتی مانند کارت های امتیازی (تخفیف)، کارت های تک/چندین اعتباری، کارت های هدیه با خواص متفاوت، مدیریت وُچرهای الکترونیکی و ... جزء محصولاتی هستند که این گروه توانایی مدیریت تمامی آنها را در یک بستر فراهم ساخته است. خیلی از مجموعه ها با استفاده از این توانایی ها، خدماتی ایجاد نموده اند که برای استفاده کنندگان آنها مزایای بیشماری دارد. هدف از ایجاد خدمات با کارت های الکترونیکی مسلماً منفعت دو سویه عرضه کنندگان و مصرف کنندگان است.

خدمات کارت

کارت های پیش پرداخت :

کارت های پیش پرداخت، از دسته کارتهایی هستند که دارنده آن می تواند پس از پرداخت وجه؛ از مبلغ واریز شده در آن استفاده کند، پرداخت (شارژ) معمولاً به صورت حواله، دستی و یا آنلاین توسط کارتهای بانکی انجام می شود. در برخی موارد پس از شارژ کارت، می توان به میزانی بیش از مبلغ شارژ، خرید کرد. بدین وسیله مشتریان تشویق به پیش خرید اجناس خواهند شد و با این عملکرد قبل از فروش واقعی اجناس/خدمات می توانیم وجه آن را دریافت نمائیم. به این صورت مدیریت تخفیف و جمع آوری نقدینگی به صورت کاملاً مدیریت شده و الکترونیکی ایجاد شده است. این روش را می توان در سایر انواع کارتها نیز فعال کرد و با ترکیب آنها، منافع بیشتری ایجاد کرد. دو نوع معروف کارتهای پیش پرداخت: کارت هدیه و بن کارتها هستند که در خیلی از بنگاههای اقتصادی استفاده می شوند.

کارتهای پیش پرداخت با چنین تعاریفی در مراکزی که شما تعیین می نمائید معمولاً منافع مشترکی برای استفاده کنندگان فراهم میکند که توجیه اقتصادی چنین طرحهایی را همیشه ممکن می سازد. گروه نرم/فزاری سایا سیستم در این زمینه تجارب مفیدی دارد که می تواند شما را در طرح های پیش رویتان یاری نماید.

بن کارتها :

بن کارت ها اغلب در سازمان ها، شرکت ها و نهادها توزیع می شوند. بن کارت توسط هر فروشگاه می تواند عرضه شود. ولی لازم است که نیازهای پرسنل و یا مشتریان آن سازمان، شرکت و یا نهاد را برآورده کند. اکثر بن کارتها به صورت عمده واگذار می شوند، بنابراین مشتریان نهایی معمولاً ناشناخته خواهند بود. معمولاً باید ترفندهایی برای شناسایی مشتریان نهایی در نظر گرفته شود که اطلاعات آنها از دست نرود و بتوان بعداً برای ارتباط دو سویه با تمامی آنها برنامه ریزی کرد.

بن کارت برای فروش یکجا به سازمانی استفاده میشود که هدفش خرید ارزانتر و عمده کالا یا خدمات است. بنابراین معمولاً بن کارت با مبالغی کمتر از مبلغ اسمی آنها واگذار می شوند. ولی در نهایت برای فروشنده کالا و یا خدمات سودآور خواهد بود زیرا قبل از فروش، مبالغ کالا و یا خدمات خود را دریافت کرده است.

بن کارت‌ها برای سازمان‌هایی که خریدهای هدف گذاری شده دارند نیز مورد استفاده قرار می گیرد. به این مفهوم که سازمانی که هدف تخصیص منابع معینی برای استفاده های مشخصی را دارد از بن کارت استفاده میکند. مثلاً سازمانی که میخواهد به پرسنل خود 20 هزار تومان هزینه خدمات ورزشی و یا 100 هزار تومان هزینه ناهار بدهد، از بن کارت استفاده میکند. بن کارتی با 20 هزار تومان فقط قابل استفاده برای خدمات ورزشی و 100 هزار تومان قابل استفاده فقط برای تغذیه و ناهار در ماه. بدین ترتیب کارتی با چندین نوع اعتبار مختلف تعریف می شود و هزینه های مشخصی را فقط برای منابع معینی استفاده میکنند.

کارت های هدیه :

کارت‌های هدیه معمولاً در فروشگاه‌ها در اختیار خریدارانی قرار میگیرد که هدفشان هدیه دادن به شخصی دیگری است. این کارت‌ها اکثراً در مراسم خاص و یا به صورت کلی، با مبالغ ثابت و یا متغییر در اختیار مشتریان قرار میگیرد.

کارت‌های هدیه عموماً با هدف جمع آوری نقدینگی و همچنین تبلیغ در اختیار مشتریان قرار می گیرد. این نوع کارت‌ها معمولاً با اشکال مختلف برای سلیق مختلف و یا برای مناسبت های مختلف آماده میشوند. برای ایجاد انگیزه نزد مشتریان، در برخی موارد این کارت‌ها بیش از میزانی که شارژ میشوند مبلغ خواهند داشت (اضافه شارژ) و یا در هنگام خرید علاوه بر خرید به میزان شارژ شده در کارت، هدیه ای نیز در اختیار دارنده آن قرار میگیرد.

کارت‌های هدیه اساساً برای افرادی در نظر گرفته می شود که هدفشان هدیه دادن آن به فرد دیگری است که شاید خیلی از سلیقه و نیازهای او اطلاع ندارند. معمولاً تمام مبلغ این کارت‌ها باید از فروشگاه مورد نظر خرید گردد و وجه باقیمانده در کارت قابل استرداد نخواهد بود. نحوه طراحی و بسته بندی زیبا در کارت‌های هدیه بسیار حائز اهمیت است.

اتفاق خوشایند هنگامی رخ میدهد که این کارت‌ها تنها یکبار استفاده نشوند. میتوان با ترفندهایی مشتری را به استفاده چندباره از آنها تشویق نمود و اطلاعات مشتری نهایی را نیز جمع آوری کرد، نکته ای که در این سیستم کمتر مورد اهمیت قرار می گیرد. در صورت نیاز به چنین سیستم و کارتی، مشاورین ما در گروه نرم/افزاری سایا سیستم می توانند شما را در این مسیر کمک نمایند.

کارت‌های اعتباری :

کارت های اعتباری به کارت‌هایی گفته می شود که دارای اعتبار قابل استفاده در مجموعه‌هایی است که شما تعیین می کنید. دارندگان آن می توانند بر اساس اعتبار موجود در آن، خرید کرده و یا از خدمات استفاده کنند و بر اساس صورتحساب پول آن را پرداخت نمایند.

چگونگی پرداخت صورتحساب کارت‌های اعتباری بر اساس تصمیمی که صادر کننده آن می گیرد تنظیم می شود و می توان به طرق مختلف آن را تعریف نمود. مثلاً در سازمانها و نهادها به صورت کسر از حقوق و در سایر موارد بنابر تصمیم اعتبار دهنده.

سیستم کارت‌های اعتباری ما قابلیت مدیریت چندین اعتبار به صورت مجزا در یک کارت را دارد، هر اعتبار به صورت مجزا مدیریت شده و فقط قابل استفاده در مکانی است که شما معین می نمائید. حتی اعتبارات با تعاریف مشخصی می توانند به یکدیگر تبدیل شوند. با این قابلیت، مدیریت کلیه اعتبارات در یک بستر به سادگی و با تنوع قابل قبولی امکان پذیر است. حتی می توان اعتبارات را در مراکز مختلف پذیرنده/فروشگاه‌ها به صورت متفاوت تعریف و خرج نمود. به عنوان مثال در هر مرکز پذیرش کارت، تخفیف معینی را ایجاد و اعمال نمود که کارت را ارزشمندتر نماید. تخصص گروه نرم/افزاری سایا سیستم در این زمینه است، پس اگر تصمیم به اجرای سیستم مدیریت اعتبارات در یک بستر را دارید، بدون شک ما می توانیم بهترین راهنمای شما باشیم.

قابلیت شارژ حساب اعتباری بصورت غیر نقدی :

هر مجموعه می تواند برای تمام این افراد و با توجه به توافقی که با خود اداره و سازمان به عمل می آورد کارت اعتباری صادر نماید و بدون اینکه در کارتها وجه نقدی باشد معادل حقوق و یا قسمتی از حقوق آنها را در کارشان بصورت اعتباری شارژ نماید (که البته تضمین آن مبلغ می تواند با امور مالی سازمان و کسر از حقوق باشد) و بعد از خرید از حقوق آنها کسر شده و به حساب مراکز واریز گردد .

این قابلیت علاوه بر جذب عضو و رضایت مندی آنها می تواند در آمد زایی فراوانی را در دراز مدت به همراه داشته باشد که به تعدادی از آنها اشاره می کنیم :

الف) سازمان می تواند این وجوه را بصورت یک ماهه از ارگان دریافت نماید و با قرارداد مدت داری که با فروشگاهها می بندد با آنها مدت دار تسویه نماید و با این روش نقدینگی خود را افزایش دهد .

ب) سازمان می تواند به دلیل اعتباری بودن خرید ، درصد کارمزدی را از دارنده کارت دریافت نماید که در دراز مدت مبلغ قابل توجهی می باشد .

ج) دریافت درصدی از تراکنش ها از فروشگاههای طرف قرارداد که باز هم در دراز مدت ، در آمد قابل توجهی را به همراه دارد

و ...

در مجموع با این روش ، سه ضلع مثلث سازمان ، فروشگاه و عضو منتفع شده و رضایت کاملی را دارند .

قابلیت شارژ کارت بصورت اعتباری و تقسیط (وام خرید به عضو) :

یکی از مهم ترین و به روزترین زیر سیستم های سوئیچ سایا پی سیستم تقسیط می باشد که بر اساس حسابداری متمرکز و تنظیمات اقساط به صورت هوشمند و اتوماتیک طراحی گردیده است .

یکی از بزرگترین دغدغه های سازمان ها و مراکزی که خدمات فروش اقساطی دارند حوه محاسبه اقساط و نگهداری اقساط مشتریان خود به صورت متمرکز و شناور می باشد .

سیستم اقساط سایا پی این امکان را فراهم می کند که یک سازمان بتواند برای هزاران عضو خود که از یک شبکه بزرگ فروشگاهی چندصد پذیرندگی استفاده می کنند امکان خرید به صورت اقساط را فراهم نماید .

در این زیر سیستم سازمان می تواند در ابتدا کلیه اعضای خود را به صورت گروه بندی و و مجزا تقسیم بندی نماید و برای هر گروه سیاست مجزا و مشخصی را قرار دهد در بخش دیگر از این زیر سیستم سازمان می تواند به ازای هر پذیرنده تنظیمات اقساطی و متفاوتی را استفاده کند به عنوان مثال برای گروه بازنشستگان در پذیرنده هایپر تعداد اقساط را ۴ و برای گروه شاغلین تعداد اقساط را در همان هایپر ۳ در نظر بگیرید .

به صورت کلی انجام تنظیمات اقساطی بر اساس هر پذیرنده و هر گروه می تواند مجزا بوده ه این باعث می شود سازمان انعطاف بسیار زیادی برای ارائه خدمات هرچه بهتر به اعضای خود داشته باشد .

نکته بسیار مهم در این بخش نحوه انجام اقساط و نگهداری اقساط می باشد که سیستم تخصیص سایا پی بر خلاف بانک ها و یا موسساتی که به محض دریافت اعتبار برای اعضا قسط بندی را شروع می کنند ر این سیستم اقساط صرفاً بر اساس میزان خریدی که عضو انجام می دهد اقساط را محاسبه و ثبت می نماید به عنوان مثال اگر عضوی ۱۰ میلیون تومان اعتبار داشته باشد و مبلغ ۶ میلیون تومان از اعتبار خود را خرید کرده باشد تنها اقساط میلیون تومان محاسبه و ثبت می گردد و برای مانده اعتباری که خرید نکرده است هیچ قسطی پرداخت نمی کند .

نکته مهم دیگر اینکه اگر عضو در تاریخ‌های مختلف خرید کرده باشد سیستم این امکان را پیش وجود دارد که هر خرید را مستقل تقسیط و نگهداری نماید و در زمان سررسید قسط که سازمان نیاز به دریافت فایل کسر از حقوق دارد گزارش مربوطه را به صورت تجمیعی و یا جزئی دریافت نماید.

نکته بسیار مهم و جذاب برای بخش‌های مالی و حسابداری که همیشه دغدغه نگهداری این اقساط و نحوه گزارشگیری و ایجاد فایل‌های مربوط به ثبت در سیستم کسورات حقوق را دارند این است که با داشتن این زیر سیستم یگر نیاز به هیچ نوع محاسبه و درگیر شدن بخش‌های مالی با جزئیات خرید و اقساط اعضا وجود ندارد و سیستم ه چیز را به صورت هوشمند و اتوماتیک خودش مدیریت و محاسبه می‌کند و دوستان در بخش مالی در تاریخ مشخص که خودشان تعیین می‌کنند تنها و تنها فایل مورد نظر خود را از سیستم دریافت می‌کنند که می‌تواند این فایل بر اساس فرمت مورد نظر نیز طراحی گردد.

یکی دیگر از بخش‌های فوق العاده و مهم و حائز اهمیت در زیر سیستم تقسیط تنظیم توان قسط برای هر عضو می‌باشد.

همانطور که مستحضرید یکی از بزرگترین دغدغه‌های سازمان‌ها مشخص شدن توان اقساط اعضای خود هستند زیرا رای هر عضو این مبلغ متفاوت بوده و در هر ماه امکان تغییر در آن وجود دارد به عنوان مثال فردی می‌تواند ماهیانه ۳ میلیون تومان قسط بدهد و فردی دیگر در همان سازمان ماهیانه ۱۰ میلیون تومان قسط بدهد و این دغدغه برای سازمان وجود دارد که مبدا اعضا مبلغی را خرید نمایند که حقوق آنها توان پوشش قسط را نداشته باشد.

لذا زیر سیستم تقسیط این قابلیت را برای سازمان به وجود آورده که در بخش تنظیمات توان قسط توان پرداخت قسط هر عضو را به صورت مشخص تنظیم نمایند و از این به بعد ستم مبلغ خرید اعضا را بر اساس توان قسط آنها محاسبه کرده و در صورتی که مبلغ خرید عضو از توان قسط آن بیشتر باشد به آن اجازه خرید نمی‌دهد جهت روشن شدن این بخش مثالی را خدمت شما عرض می‌نمایم فردی که ماهیانه توان قسط آن ۵ میلیون تومان تنظیم شده است به فروشنده‌ای که تعداد قسط آن ۴ تنظیم شده است جهت خرید مراجعه می‌نماید این فرد در کارت خود مبلغ ۵۰ میلیون تومان اعتبار دارد اما زمانی که در کارتخوان فروشگاه مبلغ خرید را وارد می‌نماید سیستم به صورت هوشمند بر اساس توان قسط و تعداد قسط فروشگاه مبلغ مجاز خرید عضو را محاسبه می‌کند یعنی می‌گوید این فرد در این فروشگاه چهار قسطه بر اساس توان قسط ۵ میلیون تومانی می‌تواند ۲۰ میلیون تومان خرید نماید و اگر مبلغ ۲۱ میلیون تومان وارد نماید حتی با وجود داشتن ۵۰ میلیون اعتبار سیستم به آن اجازه خرید نمی‌دهد و این امر باعث می‌شود که فرد نتواند بیش از توان پرداخت اقساط خود از فروشگاه یا شبکه فروشنده‌ای خرید نماید.

یکی دیگر از بخش‌های مهم و کاربردی زیر سیستم تقسیط ماژول ضمانت است که در این بخش اگر سازمانی بخواهد برای اعضای خود تعیین نماید که جهت دریافت اعتبار با مبالغ بالا یا تمام اعتبارات ضامن معرفی بکنند این سیستم کلیه این فرایند را به صورت اتوماتیک تنظیم و اجرا می‌نماید به گونه‌ای که هر فرد می‌بایست در داشبورد اینترنتی خود یا اپلیکیشن موبایلی خود ضامنی را جهت استفاده از اعتبار خود معرفی نماید ه الضامن نیز می‌بایست قبلاً مورد تایید سازمان قرار گرفته باشد

در این بخش هر فرد می‌تواند بر اساس تنظیمات تعداد مشخص و یا مبلغ مشخصی را ضامن شود که این تعداد و مبلغ را ود سازمان مشخص می‌نماید.

بخش‌های مختلف زیر سیستم تقسیط شامل :

انتخاب گروه کارت

انتخاب پذیرنده

انتخاب اعتبار

تعداد قسط

کارمزد افزایشی فروشگاه که برای اصفافی که جهت فروش اقساطی کارمزدی را به کالا اضافه می کنند مانند موبایل فروشی ها

تخفیف

تنفس

سررسید قسط

جریمه جهت تاخیر در پرداخت قسط

کف قسط

تاریخ شروع قرارداد

تاریخ پایان قرارداد

شماره قرارداد و توضیحات

و ...

این روش بیشتر برای کارمندان و حقوق بگیران بسیار مناسب بوده و باعث جذب بیشتر عضو می گردد .

قابلیت حضور و غیاب اعضا :

عضو می تواند با این کارت ورود و خروج خود را در سازمان و یا مجامع و همایش های مربوطه ثبت نماید و سازمان از این روش می تواند اعضا فعال را از غیرفعال تشخیص دهد البته منوط به اینکه دستگاههای حضور و غیاب توسط این شرکت تهیه گردد تا همخوانی بین کارت و دستگاه برقرار باشد .

قابلیت تفکیک اعتبارات خاص در یک کارت :

این کارتها به دلیل چند لایه و هوشمند بودن سیستم ، قابلیت تعدد اعتبار بصورت همزمان را دارا می باشند . به عنوان مثال سازمان می تواند بصورت همزمان اعتبارات متفاوتی مانند اعتبار لوازم ورزشی ، اعتبار کتاب و لوازم فرهنگی ، اعتبار مواد غذایی و ... را بر روی کارتهای اعضا فعال نماید و حتی به هر قشری از اعضا نوع خاصی از اعتبار را بدهد . این اعتبارات می توانند در ضمن همزمانی ، تفکیک شده و انحصاری نیز باشند مثلاً اعتبار لوازم ورزشی فقط در فروشگاههای ورزشی قابل استفاده است و نمی توان آنرا در فروشگاه مواد غذایی مصرف کرد .

قابلیت صدور کوپن به جای اعتبار نقدی :

سازمان می تواند به جای دفترچه کوپنهای کاغذی موجود خدمات کوپن را بصورت الکترونیکی ارائه نماید در این روش بر روی تمام کارتها بصورت الکترونیکی دفترچه کوپن هایی صادر می گردد که سازمان می تواند یکسری خدمات را بصورت پکیج های مشخص شده با اعلام کوپن ارائه نماید .

قابلیت سهام و سود سهام :

در این روش اعضاء می توانند در سازمان سرمایه گذاری کرده و مبلغ سرمایه گذاری آنها در نوع اعتبار سرمایه یا سهام فعال گردد . اعضا نمی توانند این مبلغ را در جایی مصرف نمایند و فقط قابل رؤیت و مشاهده می باشد . سازمان می تواند با این مبلغ سهام ، سرمایه گذاری های خاص را انجام داده و سود سالیانه آن را در کارتها شارژ نماید و فقط اجازه استفاده از سود سهام رابه عضو می دهد آن هم در فروشگاههای طرف قرارداد (در صورت صلاحدید مدیریت) .

کارتهای امتیازی :

کارت های امتیازی به کارت هایی گفته میشود که بر اساس خرید مشتری به وی امتیاز تعلق می گیرد. در این روش معمولاً تخفیف جایی نداشته و به مشتری بر اساس میزان/زمان خرید و یا نوع اشتراک (کارتهای طلایی / نقره ای /برنزی و.....) امتیازهای مختلفی داده می شود. در برخی موارد از تخفیف و امتیاز به صورت ترکیبی استفاده میکنند. این روش معمولاً در شروع استفاده از کارت های امتیازی استفاده میشود تا مشتریان با امتیاز و مفهوم آن آشنا شوند. عملکرد درست آن است که به مرور تخفیف را حذف و به سوی فقط امتیاز پیش رفت. استفاده از تخفیف همراه با امتیاز در برخی از موارد در ایران توسط این گروه پایه گذاری شد و برای بومی سازی فرهنگ امتیازی در ایران موثر نیز واقع شده است. البته خیلی از بنگاه های اقتصادی ، خدماتی یا فرهنگی نیازی به این روش نداشته و می توانند از ابتدا به صورت امتیازی عمل نمایند. معمولاً پس از کسب امتیاز، این امتیاز یا قابل تبدیل به محصولات تعیین شده و یا قابل تبدیل به اعتبار قابل استفاده در همان مجموعه و یا سایر مجموعه ها خواهد بود. در اغلب موارد با جمع کردن امتیازات و تبدیل یکباره آن به اعتبار، می توان از اعتبار و مزایای بیشتری استفاده نمود . امتیازات در تمامی موارد مطابق جدولی به کالا و یا اعتبار تبدیل می شوند که به آن جدول لویالتی نیز گفته می شود. این جداول بر اساس ضرایب مشخصی امتیاز را به اعتبار و یا کالا تبدیل می کنند. عملکرد این جداول می تواند به صورت دستی و یا اتوماتیک باشند. کارتهای امتیازی همانند کارت های اعتبار/نقدی از امنیت برخوردار و دارای رمز استفاده هستند. این کارتها اکثراً برای وفادار سازی مشتریان به مجموعه ها استفاده می شوند برای همین به آنها کارت وفاداری نیز گفته می شود. این کارتها در اصل برای اجرای برنامه وفاداری مورد استفاده قرار می گیرد. لذا علاوه بر خواص امتیازی باید دارای خواص دیگر نیز باشند که معمولاً برای هر مجموعه ای متفاوت خواهد بود. به عنوان نمونه با داشتن این نوع کارت ها می توان در جشنواره های خرید از مزایای بیشتر استفاده کرد و یا از خدمات ویژه بهره برد. مسلماً با استفاده از تجارب و تخصص ما، گروه نرم افزاری سایا پیشنهادات مفیدی برای ایجاد چنین ارزش افزوده ای برای موسسه شما دارد.

برنامه وفاداری :

برنامه وفاداری (Loyalty program) به یک سیاست رفتاری با مشتریان در راستای وفادار سازی آنها به هر مجموعه ای گفته می شود. اصولاً در تمام دنیا، شرکتها و یا برندهایی معتبر از این برنامه/روش برای مشتریان خود استفاده می کنند. اساس برنامه وفاداری بر مبنای اعطاء خدمات/اعتبار و یا امتیاز به مشتریان در ازاء خرید آنها شکل گرفته است. در برنامه وفاداری سعی می شود هدایا، جوایز و اعتباراتی به مشتری داده شود که هر چه بیشتر خرید کند منافع بیشتری داشته باشد. تقریباً اولین استفاده کنندگان از این روش برای وفاداری مشتریان، خطوط هوایمایی بوده اند، آنها به ازای پرواز و مسافت پروازی بیشتر، به مشتریانانشان امتیاز بیشتری میدهند و امتیاز بیشتر مساوی با خدمات و هدایای بیشتری است.

در این روش ضمن ذخیره اطلاعات مشتری، بر اساس فروش خدمات و یا کالا به وی اعتبار/امتیازی داده می شود که می تواند از آن در خرید بعدی استفاده کند و یا به یکباره با جمع کردن آن اعتبارات/امتیازات از خدمات و یا خرید رایگان بهره مند شود. این رفتار در کنار شکل گیری باشگاه مشتریان و سنجش و نگاه به رفتار مشتریان و مدیریت آنها، برنامه وفاداری گفته می شود. اولین قدم برای ایجاد یک برنامه وفاداری جمع آوری بانک اطلاعاتی مشتریان، سپس استفاده از رفتار خرید مشتریان و اهدای جوایز و یا اعتبار متناسب با خرید شان از مجموعه شماس.

برای چنین عملکردی نیاز به یک بستر برای ضبط رفتار مشتریان و ثبت اطلاعات مشتریان است. گروه نرم افزاری سایا مفتخر است که چنین بستری را ایجاد نموده است. هر مجموعه ای بنابر نیاز می تواند به صورت مستقل از این بستر برای مقاصد خود استفاده نماید. با پیوند این بستر به منابع اطلاع رسانی نظیر پیام کوتاه و ایمیل، اطلاع رسانی خودکار و تشویقی در راستای نیل به اهداف برنامه وفاداری ایجاد می شود. با استفاده از این امکان هر مجموعه ای می توانند برای ایجاد ارتباطی دو سویه با مشتریان خود از وجود آن بهره برده و بخش مهمی از مدیریت ارتباط مشتریان (CRM) را ایجاد نمایند.

اولین قدم برای ارتباط با مشتری، گرفتن اطلاعات فردی و مشخصات وی است و چه بهانه ای بهتر از استفاده از خدمات اعتباری/امتیازی با استفاده از برنامه وفاداری! با مدیریت رفتار مشتریان به راحتی می توانید واحد خدمات مشتریان را شکل داده و به افزایش فروش و به طبع آن سود بیشتر برسید. همانطور که می دانیم در مجموعه های تجاری، 80 درصد فروش متعلق به 20 درصد مشتریان است که آنها هم مشتریان دائمی و وفادار هر مجموعه ای هستند. بنابراین با افزایش مشتریان وفادار و خرید آنها بیش از پیش، خواهید توانست حتی در شرایط اقتصادی نامناسب به فروش خود امیدوار بوده و سود خود را تضمین نمایید.

باشگاه مشتریان

استفاده از برنامه وفاداری و ثبت اطلاعات مشتریان منجر به ایجاد گروهی از مشتریان خواهد شد که در یک بانک اطلاعاتی استقرار یافته و میتوان برای آنها برنامه ریزی مدون انجام داد. اینجاست که باشگاه مشتریان شکل خواهد گرفت. اصولاً ایجاد باشگاه به مفهوم گردآمدن گروهی از افراد در یک تشکل منسجم است. باشگاه مشتریان برای تامین نیازها و ایجاد منافع بیشتر مشتریان شکل میگیرد. گردآمدن مشتریان در یک تشکل می تواند ارزش مشتریان را بیشتر نموده و حس وفاداری آنها را به مجموعه ها بیشتر کند. معمولاً باشگاه های مشتریان باید هدفمند باشند و برنامه های منظم و پیوسته ای برای آنها تعریف شود. مسلماً افرادی که از یک مجموعه خاص خرید کرده اند اولین وجه اشتراکشان مشتری بودن آنهاست، ولی باید بتوان پس از جمع آوری اطلاعات آنها، از سلاقی، علاقه مندی و درخواستهای آنها اطلاع یافت و بدین شکل اهداف مجموعه های تجاری را با استفاده از این اطلاعات گسترش داد. تولیدات، خدمات و سایر فعالیتهای هر مجموعه تجاری باید با استفاده از اطلاعاتی که از این بخش بدست میاید، توسعه یافته و در راستای آن گام بردارد تا موفق باشد.

شاید فلسفه ایجاد باشگاه مشتریان تنها موارد فوق نباشد ولی مهمترین هدف آن ایجاد ارتباط دو سویه با مشتریان است. مسلماً راضی بودن اعضای باشگاه مشتریان وابسته به عملکرد آن است. بنابراین همیشه باید باشگاه مشتریانی که با استفاده از کارتهای وفاداری شکل میگیرد با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده آینده را ترسیم کند و از نقطه نظرات اعضاء بهره ببرد.

باشگاه مشتریان پس از شکل گیری باید تفاوتی بین افرادی که عضو این باشگاه هستند و دیگر مشتریان قائل شود. بنابراین توجه داشته باشیم که هر فردی که از مجموعه ما خرید می کند لزوماً نباید عضو باشگاه شود. حضور داوطلبانه و ایجاد حداقل های شرایط عضویت، یکی از مهمترین سیاستهای اجرای باشگاه مشتریان است. زیرا داشتن اعضای فراوان نشانگر موفق بودن باشگاه نیست. بلکه باید اعضای باشگاه، فعال - آگاه و از اینکه عضو باشگاه مشتریان هستند خرسند باشند. البته پس از مدتی می توان اعضا باشگاه را نیز به دسته های مختلف تفکیک کرد تا برای اعضای فعالتر خدمات بهتری فراهم کرد. باشگاه مشتریان همزمان با بزرگتر شدن باید دسته بندی قابل قبولی بین اعضا ایجاد کرده و خدمات را برای هر دسته تعریف نماید. ایجاد گروه مشتریان خیلی مهم (VIP) میتواند پس از شکل گیری اولیه باشگاه مشتریان و بررسی رفتار مشتریان، انجام پذیرد.

در خیلی از باشگاه ها از همان ابتدا، مشتریان را به دسته های مختلفی تفکیک میکنند و برنامه و خدمات خاصی برای هر گروه از آنها دارند. این تفکیک معمولاً به میزان خرید مشتری و جایگاه او بر میگردد. ایجاد اشتراک اولیه، نقره ای، طلائی و پلاتینیوم بر اساس همین نگاه شکل میگیرد.

مسئلاً تفکیک مشتریان می تواند با نگاه های متفاوتی بسته به هر تجارت پایه گذاری شود. در اجرای چنین عملکردی مسلماً ما همیشه در کنار شما خواهیم بود تا یاری رسان شما برای رسیدن به اهدافتان باشیم. زیرا موفقیت شما، موفقیت ما نیز محسوب می شود. مسلماً همانگونه که قبلاً نیز ذکر شد، چگونگی راهبری باشگاه مشتریان بسیار پراهمیت تر از داشتن چنین تشکیلی است. گروه نرم افزاری سایا سیستم با استفاده از تجرب فراوان خود می تواند شما را در ترسیم نقشه راه، یاری نماید. اگر باشگاهی ایجاد شود و خدمات متناسب و وابسته به مشتریان ایجاد نشود، از اهداف ایجاد چنین باشگاه هایی فاصله خواهیم گرفت. ما می توانیم تضمین کنیم که اگر درست و با برنامه پیش بروید به فروش بیشتر و سود فراوان تر دست خواهید یافت.

قابلیت خدمات اینترنتی برای اعضا :

در این سیستم هر فرد که کارت اعتباری دریافت می نماید دارای یک دفتر کار الکترونیکی در اینترنت بوده که کد کاربری و رمز مشخصی را دارد. اعضا می توانند کلیه تراکنش های خود را در دفتر کاری خود مشاهده و مدیریت نمایند در صورت صلاحدید مدیریت حتی قابلیت نقل و انتقال اینترنتی نیز می تواند در اختیارشان قرار گیرد.

گزیده ای از خدمات :

- مشخصات کامل عضو : نام و نام خانوادگی ، شماره کارت ، آدرس ، وضعیت کارت (فعال ، تعلیق و ...)
- خدمات کارت : درخواست اینترنتی کارت ، صورتحساب کارت (تراکنش خود کارت ، کارت خانواده و ...) ، اعلام مفقودی کارت و ... خدمات اعتباری : اعلام موجودی انواع اعتبارات ، گردش تراکنش ها ، انتقال اینترنتی اعتبارات (نقدی و غیر نقدی)
- خدمات مراکز خرید : اعلام مراکز خرید طرف قرارداد بصورت آنلاین و به روز
- خدمات بورس : اوراق بهادار (واریز وجه ، پیگیری و ...) کالا و خدمات و ...
- اخبار و سایت اطلاع رسانی .
- تغییر رمز .
- و دیگر خدمات متنوع ...

نرم افزار مرکزی و مدیریتی سیستم :

تمامی عملیات فوق تحت نظارت سیستم مدیریت دفتر مرکزی و با عاملیت نرم افزار جامعی اتفاق می افتد که کلیه کارتها (بدون محدودیت) در این نرم افزار قابل کنترل و مدیریت می باشد .

گزیده ای از قابلیت های نرم افزار مدیریت :

- فعال سازی کارتها .
- قفل کردن و تعلیق کارت .
- اصلاح مشخصات .
- انتقال اعتبار و ابطال انتقال .
- صورتحساب کارت بصورت انفرادی و گروهی .

- شارژ کارتها با عنوان اعتبارات مختلف .
 - خرید اعتباری و ابطال خرید .
 - گزارشات متنوع کارت و فروشگاه :
 - 1- لیست اعضا و اعتبارات اعضا
 - 2- کارتهای بدهکار/ بستانکار
 - 3- کارتهای تعلیقی
 - 4- صورتحساب کارتها و فروشگاههای خاص بصورت انفرادی / گروهی
 - 5- گزارش کارمزد اعتبارات در فروشگاهها بصورت تفکیکی
 - 6- گزارش کارتهای وابسته
 - 7- گزارش تراکنش های ناموفق با ذکر علت
 - 8- گزارش ورود و خروج اعضا در دفاتر کاری خود
 - 9- گزارش خرید اعضا از فروشگاهها
 - 10- گزارش پرداخت ها به فروشگاهها
 - 11- گزارش عملکرد شعبه های زیر مجموعه و بازاریها
- و ده ها مورد گزارش مفید دیگر ...

قابلیت نظارت کامل و مستقیم به فروشگاهها در شهرستانها و مکان های مورد نظر :

یکی از منحصر به فرد ترین قابلیت های این سیستم قابلیت تعریف زیر مجموعه بوده به اینصورت که دفتر مرکزی می تواند برای هر شهری یا مکانی یک نرم افزار با تمام قابلیت های اعلام شده فعال نموده و کارتهای مجموعه ی آن شهر را در همان نرم افزار با همان قابلیت ها صادر نماید و مدیران مربوطه شعبات را متعهد به تضمین و تامین اعتبارات شهر خود نموده و فروشگاههای آن شهر با مدیریت آن شعبه باشد .

قابلیت بسیار خوب این سیستم این است که نرم افزار جامع مرکزی می تواند تمام نرم افزار های زیر مجموعه را مدیریت کرده و در صورت لزوم هر یک از آنها را از مجموعه خارج و قفل نموده و دوباره آنها را فعال نماید . علاوه بر این خود دفتر مرکزی می تواند اعتبارات و کارتهای شهرستانها را رأساً مدیریت و شارژ نماید .

نکته : کلیه عملیات های فوق بصورت آنلاین بوده و در هر لحظه مدیریت می تواند توسط نرم افزار مرکزی خود تمام کارتها و شعبه ها را کنترل نموده و عملکرد هر شعبه را بررسی و زیر نظر داشته باشد با این روش شعبه های فعال و غیر فعال نیز مشخص می شوند .

قابلیت ایجاد شبکه فروشگاهی و مراکز مورد استفاده اعضا :

سازمان می تواند ویژه اعضای خود ، مراکز خاصی را به دستگاه کارتخوان مجهز نموده و جهت استفاده در اختیار اعضا قرار دهد . این مراکز می توانند در سراسر کشور یا حتی خارج از کشور نیز باشند و یک زنجیره ی فروشگاهی و خدماتی بزرگ را برای خود و اعضای خود ایجاد نمایند که با ایجاد چنین مجموعه ای در دراز مدت ، درآمد سرشاری برای سازمان حاصل خواهد شد .

نکته : سازمان می تواند این شبکه و زنجیره خدماتی را در اختیار شعبات دیگر ، سازمانهای درخواست کننده ، قرارداده و با این کار علاوه بر جذب اعضای بیشتر درآمد بیشتری نیز بدست آورد .

نکته : این زنجیره فروشگاهی و خدماتی می‌تواند شامل : لوازم ورزشی ، لوازم فرهنگی و کتاب ، مواد غذایی ، هتل ، رستوران ، پوشاک ، کیف و کفش و ... بوده و محدود به شهر خاصی نیز نباشد مثلاً مشهد ، کیش ، تهران ، اصفهان و ...

برخی قابلیت‌ها برای اعضا :

- دریافت امتیاز/ تخفیف و تبدیل آن به اعتبار جهت استفاده مجدد آن در فقط مجموعه‌های شما و یا در کلیه مراکز تعیین شده
- قرار گرفتن تحت پوشش بیمه ای
- استفاده از کلیه امکانات دیگر کارت
- کنترل و مانیتورینگ کلیه عملیات صورت گرفته توسط دارنده کارت بر روی اینترنت
- شارژ اعتبار کارت توسط سیستم بانکی شتاب
- پرداخت توسط کارت از طریق وب و خرید online توسط آن
- امکان انتقال اعتبار از کارتی به کارت دیگر (در صورت موافقت شما)
- امکان خرید از سایر پذیرندگان و کسب امتیاز/تخفیف و مصرف آن
- ایجاد کارت هدیه از همان نوع کارت برای دیگران
-

معرفی سایت های فروشگاهی

فروشگاه اینترنتی فروشگاهی است که از طریق اینترنت و وب سایت محصولات و خدمات خود را ارائه می‌دهد و اجناس و خدمات مختلف را برای فروش در آن معرفی می‌کند. مشتریان پس از ورود به این وب سایت کالا یا خدمات مورد نظر خود را انتخاب کرده و سفارش می‌دهند. در مرحله بعدی روش‌های پرداخت و نحوه ارسال یا دریافت را انتخاب کرده و پس از تایید سفارش مورد نظر خود را دریافت می‌کنند.

یکی از عواملی که خیلی موثر است در وب سایت فروشگاهی داشتن یک لوگو مناسب و واضح است. شما با یک لوگوی شناخته شده در یک وب سایت حرفه ای و موفق می‌توانید خود را برند کرده و همیشه در ذهن‌ها بمانید.

یکی از بهترین ترفندها برای جذب مخاطب استفاده از تخفیف، هدیه و ارسال رایگان در صفحه اول سایت است؛ زیرا می‌تواند توجه مشتری را در همان لحظه های ابتدایی ورود به سایت جلب کند.

✓ مزایای داشتن فروشگاه اینترنتی

1. انتخاب بهترین محصول با توجه به نظر کاربران
2. مطالعه تمامی اطلاعات محصول قبل از خرید محصول
3. صرفه جویی در زمان
4. راحتی در خرید محصول
5. دریافت محصول به آسانی و درب منزل
6. امکان پرداخت اینترنتی و همچنین پرداخت در آدرس مشتری
7. مجهز بودن به قسمت جستجوی پیشرفته
8. امکان ایجاد حساب کاربری خصوصی
9. توضیحات لازم در مورد محصول

10. مقایسه محصولات باهم
11. ارائه تخفیفات و پیشنهادات
12. ایجاد بخش نظرات برای مشتریان و بازدید کنندگان

اپلیکیشن فروشگاه اینترنتی

✓ معرفی اپلیکیشن فروشگاه

صرفه جویی در زمان مهمترین عامل در دنیای شلوغ و پیچیده امروز است. به طوری که مردم دوست ندارند وقت خود را صرف شلوغی و ترافیک کنند. مردم دوست دارند به سادترین شکل ممکن و بدون هدر رفت وقت نیازمندی های روزانه خود را برطرف کنند. **طراحی اپلیکیشن فروشگاه** بهترین راه حل و چاره برای این افراد است. در اینصورت بدون برخورد با ترافیک و صرفه ای جویی در وقت و هزینه به راحتی از منزل یا هر جای دیگری کالاهای مورد نظر خود را سفارش دهید. **طراحی اپلیکیشن فروشگاه** امروزه جزو نیازهای ضروری هرکسب و کاری میباشد.

✓ اپلیکیشن فروشگاه چیست؟

با ظهور **اپلیکیشن فروشگاه** تغییرات زیادی هم در زندگی ما اتفاق افتاده. شاید امروزه کمتر کسی را بتوان دید که خرید اینترنتی انجام نداده باشد و خرید آنلاین جزوی از زندگی همه ما تبدیل شده است.

اپلیکیشن فروشگاه این امکان را فراهم می کند که شما بدون نیاز به خارج شدن از خانه تنها با استفاده از موبایل خود خرید خود را انجام دهید. طبق آمار، خریدهای اینترنتی هر سال با رشد زیادی همراه هستند و علاقه مردم نیز به انواع اپلیکیشن افزایش یافته است. در سال اخیر و با وجود کرونا، فروش اینترنتی آمار چشم گیری را به خود اختصاص داده است.

در دنیای رقابت امروز، فروشندگان به دنبال روش های جدید برای رشد و کسب سود بیشتر هستند. **طراحی اپلیکیشن فروشگاه** یکی از بهترین راه ها برای رسیدن به این هدف میباشد. اگر اپلیکیشن فروشگاه به صورت استاندارد و اصولی طراحی شود، قطعاً نتیجه و بازخورد خوبی نیز خواهد داشت.

✓ اهمیت طراحی اپلیکیشن فروشگاه

طبق گفته بیل گیتس، طی چند سال آینده ما شاهد دو نوع کسب و کار هستیم. کسب و کارهایی که آنلاین شدند و کسب و کارهایی که نابود شدند.

این گفته شاید به نظر زیاده گوئی باشد ولی دنیای اینترنت به شکل بدون توصیف در حال توسعه و دخیل شدن در زندگی ما میباشد. این سوال از خود بپرسید، شما برای خرید یک محصول، اطلاعات لازم اولیه را از کجا به دست میارید؟ قطعاً شما هم دست به گوشی میشد و در گوگل یا اپلیکیشن مثل دیجی کالا کالای خود را جستجو میکنید.

قطعاً شما هم دوست دارید که بتوانید محصولات و خدمات خود را در بستر اینترنت در معرض دید میلیون ها کاربر اینترنتی قرار دهید. طراحی فروشگاه اینترنتی حرفه ای برای شما افزایش فروش و درآمد بیشتر را به همراه خواهد داشت.

یکی دیگر از مزیت های فروشگاه اینترنتی، تعامل بیشتر با مخاطب از طریق **طراحی اپلیکیشن فروشگاه** است. با **طراحی اپلیکیشن فروشگاه** کاربر یا مشتری شما در هر ساعت از شبانه روز می تواند به کالا یا خدمت شما دسترسی داشته باشد. با قراردادن اپلیکیشن در بازار یا گوگل پلی، شما میتوانید کسب و کار خود را به دست میلیون ها کاربر موبایلی برسانید.

مدیریت ارتباط با مشتری

مدیریت ارتباط مشتریان (Customer Relationship Management) یکی از اصول اولیه مشتری مداری است. در اغلب بنگاه های اقتصادی بزرگ و کوچک که نگاه درستی به مشتریان خود دارند از یک سیستم نرم افزاری جهت این کار استفاده می کنند. اصولاً ارتباط با مشتریان باید در چارچوب تعریف شده و معینی شکل بگیرد تا بتواند گزارشهای متنوعی را در اختیار مدیران قرار دهد. با ارتباطی دو سویه می توانیم ضعف های مجموعه را مشخص کرده و در جهت رضایتمندی مشتریان واقعی گام برداریم. کاری که نتیجه آن فروش بیشتر و سود بیشتر خواهد بود.

پایه ایجاد "مدیریت ارتباط با مشتری" در ذخیره اطلاعات مشتریان، رفتار مشتریان و عملکرد ما با هر مشتری شکل میگیرد. ایجاد سیستمی هدفدار در جهت ضبط این اطلاعات و تحلیل این اطلاعات می تواند به هر مجموعه ای کمک کند که رفتار با مشتریان خود زیر نظر داشته و با آنها به صورت استاندارد و ازپیش تعریف شده برخورد کنند. چنین سیستم هایی در راستای احترام به مشتری و ایجاد مشتری وفادار و در نهایت "مشتری طرفدار" که مهمترین نوع مشتری هست، گام برمیدارد. چنین مدیریتی معمولاً با استفاده از ابزارهای نرم افزاری و سخت افزاری مختلف شکل میگیرد. مرکز تماس، ذخیره اطلاعات تماس و پیگیری، نظرسنجی، ارتباط دوسویه بامشتری و برنامه وفاداری، چند آیت مهم سیستم "مدیریت ارتباط مشتریان" به شمار میآید.

یکی از بخش های مدیریت ارتباط مشتریان، برنامه وفاداری (Loyalty program) است که به آن کمک شایانی می کند ولی به یاد داشته باشیم که "برنامه وفاداری" به تنهایی یک سیستم مدیریت ارتباط مشتری نیست. گروه نرم افزاری سایا می تواند در این راه همواره شما را یاری نماید.

خدمات مشاوره ای

راه اندازی و استفاده از خدمات مذکور و به دنبال آن موفقیت در اهداف ترسیم شده، مستلزم اطلاع از چگونگی اجرا و برنامه های پیوسته ای است که گروه ما با تجارب خود می تواند در ابتدا و طول اجرای پروژه یاری رسان شما باشد.

استفاده از نرم افزار، تنها به عنوان ابزاری جهت رسیدن به اهداف میان مدت و درازمدت مجموعه ها مفهوم دارد. به طور مثال استفاده از خدمات باشگاه مشتریان برای نیل به هدف مشتری مداری، فروش بیشتر و وفادارسازی مشتریان انجام می پذیرد. بنابراین چگونگی

اجرا همیشه مهمتر از وجود چنین سیستمی خواهد بود. و یا در مورد استفاده از خرید اعتباری - معمولاً هر مجموعه ای اهدافی نظیر فروش بیشتر و به دنبال آن سود بیشتر مد نظر دارد و برای رسیدن به چنین اهدافی مسلماً باید حساب شده و طبق برنامه پیش رفت. از آنجائیکه **گروه نرم افزاری سایا** تجارب فراوانی در اجرای چنین پروژه هایی دارد، همواره در کنار مشتریان خود قرار داشته و با ایده های جدید و پویای خود، در جهت نیل به اهداف آنها گام برمی دارد. چگونگی اجرا و همچنین روش کار، جزء مهمتری از وجود ابزار به حساب می آید. ما مدعی هستیم در این مورد متخصص هستیم و همواره در جهت به موفقیت رساندن پروژه شما گام برداشته و راهنمای شما خواهیم بود.

پایداری و امنیت

پایداری نیاز هر شبکه و بستر مشترکی است، قابل اطمینان بودن جهت دسترسی همیشگی و کمترین احتمال قطع شدن از نکات بسیار مهم در شبکه های دیتا و سوئیچ های پرداخت است. قطع شدن چنین شبکه هایی باید به صفر میل نماید. برای ایجاد چنین قابلیت‌هایی مسلماً هزینه های نسبتاً زیادی نیز باید پرداخت شود که اجتناب ناپذیر است. از تمامی سرورها باید **Mirror** های وجود داشته باشد که از نظر فیزیکی و مکانی مستقل باشند و بدین ترتیب بتوان در صورت ایجاد اختلال در هر سروری از سرورهای پشتیبان استفاده کرد. اطلاعات نیز باید به صورت تکراری در دیتاسنترهای مجزا نگهداری شوند تا در صورت ایجاد اختلال در هر دیتاسنتر از دیگری استفاده شود. مدیریت چنین پردازی نیز بسیار حائز اهمیت و پیچیده خواهد بود. سرورها و شبکه دیتا گروه تمامی این خصوصیات را داشته و بدین ترتیب پایداری خود را به حداکثر نزدیک کرده است. مشتریان ما نیز با دیدن چنین عملکردی مطمئن خواهند بود که مشکلات به حداقل ممکن کاهش خواهد یافت.

خدمات پشتیبانی

برای استفاده از کلیه امکانات این گروه نیاز به بخش پشتیبانی توانمندی است که بر اساس درخواست مشتریان، این بخش شکل گرفته و به مرور تکمیل تر شده است.

سرویس پشتیبانی این گروه بر مبنای ارتباط آنلاین/ایمیل، همواره پاسخگوی مشتریان خود است و در مشکلات، همراه همیشگی آنهاست. چنین سرویسی اساساً برای حوزه خدمات پرداخت جزء نیازهای اساسی بوده و به عنوان عضو جدانشدنی آن تلقی می شود.

بخش پشتیبانی **گروه سایا سیستم** علاوه بر پشتیبانی محصولات و خدمات خود، توانایی این را داشته و دارد که به شرکت‌های دیگر حوزه خدمات پرداخت و یا بانک‌ها، خدمات مشابهی نیز ارائه نماید.

پشتیبانی/نصب/خدمات فنی/بازاریابی **EFT-POS** از سایر خدمات این گروه بوده و با دوستان بسیاری در این حوزه همکاری داشته و داریم. مسلماً نگاه تخصصی به این مقوله همواره یاری رسان ما در ارائه چنین خدماتی بوده است.

مدیریت پروژه و راهبری پروژه

یکی از فرآیندهای عمده، مدیریت پروژه ها می باشد. این فرآیند برطبق استانداردها و روشهای بین المللی انجام می پذیرد که همیشه براساس نوآوری های فن آوری روز به روز می گردد. فعالیت های عمده ای که در این فرآیند صورت می پذیرند شامل موارد زیر می باشند.

1. برآورد و تخمین منابع مورد نیاز جهت انجام پروژه تعریف شده
2. تعیین سازمان، منابع انسانی، مسئولیت ها، طرح ها، استانداردها، متدولوژی و روش های حاکم در پروژه
3. تعیین تفصیلی سازمان های فرعی پروژه (مدیریت تغییرات/ مدیریت پیکر بندی/ کنترل کیفیت/ اعتبار سنجی و صحت سنجی/ مدیریت ریسک و ..)
4. تعیین ریسک های بلقوه در پروژه و نحوه کنترل آنها
5. مدیریت منابع پروژه (شامل زمان، نیروی انسانی، تجهیزات، فرآورده ها و ..)
6. ارزیابی پیشرفت پروژه و منابع مصرف شده و تهیه گزارشات کنترلی لازم جهت اعلام به سایر عوامل درگیر در پروژه (کارفرما/ ناظر/ مدیریت ارشد سازمان و...)

حوزه های تحت مدیریت پروژه طیف وسیعی دارند .برخی از این حوزه ها مستقیماً براساس نیاز مشتریان تعیین می گردند و برخی نیز با توجه به نیاز مشتریان بطور غیر مستقیم تعیین می شوند.برخی از این حوزه ها عبارتند از:

1. تهیه طرح های جامع استراتژیک (Master Planning)
2. مدل سازی سازمان و بهبود نظام های اجرایی (BPR)
3. تحلیل، تعیین و مدل سازی نیازمندیها
4. معماری سیستم های اطلاعاتی
5. طراحی های کلان و تفصیلی نیازمندیها در فن آوری های مختلف نظیر / Java / CORBA
Microsoft COM+ / Microsoft.Net و ...
6. تولید و ساخت اجزاء نرم افزاری در کلیه فن آوریهای فوق الذکر
7. تست، اعتبار سنجی و صحت سنجی فرآورده ها
8. تبدیل وانتقال داده ها (Data Migration)
9. متناسب سازی بسته های نرم افزاری
10. استقرار و راه اندازی سیستم های کاربردی
11. تعمیم وگسترش سیستم های کاربردی

براساس درخواست کارفرما و پیشنهاد این شرکت برای مدیریت پروژه متدولوژی انتخاب می گردد که تعیین کننده چهارچوب کلی و گامهای پروژه و جزئیات فرآیندها، فرآورده های رسمی قابل تحویل و همچنین برخی از استانداردها، طرح ها و قالب های پروژه می باشد. حوزه خدمات مورد درخواست، فن آوری متناسب با شرح خدمات درخواست شده و تسلط عوامل اصلی درگیر در پروژه از عوامل اصلی در تعیین نوع متدولوژی پروژه می باشند. شرکت سایا تاکنون مدیریت پروژه های خود را با انواع مختلفی از متدولوژی ها به انجام رسانده است که از این حیث تجربه های گرانمایی در عملیاتی کردن و متناسب سازی آنها مطابق شرایط محیط های حاکم در صنعت فن آوری اطلاعات کشورمان اندوخته است.

استفاده از ابزارهای مناسب جهت مدیریت متاثرتر پروژه ها و همچنین بررسی دقیق وضعیت پیشرفت پروژه، وضعیت مصرف منابع و... از سیاست های اصلی مدیریت پروژه می باشد. با استفاده از ابزارهای مورد استفاده در سطح مدیریت پروژه و تجربه اجرایی استفاده از آنها، کلیه عوامل درگیر در پروژه مانند کارفرما و ناظر همواره قابلیت حصول تصویر دقیقی از وضعیت پروژه و میزان پیشرفت ها و یا انحراف های احتمالی را خواهند داشت.