

MEDIUM SOFT a.s.

Cihelní 14, 702 00 Ostrava

Tel.: +420 (69) 66 63 209, fax: +420 (69) 66 63 112

Kontaktní osoba: Ing. Jana Kovaříková

e-mail: jana.kovarikova@mediumsoft.cz

<http://www.mediumsoft.cz>**producent****LEONARDO**

České nebo slovenské uživatelské prostředí: ano

Integrace s Microsoft Office: import/export (přímo do/z struktur dat MS Office)

Počet instalací ve světě/ČR+SR: 4/35

Typický počet uživatelů aplikace: 5 až 20

Orientační cena typické instalace včetně nasazení systému (v Kč): statisíce

Reference v ČR/SR: Jihomoravská energetika, a.s., Brno, OEZ s.r.o., SPP a.s.,

Bratislava, BorsodChem MCHZ, s.r.o., Ostrava

	státní správa a samospráva	finanční, bankovní, pojišťovní, leasing	energetika (vody, plyn, elektřina, teplo, ...)	doprava nebo spoje (telekomunikace, pošta, ...)	prům. výroba, zemědělství, stavebnictví, zpracov. prům	velkoobchod, maloobchod, služby	zdravotnictví	jiná úzká specializace
komplexní systémy pro řízení větších a středních podniků (ERP)								
ekonomické agendy a účetnictví, personalistika								
správa dokumentů, workflow, helpdesk, správa zákazníků (CRM)	●	●	●	●	●	●	●	●
podpora rozhodování (DW/BI, MIS)	●	●	●	●	●	●	●	●
správa znalostí (KM)	●	●	●	●	●	●	●	●
e-komerce (zahrnující ASP) aplikace								
grafické systémy a multimediální systémy, CAD, GIS								
průmyslová automatizace, vizualizace, SCADA								
jiné specializované aplikace								

Microsoft Windows 2000 (NT Server)	Microsoft Exchange Server	Microsoft System Management Server	Microsoft Host Integration Server (SNA Server)	Microsoft Commerce Server (Site Server)	Microsoft Internet Information Services (IIS Server)	Microsoft SQL Server	Microsoft Biztalk Server	Microsoft Mobile Information Server	Microsoft SharePoint Portal Server	Microsoft AppCenter Server	Podpora Microsoft Terminal Services (Terminal Server)	Využívá služeb COM+ nebo technologií COM	Podpora clusterových řešení Microsoft
využívá	využívá	využívá			využívá	využívá						využívá	

IS LEONARDO je systém pro podporu zákaznické orientace. Obsahuje nástroje pro marketingové řízení a řízení prodejních a nákupních aktivit. V tomto produktu je současně obsaženo marketingové know-how, metodická a systémová podpora. Systém se skládá ze 4 primárních a 1 podpůrné oblasti:

Customer Management je modul pro tvorbu obchodní strategie a její uplatňování vůči jednotlivým zákaznickým skupinám. Umožňuje kategorizovat jednotlivé zákazníky, provádět jejich bonitaci a přehledně sledovat vývoj jejich tržeb v čase a podchytit a systematicky pracovat s jejich požadavky a potřebami. Prioritně je využíván pro usnadnění práce obchodníků, ale na druhé straně poskytuje i účinný nástroj pro kontrolu efektivnosti daných pracovníků. Pro firmu jako takovou je životně důležité získávat informace o svých zákaznících a právě obchodníci jsou spojícím článkem s nimi.

Supply Management slouží jako efektivní podpora pro dosažení optimálních dodavatelско-odběratelských vztahů. Podporuje maximalizaci prostoru pro vyjednávání s dodavateli a dává manažerům nákupu argumenty pro jednání (přehled o stávajícím stavu, přehledy o stávajících i potenciálních dodavatelích, vyjednávacím vlivu u nich).

Marketing Management je modul poskytující podklady pro rozhodování pracovníků strategického

marketingu. Sbíhají se zde všechny informace k zákazníkům, dodavatelům, konkurenci, teritoriím, odvětvím a segmentům spotřeby, ať již z interních zdrojů (provozních informačních systémů a od pracovníků), tak i ze zdrojů externích (monitoring tisku, internet, statistiky atd.). Modul podporuje také tvorbu Marketingového plánu.

Product Management je nástroj pro sledování a řízení produktového portfolia od námětů, potenciálních, nových, stávajících produktů až po vyřazené produkty. V modulu je zakomponovaná metodika, která usnadňuje práci produktovým manažerům a také sjednocuje jejich pracovní postupy. Pod pojmem produkt nechápeme jen

výrobek nebo službu v klasickém pojetí, ale například i změnu smluvního vztahu - tedy vše, co může pro zákazníka vytvářet hodnotu.

Marketing Services - produktoví manažeři, manažeři zákazníků i marketingoví manažeři potřebují ke své práci celou řadu informací - externí data, výzkumy, komunikační podporu. Proto čtvrtou podporovanou oblastí je oblast marketingových služeb. Marketingové služby chápeme jako servisní útvar, zázemí, které funguje pro všechny ostatní - řídicí - části. Marketingové služby se podílí na vytváření datové základny a vstupují do dalších procesů.

