



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری  
گروه مدیریت تکنولوژی

# بهبود زنجیره تامین و تقویت ارتباط با مشتری با سیستم های اطلاعات بنگاهی

استاد گرامی: جناب آقای دکتر دهقانی

دانشجو: مریم شالیکار

پاییز ۱۴۰۱



# مدیریت زنجیره تامین

مدیریت زنجیره تامین سبب کسب سود و منفعت برای سازمان و بهبود ارائه خدمات به مشتریان می شود؛ چرا که آن ها قادر به واکنش سریع تر و منفعت تر به شرایط بازار کار هستند.



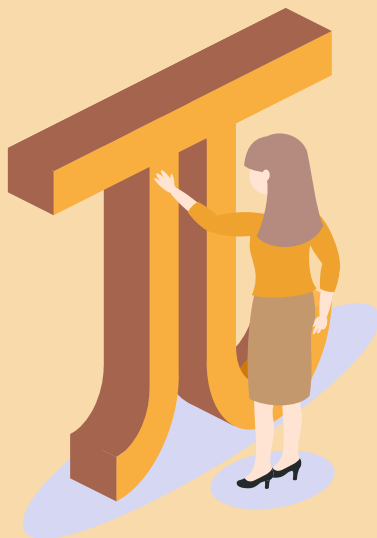
## زنجیره تامین

اشاره به مجموعه ایی از سازمان ها و فرایند های مربوط به حرکت مواد از تامین کنندگان مواد اولیه به تامین کنندگان قطعات، از انجا به تامین کنندگان نهایی و درنهایت ارائه خدمات به مشتری دارد.



# مدیریت اثربخش زنجیره تامین

مدیریت اثر بخش زنجیره تامین میتواند فرصت های زیادی را فراهم آورد.



## تولیدات به هنگام JIT

استفاده از شیوه JIT (تولیدات به هنگام) به رابطه بسیار نزدیک و تعامل سازنده بین شرکای تجاری در یک شبکه عرضه دارد؛ همچون تامین کنندگان و سایر شرکای مورد نیاز، مثل شرکت های حمل و نقل.

## موجودی انبار با مدیریت فروشنده (VMI)

یک مدل تجاری که در آن تامین کنندگان سطح موجودی انبار یک تولید کننده را بر طبق سطوح خدمات از پیش تعیین شده مدیریت می کنند. برای این که VMI قابلیت اجرایی پیدا کند، تولیدکننده به تامین کننده اجازه میدهد تا بر سطوح ذخیره و داده های فروش کنونی نظارت کند.



## اثر شلاقی

یکی از مشکلات تاثیر گذار بر زنجیره تامین تاثیرات ناهمگونی است که به ان اثر شلاقی گفته میشود. اجرای فرایندهای یکپارچه تجاری به سازمان ها جهت هماهنگی بهتر شبکه تامین و کاهش اثر شلاقی کمک می کند

## مسئولیت اجتماعی

شفافیت و مسئولیت پذیری در زنجیره تامین به سازمان ها جهت حفظ هزینه ها و ایجاد یک وجهه خوب کمک می کند.

- ۱- فراخوان کالا
- ۲- عملیات پایدار کسب و کار



## بهینه سازی زنجیره تامین با مدیریت زنجیره تامین

سیستم های اطلاعاتی ایی که بر بهبود زنجیره های تامین متمرکز هستند دو هدف را دنبال می کنند: ۱- شتاب دادن به بهبود محصولات و نوآوری ۲- کاهش هزینه ها.

این سیستم ها تحت عنوان زنجیره تامین شناخته می شود که هماهنگی بین تامین کنندگان، تولید کنندگان کالاها و خدمات و (SCM) توزیع را بهبود می دهد.

# معماری مدیریت زنجیره تامین

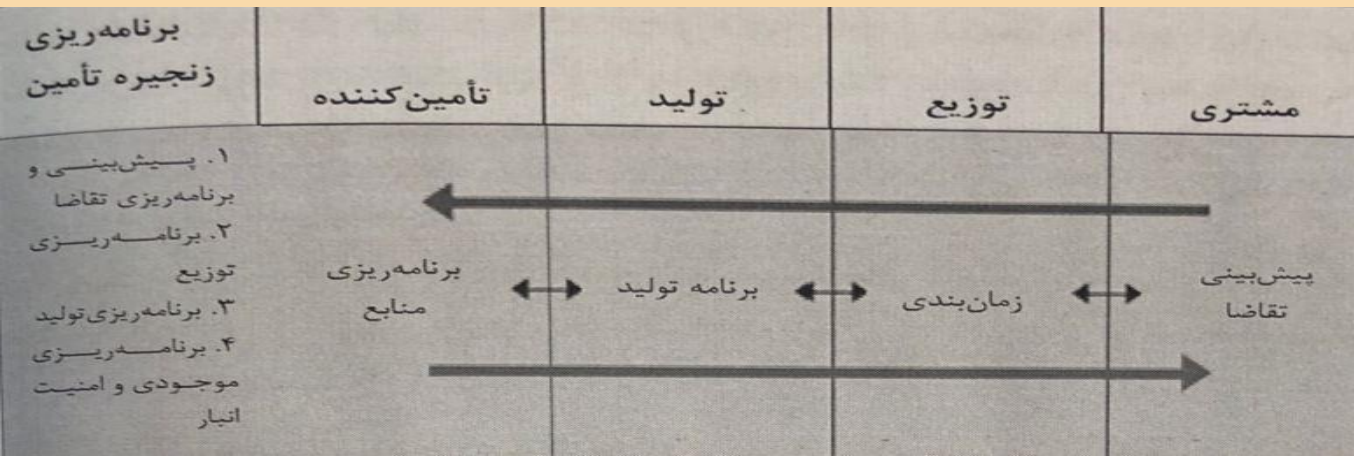


## برنامه ریزی زنجیره تامین (SCP)

سیستم SCP شامل تدوین برنامه های متنوع به منظور پشتیبانی موثر و کار آمد تولید کالاها و خدمات است.

### شامل ۴ فرایند اساسی است

- برنامه ریزی و پیشبینی تقاضا
- برنامه ریزی توزیع
- برنامه ریزی تولید
- برنامه ریزی موجودی و امنیت انبار

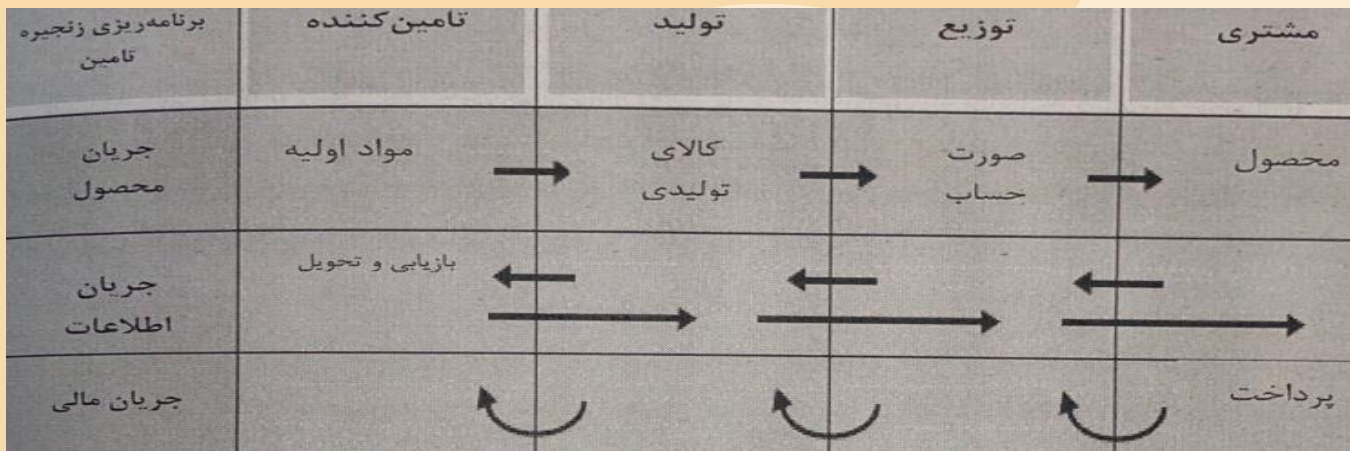




## فرایند اجرای زنجیره تامین (SCE)

سیستم SCE با سیستم SCP نیز کار میکند و فرایند های پیچیده بهبود هماهنگی اعضای زنجیره تامین را حرکت داده و انعکاس می دهد.

سیستم SCE شامل سه جزء کلیدی زنجیره تامین است



جریان تولید  
جریان اطلاعات  
جریان مالی



## شفافیت و تحلیل زنجیره تامین



شفافیت زنجیره تامین به توانایی پیگیری محصول در فرایند زنجیره تامین و پیشبینی وقایع خارج از آن، اشاره دارد.

مخصوصاً هنگامی که از راه کار IT استفاده میشود یا نگهداری سطوح موجودی پایین است.



## تدوین راهبرد مدیریت زنجیره تامین

هنگام تدوین راهبرد SCM، سازمان باید عوامل مختلف را که بر اثربخشی و کارایی زنجیره تامین تاثیرگذار است تشخیص دهد. طراحی زنجیره تامین باید تعادل و تعامل بین عوامل مختلف را در نظر داشته باشد و از راهبرد رقابتی سازمان برای کسب بیشترین سودآوری استفاده کند.



# فناوری های اصلی برای ارتقا SCM

مانند همه فناوری ها، SCM نیز روز به روز در حال بهبود است. فناوری های جدید و متنوع به سازمان ها جهت بازگشت سرمایه در استفاده از سیستم های SCM کمک میکند

**۱- زبان نشانه گذاری توسعه پذیر (XML):** زبان نشانه گذاری توسعه پذیر، یک زبان استاندارد ارائه داده ها است که توسط کنسرسیوم شبکه جهانی وب بنیان گذاری شده است.

**۲- شناسایی از طریق فرکانس رادیویی (RFID):** استفاده از الکترو مغناطیس یا الکترو استاتیک به همراه بخشی از طیف الکترومغناطیس فرکانس رادیویی به منظور انتقال علائم است.

## مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)

در بازار های رقابتی امروزی، تعادل قدرت در دست مشتریان است؛ زیرا اگر آنان از سطوح خدمات رسانی ناراضی شوند، برایشان جایگزین های بسیاری وجود دارد.

اگر سازمانی بتواند ارتباط با مشتریان را با موفقیت مدیریت کند، رضایت آنان را تامین و نیاز های آنان را برآورده سازد، مشتریان توجه خود را از قیمت برداشته و کمتر حساسیت نشان می دهند.

برنامه های کاربردی متمرکز بر جریانات اطلاعات فرودست هدف اصلی را دنبال میکنند:

- ۱- جذب مشتریان بالقوه
- ۲- ایجاد وفاداری در مشتریان
- ۳- ایجاد یک تصویر مثبت در ذهن آنها

# مزایای سیستم CRM

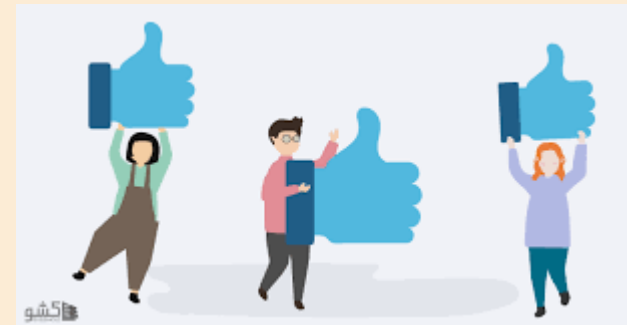
عملیات شبانه روزی  
خدمات مختص فردی  
بهبود اطلاعات  
سرعت تشخیص و حل مسئله  
سرعت پردازش  
بهبود یکپارچگی  
بهبود توسعه محصول  
بهبود برنامه ریزی

سازمان هایی که CRM را با موفقیت اجرا کرده اند، رضایت بیشتر و بهره وری بالاتر را تجربه کرده اند که به معنای افزایش قابل توجه در سود اوری شرکت است.

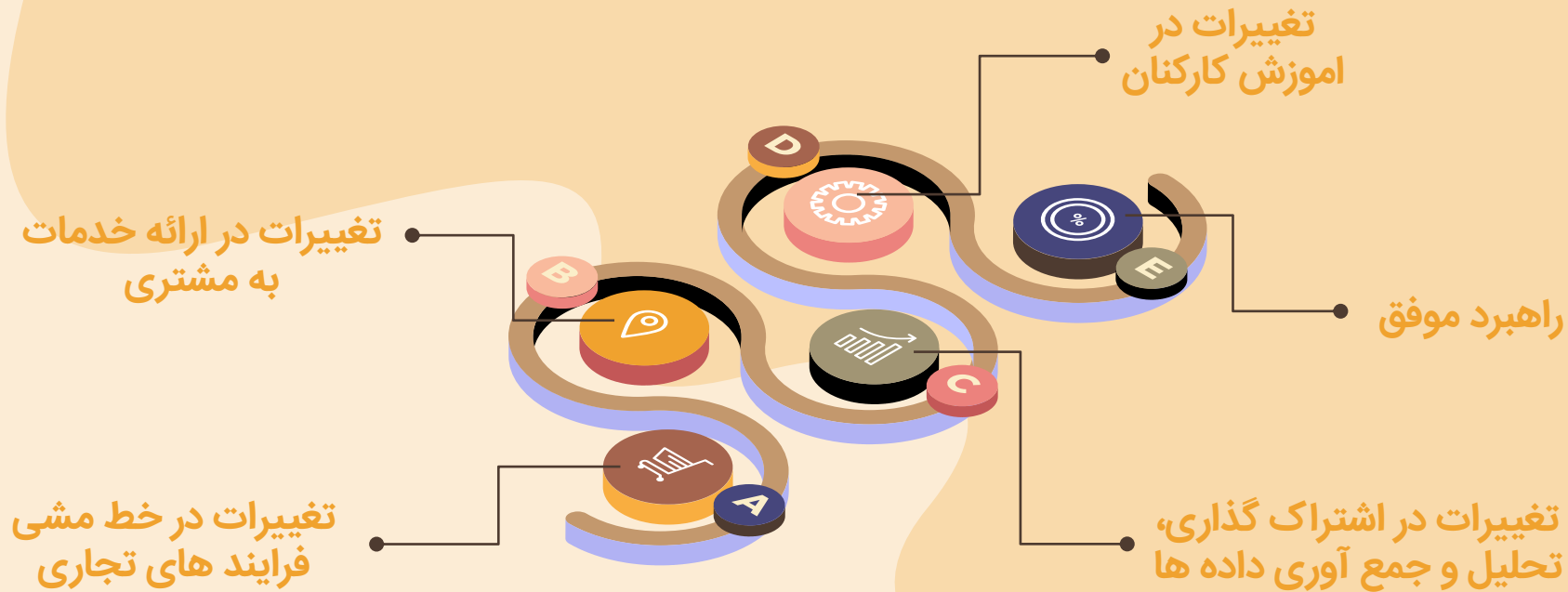


## تدوین راهبرد CRM

برای تدوین راهبرد موفق CRM سازمان ها باید اقدامی فراتر از تنها خرید و راه اندازی CRM انجام دهند. اولین گام تشخیص این مطلب است که آیا CRM برای سازمان مورد استفاده است یا نه!



# راهبرد CRM موفق نیازمند تغییرات گسترده بنگاهی است.



# معماری سیستم CRM



## CRM همکاری

بر فعالیت هایی متمرکز است که به مدیران در تجزیه و تحلیل فعالیت های فروش و وظایف بازاریابی مانند نظارت بر تعاملات در رسانه های اجتماعی کمک می کند.

ظرفیت های موثر ارتباطی سازمان با مشتریان بیرونی را فراهم میسازد.



## CRM عملیاتی

بر فعالیت هایی متمرکز است که به طور مستقیم با مشتریان در ارتباط است. شامل ماژول های:

- ۱- خودکار سازی نیروی فروش (SFA)
- ۲- پشتیبانی و ارائه خدمات ب مشتری (CSS)
- ۳- مدیریت بازاریابی شرکت (EMM)



## CRM تحلیلی



## نگرانی های اخلاقی مرتبط با CRM

به هنگام اجرای CRM سازمان مجبور است تضمین دهد که نگرانی های اخلاقی را در رابطه با شرح حال مشتریان یا رفتار آنها در روش ها و برنامه های کاری خود، به دقت مورد توجه قرار دهد.





**با تشکر از توجه شما!**